

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kebijakan Harga

1. Pengertian Harga

Definisi harga menurut para ilmuwan yaitu sejumlah uang yang di bebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹

Ada 4 hal yang menjadi tujuan penetapan harga, yaitu:

- a. Tujuan berorientasi pada laba. Ini didasarkan pada asumsi teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimum. Dalam kondisi persaingan yang ketat dan serba kompleks penerapannya sangat sulit untuk dilakukan.
- b. Tujuan berorientasi pada volume. Tujuan ini berorientasi pada volume, dimana harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, ataupun untuk menguasai pangsa pasar. Misalnya biaya operasional pemasangan jalur telepon untuk satu rumah jauh dengan biaya pemasangan untuk lima rumah.
- c. Tujuan berorientasi pada citra. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra

¹ Kotler, Philip dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi kedelapan (Jakarta: Erlangga, 2014), 439.

perusahaan. Sebaliknya, harga rendah dapat dipergunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.

- d. Tujuan stabilisasi harga. Tujuan stabilisasi harga dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.²

Harga dari suatu barang adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain. Sebagaimana telah kita ketahui salah satu tugas pokok ekonomi itu adalah menjelaskan mengapa barang-barang mempunyai harga dan mengapa ada barang-barang yang mahal dan ada yang murah harganya.³

Harga adalah jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Sedangkan menurut Marius harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya).⁴

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk. Harga dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang yang di tawarkan. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk apabila memungkinkan) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya harga adalah

² Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2013), 35.

³ Alfred, *Strategi Penetapan Harga*, (Jakarta: Andi, 2010) hal.29-30

⁴ Marius, *Penetapan Harga...*, hal.174

sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan.

Harga keseimbangan adalah harga di mana baik konsumen maupun produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah yang dikonsumsi dan dijual. Permintaan sama dengan penawaran. Jika harga di bawah harga keseimbangan, terjadi kelebihan permintaan. Sebab permintaan akan meningkat, dan penawaran menjadi berkurang. Sebaliknya.⁵

2. Konsep dan Peranan Harga

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah atau disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang. Harga dapat dinyatakan dalam berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk

⁵ Prathama Rahardja, *Teori Ekonomi Mikro edisi ketiga*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2014)

barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran. merumuskan definisi harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik⁶.

Pengorbanan tersebut biasanya mencakup uang yang harus dibayarkan kepada pemasar agar bisa mendapatkan produk, serta pengorbanan lainnya, baik dalam bentuk non moneter (seperti nilai waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk atau jasa) maupun moneter (seperti biaya transportasi, pajak, biaya pengiriman, dan seterusnya).

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Hal ini terlihat jelas pada persamaan berikut:

$$\text{Laba} = \text{Pendapatan Total} - \text{Biaya Total}$$
$$(\text{Harga per Unit} \times \text{Kuantitas yang Terjual}) - \text{Biaya Total}$$

Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung, harga juga mempengaruhi biaya karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga memegang peranan penting

⁶ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi Empat, (Yogyakarta, Andi, 2014)

dalam setiap perusahaan. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai (value) dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga atau dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Manfaat yang Dirasakan}}{\text{Harga}}$$

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Seringkali dalam penentuan nilai sebuah barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan barang atau jasa bersangkutan dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.⁷

Secara garis besar, peranan harga dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktifitas. Harga yang terlampau mahal atau sebaliknya terlalu murah berpotensi menghambat pengembangan produk. Oleh karena itu, pengukuran sensitivitas harga amat penting dilakukan.

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Empat*, (Yogyakarta, Andi, 2013), hal. 291

- b. Harga jual secara langsung menentukan profitabilitas operasi.
- c. Strategi penetapan harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan , promosi, dan distribusi produk.
- d. Berkurangnya daya beli di sejumlah kawasan dunia berdampak pada semakin tingginya sensitivitas harga, yang pada gilirannya memperkuat peranan harga sebagai instrumen pendorong penjualan dan pangsa pasar.

3. Tujuan Penetapan Harga⁸

a. Tujuan Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin sebuah perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

⁸ Fandy Tjiptono, Ibid.29-30

b. Tujuan berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh maskapai penerbangan, institusi pendidikan perusahaan *topur and travel*, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan lainnya.

c. Tujuan berorientasi pada Citra

Citra (*image*) sebuah perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of Value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga mahal maupun murah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

d. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila sebuah perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil.

Tabel 2.1 Tujuan Penetapan Harga.

Tujuan Penetapan Harga	Deskripsi
Berorientasi laba	Dirancang untuk memaksimumkan harga dibandingkan harga-harga para pesaing, persepsi terhadap nilai produk, struktur biaya perusahaan, dan efisiensi produksi. Tujuan laba biasanya didasarkan pada <i>target return</i> , dan bukan sekedar maksimisasi harga.
Berorientasi volume	Menetapkan harga untuk memaksimumkan volume penjualan (dalam rupiah maupun dalam unit). Tujuan ini mengorbankan margin laba demi perputaran produk yang tinggi.
Permintaan pasar	Menetapkan harga berdasarkan

	ekspektasi pelanggan dan situasi pembelian spesifik.
Pangsa pasar	Dirancang untuk meningkatkan atau mempertahankan pangsa pasar, terlepas dari fluktuasi penjualan industri.

4. Ketetapan Harga Produk Pertanian

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Penetapan harga jual berpotensi menjadi suatu masalah karena keputusan penetapan harga jual cukup kompleks dan harus memperhatikan berbagai aspek yang mempengaruhinya. Ketidakstabilan kurs Dollar terhadap Rupiah telah merugikan banyak pelaku usaha di sektor rill. Strategi penetapan harga saat kondisi nilai kurs fluktuatif sehingga masih dapat mempertahankan keuntungan atau meminimalisasi kerugian.⁹

Posisi harga produk pertanian sebagai produk utama sangat menentukan besarnya jumlah permintaan produk tersebut. Apabila karakter produk pertanian memiliki nilai elastisitas permintaan yang rendah, akan menyebabkan gerakan harga akan senantiasa dalam arah yang menaik. Sebagai produk

⁹ [http://megaretanindia.blogspot.co.id.kebijakan harga produk pertanian.html](http://megaretanindia.blogspot.co.id.kebijakan-harga-produk-pertanian.html)
(diunduh pada 14 juni 2017)

pertanian memiliki tingkat elastisitas permintaan yang tidak elastis karena jika harga produk naik, para pembeli enggan untuk mencari barang pengganti (karena merupakan produk utama). Karakter elastisitas permintaan produk pertanian tersebut mendorong para pedagang untuk menaikkan tingkat harga produk pertanian sehingga terjadilah gerak harga produk yang semakin menaik. Hal ini yang menyebabkan terjadinya Inflasi bahan makanan yang dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi makro.

5. Kebijakan Harga Output Gabah

a. Konsep Kebijakan Harga Dasar

Ilmu ekonomi umum menjelaskan bahwa kebijakan HD merupakan instrumen yang dapat dimanfaatkan pemerintah untuk menjamin harga minimum suatu komoditas ditingkat produsen. Kebijakan ini umumnya diterapkan pada komoditas pertanian yang mempunyai pola panen fluktuatif, dan biasanya efektif melindungi petani dari harga yang merosot tajam pada saat panen raya. Kebijakan HD bagi komoditas pertanian di Indonesia bertujuan untuk melindungi petani produsen dalam rangka menjamin pendapatan yang layak dari usaha taninya dan memberikan insentif berproduksi secara berkelanjutan. Karena itu, biasanya penetapan harga output diumumkan sebelum musim tanam atau sebelum proses produksi dimulai. Tingkat harga output yang ditentukan pemerintah

biasanya sudah memperhitungkan keuntungan yang wajar yang diterima petani.¹⁰

6. Penerapan Harga Pembelian Pemerintah

Kebijakan HD gabah dan beras yang secara eksplisit diterapkan mulai tahun 1980 yang pelaksanaan operasionalnya dilakukan oleh bulog, berperan positif dalam memberikan insentif berproduksi dan menyumbang pada upaya menstabilkan harga gabah dan beras. Namun ada yang mempertanyakan efektivitasnya bila dibandingkan dengan keperluan anggaran pemerintah yang sangat besar Selain itu, walaupun secara formal kebijakan HD tersebut masih berlaku, pada periode 1997-2000 atau disebut era krisis ekonomi dan awal reformasi, kebijakan ini tidak efektif lagi karena berbagai kebijakan penopangnya hilang satu persatu (Saifullah 2001). Salah satu faktor kunci yang menghilangkan efektivitas kebijakan harga ini adalah diberalisaskannya ekonomi beras dengan membuka kesempatan impor beras pada swasta.

¹⁰ Achmad Suryana, Pengembangan Inovasi Pertanian: *Jurnal Dinamika Kebijakan Harga Gabah dan Beras dalam mendukung ketahanan pangan Nasional*, Vol. 7, No 24 (Desember, 2014), 155-168

Tabel 2.2
Rata-Rata Harga Gabah Menurut Kualitas, Komponen Mutu dan HPP
di Tingkat Penggilingan di Indonesia, 2013-2015

Tahun	Kualitas Gabah (Rp/Kg)		
	Gabah Kering Giling	Gabah Kering Panen	Rendah
2013	112794	48963,79	44038,38
2014	57951	52563,89	45923,12
2015	64521	57327,95	50390,13

B. Kualitas Gabah

1. Karakteristik Fisik Gabah

Butiran-butiran gabah memiliki karakteristik bentuk yang beragam, tergantung varietasnya. Secara umum, subspecies padi yang ditanam di dunia dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu japonica, javanica, dan indica. Padi jenis japonica memiliki bentuk butiran gabah pendek membulat, sedangkan padi jenis indica memiliki bentuk butiran bulat memanjang. Di Indonesia, jenis padi yang banyak ditanam yaitu padi jenis indica. Butiran gabah dapat diuraikan menjadi bagian-bagian seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Secara garis besar, bagian-bagian gabah dapat dibedakan menjadi 3

bagian. Bagian paling luar disebut sekam. Sekam tersusun dari palea, lemma, dan glume.¹¹

Bagian kedua disebut lapisan bekatul. Lapisan bekatul tersusun atas lapisan luar, lapisan tengah, lapisan silang, testa, dan aleuron, sedangkan lapisan yang paling dalam disebut endosperm. Gabah hasil panen kemudian diproses lebih lanjut menjadi beras melalui proses penggilingan. Tahapan pascapanen tanaman padi meliputi perontokan, pengangkutan, pengeringan, penggilingan, penyimpanan, dan pengemasan. Salah satu tahapan pascapanen yang penting yaitu proses penggilingan.

Pada tahapan ini, gabah yang sudah siap digiling atau Gabah Kering Giling (GKG) akan diproses menjadi beras putih yang siap dikonsumsi. Kualitas fisik gabah terutama ditentukan oleh kadar air dan kemurnian gabah. Kadar air gabah adalah jumlah kandungan air di dalam butiran gabah yang biasanya dinyatakan dalam satuan (%) dari berat basah (wet basis). Sedangkan tingkat kemurnian gabah merupakan persentase berat gabah bernas terhadap berat keseluruhan campuran gabah. Makin banyak benda asing atau gabah hampa atau rusak di dalam campuran gabah maka tingkat kemurnian gabah makin menurun.

Kemurnian gabah dipengaruhi oleh adanya butir yang tidak bernas seperti butir hampa, muda, berkapur, benda asing atau kotoran yang tidak tergolong gabah, seperti debu, butir-butir tanah, batu-batu, kerikil, potongan kayu, potongan logam, tangkai padi,

¹¹ Soekartawi, *Analisis Usaha Tani*, (Jakarta: Universitas Indonesia, UI-PRESS, 2014)

biji-biji lain, bangkai serangga hama, serat karung, dan sebagainya. Termasuk pula dalam kategori kotoran adalah butir-butir gabah yang telah terkelupas (beras pecah kulit) dan gabah patah. Kualitas gabah akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas beras yang dihasilkan.

Kualitas gabah yang baik akan berpengaruh pada tingginya rendemen giling. Rendemen giling adalah persentase berat beras terhadap berat gabah yang digiling.

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).¹² 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.¹³

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 para anggota

¹² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), hal.185

¹³ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2013), hal.230

masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.¹⁴ Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktifitas pokok atau pekerjaan pokok.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga 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.¹⁵

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik

¹⁴ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2014), hal.79

¹⁵ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal.132

kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.¹⁶

Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Selain itu pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat. Usaha meningkat 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, seseorang anggota keluarga dapat mencari pendapatan dari sumber lain atau membantu pekerjaan kepala keluarga sehingga pendapatannya bertambah”.¹⁷

¹⁶ Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No.7:9.

¹⁷ Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), hal. 3

Sedangkan pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:¹⁸

- a. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan pemberian.
- b. Harga per unit masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- c. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerja sampingan. Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.¹⁹

2. Distribusi Pendapatan dalam Konteks Rumah Tangga (Household)

Mengingat nilai-nilai Islam merupakan faktor inten dalam rumah tangga seorang muslim, maka haruslah dipahami bahwa seluruh proses aktifitas ekonomi di dalamnya, harus dilandasi

¹⁸ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 150

¹⁹ Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No.7:9.

legalitas halal haram, mulai dari: produktivitas (kerja), hak kepemilikan, konsumsi (pembelanjaan), transaksi dan investasi. Aktifitas yang terkait dengan aspek hukum tersebut kemudian menjadi landasan bagaimana seorang muslim melaksanakan proses distribusi pendapatannya. Islam tidak bisa menelorir distribusi pendapatan yang sumbernya diambil dari yang haram. Karena cara distribusi pendapatan dalam keluarga muslim juga akan bernuansa hukum (wajib-sunnah).²⁰

Distribusi pendapatan dalam konteks rumah tangga akan sangat terkait dengan istilah *shadaqah*. Pengertian *shadaqah* disini bukan berarti sedekah dalam konteks pengertian bahasa Indonesia. Karena *Shadaqah* konteks terminologi Al-Qur'an dapat dipahami dalam dua aspek, yaitu: *pertama: shadaqah* wajibah yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan distribusi pendapatan berbasis kewajiban. Untuk kategori ini bisa berarti kewajiban personal seorang muslim, seperti warisan dan bisa juga berarti kewajiban seorang muslim dengan muslim lainnya, seperti jiwar (bantuan yang diberikan berkaitan dengan urusan bertetangga) dan masadah (memberikan bantuan kepada orang lain yang mengalami musibah). *Kedua: shadaqah nafilah (sunnah)* yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran tetangga yang berkaitan dengan distribusi pendapatan berbasis amal kariatif, seperti sedekah.

²⁰ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Kencana Prenadamedia Group, 2014), Edisi Pertama, hal. 135

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan yang menjadi penekanan dalam konsep distribusi pendapatan adalah banyak hak Allah dan Rasul-Nya serta orang atau muslim lain dari setiap pendapatan seorang muslim. Hal ini juga diarahkan sebagai bentuk dari *tafakul ijtima'i* (jaminan sosial) seorang muslim dengan keluarga dan dengan orang lain, sehingga menjamin terjadinya minimalisasi ketidaksetaraan pendapatan (*unequality income*) dan keadilan sosial (*social justice*).

3. Prinsip Pendapatan

Pendapatan atau upah dapat didefinisikan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.²¹ Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan. Prinsip ini terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 279.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُؤُسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۗ

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”. (Qs. Al-Baqarah:279)²²

²¹ Umer, Chapra, hal. 361

²² Kementrian Agama RI, *Ummul Mukminin Al-Qur'an dan Terjemahan*

D. Hubungan antar Variabel

Hubungan harga kualitas gabah sangat menentukan Pendapatan Petani jika harga kualitas gabah yang ditetapkan oleh pemerintah menjadi acuan dalam pembelian maka para petani harus mengetahui Harga Pembelian Pemerintah (HPP) berdasarkan kualitasnya. Pendapatan Petani dapat diukur dalam hasil gabah selama memproduksi, jika harga kualitas Gabah Kering Panen (GKP) tinggi maka harga ditingkat petani juga tinggi namun apabila pembeli melihat kualitas gabah tersebut tidak sesuai dengan kriteria harga kualitas yang ditetapkan oleh pemerintah maka pembeli tidak menjamin membeli dengan harga tinggi, dan ini menyebabkan pendapatan petani akan rendah.

Harga merupakan salah satu faktor yang sulit dikendalikan. Berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah mengenai harga, namun sampai saat ini tetap saja harga merupakan masalah bagi para petani. Kebijakan mengenai harga merupakan wewenang pemerintah yang diturunkan dalam bentuk peraturan. Kebijakan harga dasar berdasarkan output berorientasi kepada perlindungan petani (Harga Dasar). Panen raya memberikan gambaran produksi yang banyak sesuai dengan teori ekonomi, bila penawaran meningkat sementara permintaan tetap maka harga akan turun. Itulah yang terjadi pada saat panen raya, harga turun ketika harga pasar dibawah harga yang semestinya (Harga Keseimbangan). Selama hasil panen raya kualitas gabah yang diperoleh para petani pada akhirnya akan dinilai pendapatannya yang merupakan selisih

antara penerimaan dan pengeluaran. Pendapatan tersebut merupakan balas jasa faktor-faktor produksi. Balas jasa yang diterima pemilik faktor-faktor produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu misalnya, satu musim atau satu tahun.

E. Penelitian terdahulu yang relevan

Dalam melakukan penelitian ini penulis juga melihat beberapa rujukan dari jurnal dan skripsi orang lain yang memiliki kemiripan tema namun memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 2.3

NO	Nama Penulis/Judul/Perguruan tinggi /tahun	Instrumen	Subtansi Penelitian Terdahulu	Perbedaan dengan Penulis
1	Mila Yulisa/ Efektivitas Penetapan Harga Pembelian Pemerintah (HPP) Gabah Terhadap Pendapatan Petani/Institu Pertanian Bogor/2008	X:Harga Pembelian Pemerintah (HPP) Y:Pendapatan Petani	Dalam penelitian beliau meneliti pada penetapan harga pembelian (HPP) gabah terhadap tingkat pendapatan di kecamatan binong dan pusaka negara kabupaten subang	Penulis meneliti berfokus pada harga gabah berdasarkan kualitas yang didalamnya ada Gabah Kering Giling (GKG), Gabah Kering Panen(GKP)
2	Victorio Insyauddin/Dampak kebijakan harga dasar gabah dan tarif impor terhadap penawaran dan permintaan beras di	XI:Kebijakan harga dasar X2: Tarif Impor Y: Penawaran dan	Dalam Penelitian beliau meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi	

	Indonesia/Institut Pertanian Bogor/20 09	Permintaan	produksi gabah, mengestimasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan beras di Indonesia	
--	--	------------	--	--

F. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara.²³ Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris dalam rangkaian dari kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaah kepustakaan. Hipotesis adalah jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis diungkap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Secara teknis, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian secara statistik, hipotesis merupakan pernyataan mengenai keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sampel.²⁴

Dugaan penulisan dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan dari kebijakan harga gabah berdasarkan kualitas terhadap pendapatan petani. Jika berdasarkan pada perumusan masalah tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²³ Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2013), hal. 19.

²⁴ Aji Damanuri, *Metode Penelitian Muamalah*, (Ponorogo: Stain Ponorogo Press, 2013)

1. H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara kebijakan harga gabah berdasarkan kualitas terhadap pendapatan petani.
2. H_a : Diduga ada pengaruh antara kebijakan harga gabah berdasarkan kualitas terhadap pendapatan petani.