

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Religiusitas

1. Pengertian Agama dan Religiusitas

Berdasarkan sudut pandang kebahasa-bahasa Indonesia pada umumnya “agama” dianggap sebagai kata yang berasal dari bahasa sansekerta yang artinya “tidak kacau”. Agama diambil dari dua akar suku kata yaitu *a* yang berarti “tidak” dan *gama* yang berarti “kacau”. Hal itu mengandung pengertian bahwa agama adalah suatu peraturan yang mengatur kehidupan manusia agar tidak kacau.¹²

Agama adalah suatu ciri kehidupan sosial manusia yang universal dalam arti bahwa semua masyarakat mempunyai cara-cara berpikir dan pola-pola perilaku yang memenuhi syarat untuk disebut “agama”. Adapun agama dalam pengertian sosiologi adalah gejala sosial yang umum dan dimiliki oleh seluruh masyarakat yang ada di dunia ini, tanpa kecuali. Ia merupakan salah satu aspek dalam kehidupan sosial dan bagian dari sistem sosial suatu masyarakat. Agama juga bisa dilihat dari suatu masyarakat disamping unsur-unsur yang lain.

¹²Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung : Remaja Rosdakaya, 2009), Hlm. 13

Agama didefinisikan dari tingkat moralitas dan cara pandang seseorang dalam memaknai kehidupan. Secara eksplisist agama berkaitan dengan tingkat kepercayaan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh seseorang dan sejauh mana mereka dapat menerapkan nilai-nilai dan keyakinan tersebut dalam kehidupannya. Agama dapat diukur dari dua hal, yaitu menggunakan kognitif, dimiliki oleh seseorang dan perilaku yang akan ditunjukkan. Dalam konteks kegiatan usaha, agama akan menentukan konsistensi dari perilaku yang ditunjukkan oleh orang yang menjalankan bisnis, seperti praktik bisnis yang memberikan prioritas kepada etika, kejujuran, dan terpercaya.¹³

Sedangkan religiusitas berasal dari kata latin *religio*. Akar kata *religio* adalah *religere* yang memiliki arti mengikat. *Religere* memiliki arti melaksanakan dengan sangat teliti atau menyatuka diri. Kata yang hampir mirip dengan kata *religere* adalah kata *religion* yang memiliki arti agama. Agama dan religusitas merupakan dua hal yang berbeda tetapi keduanya tidak dipisahkan karena saling melengkapi dan saling mendukung.

Agama lebih menunjuk kepada kelembagaan, kebaktian kepada Tuhan atau dunia atas dalam aspek resi, yuridis, peraturan-peraturan dan sebagainya yang meliputi segi-segi kemasyarakatan.

¹³Fauan, *Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan : Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam*, Hlm. 149

Sedangkan religiusitas lebih melihat aspek-aspek yang ada dalam lubuk hati, sikap personal yang sedikit lebih banyak misteri bagi orang lain karena menafaskan intimitas jiwa yakni cita rasa mencakup totalitas kedalam pribadi manusia.¹⁴

Banyak ahli yang memberikan pengertian religiusitas. Religiusitas didefinisikan sebagai tingkat keyakinan yang spesifik dalam nilai-nilai agama dan cita-cita yang diselenggarakan dan dipraktekkan oleh seorang individu. Religiusitas juga digambarkan sebagai kepercayaan kepada Tuhan (iman) yang disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang diyakini akan ditetapkan oleh Allah.¹⁵

Religiusitas juga sebagai tingkat ketundukan terhadap praktik dan kepercayaan. Religiusitas adalah derajat seseorang menggunakan nilai-nilai keagamaan, keyakinan dan praktik keagamaan dalam kehidupan sehari-hari (Warthington). Ahli psikologi memberikan pengertian bahwa religiusitas yaitu sesuatu yang dirasakan sangat dalam, yang bersentuhan dengan keinginan seseorang, membutuhkan ketaatan dan memberikan imbalan atau mengikat seseorang dalam masyarakat (Muchtaram).¹⁶

¹⁴Asyari Religiusitas dan Cultural Belief dalam perilaku Ekonomi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat, Hlm. 41

¹⁵Fauzan, Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika berbisnis (Studi pada Rumah Makan Padang di Kota Malang), Hlm. 149

¹⁶Asyari, *Religiusitas dan Cultural Belief Dalam Perilaku Ekonomi Musim Minangkabau di Sumatera Barat*, Hlm. 42

Menurut Alim (2006) Religiusitas merupakan suatu tindakan yang didasari oleh dasar kepercayaan terhadap nilai-nilai kebenaran yang diyakininya. Kesadaran ini muncul dari pemikiran yang teratur, mendalam dan penuh penghayatan. Sikap religius dalam diri manusia dapat tercermin dari cara berpikir dan bertindak. Religiusitas merupakan sistem yang kompleks yakni kepercayaan, keyakinan, yang tercermin dari sikap serta upacara-upacara keagamaan dengan tujuan untuk berhubungan dengan tuhan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Religiusitas merupakan ketaatan dalam diri seseorang terhadap nilai-nilai agama, dimana ketaatan tersebut tidak hanya diyakini oleh hati tapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dari segi istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan religi atau agama. Kalau agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, religiusitas menunjuk pada aspek hayati yang dihayati oleh individu didalam hati. Religiusitas seringkali diidentikkan dengan keberagaman. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama islam.

Keberagaman atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan ritual (beribadah), tetapi juga melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan akhir. Bukan hanya berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Karena itu keberagaman seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi. Dengan demikian agama adalah sebuah sistem yang berdimensi banyak. Pengertian religiusitas berdasarkan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock dan Stark dalam Djamaluddin (2005:76-77) adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut seseorang. karena dengan adanya religiusitas seseorang mempunyai pegangan atau keyakinan yang kuat terhadap apa yang akan terjadi pada kehidupan manusia semata-mata adalah takdir tuhan.

Menurut McCullough dan Willoughby (2009: Vol. 135, No. 1, 69-63), dalam penelitiannya disebutkan bahwa religiusitas secara positif berkaitan dengan *Self-control* atau kontrol diri serta sifat-sifat seperti kesadaran dan keramahan. Penelitian lain yang dilakukan Desmond, Ulmer, dan Bader di jurnal yang sama, disebutkan bahwa religiusitas merupakan suatu hal yang dapat meningkatkan kontrol diri seseorang. Semakin seseorang taat dalam menjalankan ajaran agamanya semakin individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik

didalamdirinya.¹⁷

Kehidupan religius yang terpenting adalah seseorang dapat merasakan secara batin tentang tuhan, hari akhir serta komponen agama lain, dengan demikian bahwa Religiusitas merupakan konsep untuk menjelaskan kondisi yang tidak dapat dipisahkan antara Religiusitas dan spiritualitas.

Agama berperan sebagai sumber dalam pengembangan etos, maka dari itu agama sebagai sumber etos kerja bagi seorang pemeluk agama. Sikap religius memberikan dorongan kepada seseorang dalam mencari makna religius untuk tindakan yang dipilihnya. Semakin dalam nilai-nilai agama terinternalisasi di dalam diri seseorang maka kepribadian dan sikap religius akan muncul dan terbentuk.

b. Fungsi Religiusitas

Thomas F.O'Dea menuliskan enam fungsi agama, yaitu :

1. Sebagai pendukung, pelipur lara, dan perekonsiliasi
2. Sarana hubungan trasendental melalui pemujaan dan upacara ibadat
3. Penguat penguat norma-norma dan nilai-nilai yang sudah ada
4. pengkoreksi fungsi yang sudah ada
5. pemberi identitas diri dan

¹⁷ Heny Kristiani Rahmawati, *Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Argopuro*, Community Development, Vol. 1 No. 2, Desember 2016, Hlm. 37-38

6. Pendewasan agama¹⁸

Menurut Hendro Puspito fungsi agama bagi manusia meliputi:

1. Fungsi Edukatif

Manusia mempercayakan fungsi edukatif pada agama yang mencakup tugas mengajar dan membimbing. Keberhasilan pendidikan terletak pada pendayagunaan nilai-nilai yang rohani yang merupakan pokok-pokok kepercayaan agama. Nilai yang diresapkan antara lain : makna dan tujuan hidup, hati nurani, rasa tanggung jawab dan Tuhan.

2. Fungsi Penyelamatan

Agama dengan segala ajarannya memberikan jaminan kepada manusia keselamatan dunia dan akhirat.

3. Fungsi Pengawasan Sosial

Agama ikut bertanggungjawab terhadap norma-norma sosial sehingga agama menyeleksi kaidah-kaidah sosial yang ada. Mengukuhkan yang baik dan menolak kaidah yang buruk selanjutnya ditinggalkan dan dianggap sebagai larangan. Agama juga memei sangsi-sangsi yang harus dijatuhkan kepada orang yang melanggar larangan dan mengadakan pengawasan yang ketat atas pelaksanaannya.

4. Fungsi Memupuk Persaudaraan

¹⁸Heni Kristiana Rahmawati. “Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro”. Jurnal Community Development. Vol. 1 Nomor 2. 2016. Hlm. 43

Persamaan keyakinan merupakan salah satu persamaan yang bisa memupuk rasa persaudaraan yang kuat. Manusia dalam persaudaraan bukan hanya melibatkan sebagian dari dirinya saja, melainkan seluruh pribadinya juga dilibatkan dalam suatu keintiman yang tedalam dengan sesuatu yang tertinggi yang dipercaya bersama.

5. Fungsi Transformatif

Agama mampu melakukan perubahan terhadap bentuk kehidupan masyarakat lama kedalam bentuk kehidupan baru. Hal ini dapat bererti pula menggantikan nilai-nilai lama dengan menanamkan nilai-nilai baru. Transformasi ini dilakukan pada nilai-nilai adat yang kurang manusiawi. Sebagai contoh kaum Qurais pada Jaman Nabi Muhammad SAW yang memiliki kebiasaan jahiliyah karena kedatangan islam sebagai agama yang menanamkan nilai-nilai baru sehingga nilai lama yang tidak manusiawi dihilangkan.

c. Dimensi-dimensireligiusitas

Ada lima dimensi Religiusitas yang dapat dijadikan indikator Religiusitas seseorang yaitu:

1. Dimensikeyakinan

Dimensi ini menunjukkan beberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran-kebenaran ajaran agamanya, terhadap ajaran-ajaran yang bersifat mendasar dan dogmatic, seperti kepercayaan kepada allah, malaikat kitab- kitab, nabi/rosul, surga dan neraka.

2. Dimensi ibadah atau praktek agama

Dimensi ini mencakup perilaku ketaatan dan hal-hal tingkat kepatuhan seseorang dalam melakukan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang telah diajarkan dan diperintahkan oleh agama. Dimensi praktik dalam agama islam dijalankan dengan melaksanakan ibadah sholat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Qur'an dan lain-lain.

3. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini menerapkan atau menunjukkan seberapa jauh pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama memiliki pengetahuan mengenai dasar-dasar ritus-ritus, kitab suci dan tradisi, seperti pengetahuan tentang kandungan Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan harus dilaksanakan, hukum islam serta pemahaman tentang kaidah-kaidah keilmuan ekonomi atau peran syariah.

4. Dimensi penghayatan atau pengalaman

Dimensi ini tentang pengalaman-pengalaman yang pernah dialami atau dirasakan, seperti merasa bahwa doanya dikabulkan tuhan, timbul rasa bertambah keimanan dan lain sebagainya.

5. Dimensi pengalaman

Dimensi ini merujuk pada seberapa tingkat muslim

berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajarannya yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Seperti perilaku suka menolong, bekerja sama, berlaku jujur dan sebagainya.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas yaitu sebagaiberikut:

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dari berbagai tekanan social (factor social) yang mencakup semua pengaruh social dalam perkembangan sikap keagamaan, termasuk pendidikan dan pengajaran orang tua, tradisi-tradisi social untuk menyesuaikan dengan berbagai pendapatan sikap yang disepakati oleh lingkungan.
2. berbagai pengalaman yang dialami oleh individu dalam membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, keselarasan, dan kebaikan dunia lain (faktor alamiah), adanya konflik moral (faktor moral) dan pengalaman emosional keagamaan (faktorefektif)
3. factor-factor yang seluruhnya atau sebagian timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi terutama kebutuhan terhadap keamanan, cinta, kasihsayang.
4. Berbagai proses pemikiran verbal atau proses intelektual. manusia diciptakan dengan memiliki berbagai macam potensi. salah satunya adalah potensi untuk beragama.

B. Etos Kerja

a. Pengertian

Menurut arifin (2010) menjelaskan bahwa etos kerja merupakan sejumlah nilai atau perangai budaya karakteristik manusia dalam dunia kerja. Etos kerja berkaitan dengan sikap moral yang berorientasi sikap moral yang harus diikuti dan berkaitan dengan sikap kehendak mendasarkan hati nurani. Etos kerja berasal dari nilai religius budaya dan sikap hidup suatu masyarakat, karena itu etos kerja dapat menjadi daya kekuatan, atau motivasi manusia dalam bekerja. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa etos kerja merupakan suatu sikap atau pandangan mendasar yang dipegang oleh seseorang untuk meningkatkan kualitas kerja sehingga dapat mempengaruhi pencapaian kinerja yang terbaik dalam suatu pekerjaann.

Menurut P. Siagin (dalam Tampubolon, 2007) menjelaskan bahwa etos kerja merupakan norma-norma yang sifatnya mengikat dan ditetapkan secara eksplisit serta praktik-praktik yang diterima dan daui sebagai kebiasaan yang wajar untuk dipertahankan dan diterapkan dalam kehidupan organisasi.¹⁹

b. Karakteristik Etos Kerja

Menurut Priansa (2016) etos kerja memiliki karakteristik yang menjadi identik makna etos kerja dan sekaligus menjadi indikator etos

¹⁹Biatna Dulbert Tampubolon, “Analisis Faktor Gaya Kepemimpinan dan Faktor Etos Terhadap Kinerja Pegawai Pada Organisasi Yng Telah Menerapkan SNI 19-9001-2001”, Jurnal Standarisasi No. 3 (2007), Hlm. 107

kerja menurut Wati (2016) yaitu:²⁰

1. Keahlian interpersonal

Keahlian interpersonal adalah aspek yang berkaitan dengan kemampuan untuk menjalin hubungan kerja dengan orang lain. Yang meliputi sikap, cara penampilan dan perilaku yang digunakan pegawai saat berada dilingkungan orang lain. Keahlian interpersonal meliputi sikap, cara, penampilan, dan perilaku yang digunakan pegawai saat dilingkungan orang lain. Indikator yang digunakan untuk mengetahui keahlian interpersonal yakni karakteristik pribadi yang dapat memfasilitasi hubungan interpersonal yang baik dapat memberikan kontribusi dalam kinerja pegawai.

2. Inisiatif

Inisiatif adalah karakter yang dapat memfasilitasi seseorang untuk terdorong dalam meningkatkan kerjanya dengan tidak merasa puas dengan kinerja yang biasa untuk menggambarkan inisiatif ada 16 sifat yaitu cerdiik, produktif, banyak ide, berinisiatif, teliti, akurat, mandiri, antusias, dedikasi, gigih serta teratur.

3. Dapat diandalkan

Dapat diandalkan artinya aspek yang berhubungan dengan

adanya harapan terhadap hasil kerja seorang pekerja yang merupakan suatu perjanjian eksplisit untuk melakukan beberapa fungsi dalam kerja. Terdapat tujuh dalam penggambaran seorang pegawai yang dapat diandalkan, yaitu mengikut petunjuk, dapat diandalkan, mematuhi aturan, dapat dipercaya, berhati-hati, jujur, serta tepat waktu.

4. Elemen etos kerja²¹

- a. Kerja, adalah rahmat apapun pekerjaan kita harus bersyukur karena kerja merupakan rahmat darituhan.
- b. kerja adalah amanah, karena kerja adalah titipan berharga yang dipercayakan pada kita maka dari itu secara moral kita bekerja harus dengan benar dan tanggungjawab. Etos ini akan menjadikan bekerja dengan sepenuh hati.
- c. kerja adalah panggilan, karena merupakan suatu darma yang sesuai dengan panggilan jiwa sehingga kita dapat bekerja dengan penuhintegritas.
- d. kerja adalah aktualisasi karean kerja merupakan sarana untuk mencapai hakikat manusia yang tertinggi yang menjadikan kita bekerja keras yang disertai dengan penuhsemangat.
- e. Kerja adalah ibadah, bekerja merupakan salah satu bentuk ketaqwaan kita kepada tuhan, dengan pekerjaan manusia mengarah Padapengabdian.

²¹Ibid, hlm. 286

- f. Kerja adalah seni, dengan ini maka akan membuat kita bekerja dengan perasaan yang gembira, seperti melakukan hobi dengan begitu kita bisa menikmati pekerjaan.
- g. Kerja adalah kehormatan, apapun pekerjaannya itu semua adalah sebuah kehormatan. Kehormatan berarti kemampuan menjaga erilaku etis dan menjauhi nista.
- h. Bekerja adalah pelayanan, bekerja tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk melayani dengan penuh kerendahan hati.

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi Etos Kerja

1. Faktor Internal

a. Agama

Agama mengajarkan nilai-nilai kehidupan kepada umatnya untuk ditaati dalam diri seseorang terhadap nilai-nilai agama yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dinamakan religiusitas. Selain itu agama juga membentuk nilai-nilai, keyakinan dan perilaku dimana nilai tersebut akan mempengaruhi dan menentukan pola pikir, bersikap, dan bertindak. Kualitas reigiustas yang rendah secara tidak langsung akan memberikan dampak etos kerja yang rendah.

b. pendidikan

pendidikan berkaitan erat dengan pembentukan karakter dan etos kerja dalam jangka panjang, pendidikan yang baik dapat menginternalisasikan etos kerja dengan tepat maka

seorang akan memiliki etos kerja yang tinggi.

c. Motivasi instrinsik

Individu yang memiliki etos kerja yang tinggi adalah individu yang bermotivasi tinggi adalah motivasi yang timbul dari diri sendiri yang sering disebut motivasi intrinsik.

d. Usia

Usia juga mempengaruhi etos kerja, karena yang memiliki usia dibawah 30 tahun cenderung memiliki etos kerja yang tinggi.

e. Jeniskelamin

Perempuan cenderung mempunyai etos kerja komitmen dan loyalitas yang tinggi dibandingkan dengan laki-laki.

2. Faktor eksternal

a. Budaya

Etos budaya atau yang disebut juga sebagai sikap mental, disiplin, dan semangat kerja masyarakat secara operasional merupakan etos kerja.

b. Sosial Politik

Suatu struktur politik yang memberikan dorongan masyarakat untuk bekerja keras akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya etos kerja yang dimiliki oleh masyarakat.

c. Kondisi lingkungan atau geografis

Etos kerja dapat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan.

Kondisi lingkungan yang mendukung akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan usaha.

d. Struktur Ekonomi

Tinggi rendahnya etos kerja dapat dipengaruhi oleh struktur ekonomi, terutama struktur ekonomi yang abadi dalam Negara tersebut.

e. Perkembangan bangsa lain

Perkembangan teknologi dan arus informasi yang tanpa batas menjadikan Negara-negara berkembang cenderung meniru etos kerja dari bangsa lain yakni Negara yang sudah maju maju dan berkembang pesat.

D. Tujuan Etos Kerja

Seorang pedagang memang dituntut untuk mempunyai etos kerja yang tinggi karena selain sebagai penjual barang, pedagang juga bekerja yang mempunyai tujuan untuk beberapa hal: 1. Mencari nafkah 2. Menjamin masa depan anak cucu 3. mendapatkan tempat di masyarakat 4. Menyatakan jati dirinya, pandangan pandangan serta prinsip yang ada dalam dirinya.

Tujuan dalam kerja juga untuk mencapai target yang diinginkan oleh seorang dalam bekerja. Tujuan bekerja sebenarnya dari latar belakang yang menjadi motivasi seorang dalam bekerja, dan hal yang sangat membelatar belakangi seseorang adalah faktor kebutuhan.

Karena dalam diri manusia ada dua kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, yaitu kebutuhan material dan kebutuhan spritual. Dimana kebutuhan spiritual sangat penting dalam memotivasi seseorang dalam kerjanya guna untuk kebutuhan materilnya.

Hadari Nawawi mengemukakan bahwa ada dua macam yang memotivasi atau mendorong manusia ke arah tujuan kerjanya, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.

- a. Motivasi intrinsik merasa memperoleh kesempatan yang baik dengan tujuan dapat bekerja secara maksimal.
- b. Motivasi ekstrinsik motivasi yang menyertai seseorang bekerja dengan cukup dedikasi dan tujuan yang diinginkan untuk memperoleh uang dan gaji tinggi.²²

Disisi lain yaitu sudut pandang islam, beberapa landasan atau tujuan dari etos kerja adalah :²³

- 1) Sebagai realisasi pengabdian kita kepada Allah SWT dengan harapan mengharapkan ridha-nya

Bahwasannya bekerja keras dalam islam, bukanlah sekedar memenuhi kebutuhan naluri hidup untuk kepentingan perut. Namun lebih dari itu terdapat tujuan filosofis yang luhur, tujuan yang mulia, tujuan ideal yang sempurna yakni untuk berta'abud kepada

²²Saifullah. *EtosKerja Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Sosial Humaniora, Vol 3 no. 1, Juni 2010

²³Zainuddin Hamka, *Islam dan Etos Kerja*, Jurnal Pemikiran Islam Kontektual, Vol.4, No.1, Juni 2013

Allah SWT dan mencari Ridho-nya.

2) Memenuhi kebutuhan hidup

Bahwa dalam hidup di dunia kita mempunyai sejumlah kebutuhan yang bermacam-macam. Sangatlah mustahil apalagi kita akan memenuhi kebutuhan hidup tanpa kerja usaha, kerja keras. Karenanya etos kerja yang tinggi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang sangat komplek.

Abdul Wahab Khallab tujuan syari Allah dalam pembentukan hukumnya, yaitu merealisasikan kemaslahatan manusia dengan menjamin kebutuhan pokoknya (primer) dan memenuhi kebutuhan (sekunder) serta kebutuhan perlengkapan.²⁴

3) Memenuhi kebutuhan keluarga

Dalam point ini lebih ditekankan pada seseorang kepala rumah tangga yang bertanggung jawab terhadap keharmonisan dan keberlangsungan rumah tangganya, kewajiban dan tanggung jawab itu menimbulkan konsekuensi-konsekuensi bagi pihak suami atau kepala rumah tangga yang mengharuskan dia bangkit bergerak dan rajin bekerja.

4) Kepentingan amal sosial

Diantara tujuan bekerja adalah bahwa hasil kerjanya itu dapat dipakai sebagai kepentingan agama, amal sosial dan

²⁴Noer Iskandar, *Kaidah- Kaidah Hukum Islam*, Jakarta : Raja Grafindo, 1994), Hlm. 239

sebagainya. Karena sebagai makhluk sosial, manusia saling membutuhkan. Seorang pedagang dibutuhkan dalam hal ekonomi dan sebagainya. Dan bentuk kebutuhan manusia itu berupa bantuan tenaga, pikiran dan material.

5) Menolak kemungkar

Diantara tujuan ideal berusaha dan bekerja adalah sejumlah kemungkar yang mungkin dapat terjadi pada diri seseorang yang tidak bekerja (pengangguran). Dengan bekerja dan berusaha berarti menghilangkan salah satu sifat dan sikap kemalasan dan pengangguran, sebab adanya kesempatan kerja yang terbuka menutupi keadaan-keadaan yang negatif seperti itu.

Dari paparan di atas bahwa dalam bekerja yang benar mempunyai tujuan ganda yaitu ukhrawi dan duniawi. Dalam tujuan ukhrawi ingin mendapatkan pahala dan mencari keridhoan Allah SWT, karena bernilai ibadah dalam memenuhi kebutuhan material dan spiritual, sedangkan tujuan duniawi yaitu ingin mendapatkan imbalan materi yang berupa uang atau gaji yang sepadan dengan keringat yang dikeluarkan, guna mencukupi kebutuhan hidup keluarganya.

Namun ada yang perlu diperhatikan dalam uang atau gaji yang didapat, kadang disalah artikan hanya dibuat senang-senang semata dan dipamerkan dalam kedudukan sosial, yang pada akhirnya menghalalkan segala untuk memuaskan kesenangannya.

E. Menumbuhkan Etos Kerja Secara Islami

Setiap pekerja, terutama yang beragama islam, harus dapat menumbuhkan etos kerja secara islami karena pekerjaan yang ditekuninya bernilai ibadah. Hasil yang diperoleh dari pekerjaannya juga dapat digunakan untuk kepentingan ibadah, termasuk didalamnya menghidupi ekonomi keluarga. Oleh karena itu, seleksi dalam memilih pekerjaan dan menumbuhkan etos kerja yang islami menjadi satu keharusan bagi semua pekerja. Tanpa itu, para pekerja hanya dapat bisa mendapat nilai materi yang secara kuantitas hanya menjanjikan kepuasan semu.

Padahal, nilai spiritual yang berkualitas berupa “berkah” sangat penting untuk kehidupan, bahkan lebih penting dari segala-galanya. Pertimbangannya sederhana saja: penghasilan yang diperoleh dengan cara yang tidak halal, cepat atau lambat menjadi sumber malapetaka keluarga, masyarakat, negara dan agama. Fakta sosial banyak memperlihatkan kepada kita tentang hal tersebut.

Diantaranya adalah berapa banyak orang yang terlihat sukses dalam ekonomi dan berkuasa kuasa namun keluarga mereka hancur berantakan. Sebaliknya tidak sedikit orang-orang yang dipandang miskin harta tetapi sukses dalam membina keluarga.

Bukankah anak-anak yang terlibat narkoba dan kejahatan lainnya pada umumnya anak orang-orang berada? Ada sesuatu yang hilang (*something lost*) dalam kehidupan berkeluarga. Yaitu,

keberkahan hidup dalam bekerja karena hanya mengejar keuntungan tanpa memperhatikan cara-cara yang benar.

Mengapa rezeki tersebut tidak membawa berkah? Jawabannya sederhana, tetapi teramat penting untuk dihayati. Yaitu, boleh jadi kita menemukan hak orang lain, terutama orang miskin atau kita curang dalam memperoleh rezeki yang menyebabkan pihak lain dirugikan. Kerugian dan penderitaan yang dialami dapat melahirkan kebencian. Kebencian ini mengarah kepada jeritan batin dalam bentuk doa-doa dalam syair yang bernada mengutuk. Allah pasti menjawab doa orang yang teraniaya menurunkan bala dan musibah pada mereka yang menganiaya artinya, doa orang-orang yang teraniaya itu dikabulkan tuhan.²⁵

Untuk menghin dari hal-hal tersebut diatas maka etos kerja secara islami perlu ditumbuhkan. Adapaun etos kerja tersebut adalah sebagai berikut:

1. Niat ikhlas karena Allah semata

Niat teramat penting dalam setiap aktivitas. Nilai pekerjaan kita bisa menjadi ibadah atau tidak sangat bergantung kepada niat untuk apakita melaksanakan sesuatu.

Dalam pengertian sederhana, manusia akan diperhitungkan perbuatan sesuai dengan niatnya. Nabi SAW Bersabda dalam hadits

²⁵Tohir Luth, *Antara Perut dan Etos Kerja Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), Hlm. 38-39

yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim, “*Sesungguhnya segala perbuatan bergantung pada niatnya. Dan sesungguhnya seorang akan memperoleh pahala sesuai dengan apa yang niatkan.* (H.R Syaikh).

Niat yang ikhlas merupakan landasan setiap aktivitas kita. Niat hanya karena Allah, akan menyadarkan kita bahwa Allah SWT sedang memantau kerja kita, Allah hendaknya menjadi tujuan kita, segala yang kita peroleh wajib disyukuri, rezeki harus digunakan dan dibelanjakan pada jalan yang benar, dan menyadari apa saja yang kita peroleh pasti ada pertanggung jawaban kepada Allah SWT.

Kesadaran-kesadaran diatas akan terus membimbing kita sekaligus mencegah perbuatan curang dan culas dalam mencari rezeki.

2. Kerja Keras (*al jiddu fi al- 'amal*)

Perjudian merupakan aktivitas yang tidak memerlukan kerja keras kecuali memutar otak. Kalau menang, maka hasilnya membuat orang kaya mendadak. Kalau kalah, membuat orang miskin mendadak. Meramal nomor juga tidak perlu kerja keras, cukup memutar otak untuk mengutak-atik angka. Kalau menang meramal, mujur nasibnya tetapi kalau kalah pasti bangkrut. Menjadi muckari juga tidak perlu bekerja keras. Cukup merima pesanan dan menyediakan pelayanan yang sesuai, maka muckari akan menjadi orang kaya.

Membuat skenario atau mengatur siasat menipu dan memeras orang hanya dengan modal dengkul juga tidak perlu memerlukan kerja keras. Asal pintar mengatur siasat yang meyakinkan bisa membuat orang kaya mendadak. Resikonya, jika terbongkar hidup dibalik terali besi atau dihakimi massa. Karena sudah tidak tahan merasakan kemiskinan, orang sering menghalalkan segala cara untuk cepat menjadi kaya. Perbuatan tersebut tidak dibenarkan oleh agama Islam. Islam memerintahkan kita agar bekerja keras.

Maksudnya, bekerja dengan sungguh-sungguh sepenuh hati, jujur dan mencari rezeki yang halal dengan cara-cara yang halal pula. Yang demikian itu dapat dikategorikan sebagai perbuatan ibadah (jihad). Orang yang bekerja keras dikelompokkan sebagai mujahid di jalan Allah. Sesuai dengan pesan Rasulullah saw. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, *“sesungguhnya Allah mencintai ambanya yang bekerja dan terampil. Barangsiapa bersusah payah mencari nafkah untuk keluarganya, maka dia serupa dengan seorang mujahid di jalan Allah.”*²⁶

3. Memiliki cita-cita yang tinggi

Sebagai pekerja, jangan puas hanya menjadi bawahan seumur hidup. Dalam bahasa sederhana, jangan menjadi kuli kasar sepanjang masa. Kita harus berusaha menjadi pemilik usaha (majikan) untuk masa-masa tertentu. Biarlah hari ini kita bekerja sebagai buruh kasar,

²⁶*Ibid*, Hlm. 39-40

tetapi suatu saat kita akan menjadi majikan. Kali ini biarlah kita kesana-kemari mencari pekerjaan, tetapi di satu masa nanti kita akan membuka dan memberi peluang orang lain bekerja ditempat kita.

Untuk keluar sebagai pemenang, maka perlu memperhatikan, hal-hal sebagai berikut :

1. Belajarlah dengan baik dan jujur supaya memperoleh kepercayaan orang.
2. Upayakan untuk memperoleh keuntungan diperusahaan agar karyawan bisa memperoleh penghasilan tambahan.
3. Galilah ilmu ditempat kita bekerja, seperti manajemen, melihat peluang, pemasaran, sampai kepada upaya menjalin hubungan dengan mitra dagang dan para konsumen.
4. Sisakanlah penghasilan tersebut dalam bentuk tabungan untuk dijadikan modal dimasa depan.
5. Hindarilah gaya hidup yang berfoya foya dan berhura-hura.
6. Bertakwalah kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta mohon agar menjadi orang-orang yang banyak mengeluarkan zakat dan sedekah.
7. Belanjakanlah sebagian harta beda atau penghasilan dalam bentuk infak, sedekah, zakat untuk keentingan anak yatim-piatu, fakir miskin, kaum dhuafa dan kepetingan sosial lainnya.

D. Omset Penjualan

a. Pengertian Omset Penjualan

Definisi Omset penjualan menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2000 : 626), adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omset penjualan total jumlah penjualan barang atau jasa dari laporan laba atau rugi perusahaan selama periode penjualan laba tertentu. Upaya meningkatkan omset merupakan rencana yang menjabarkan harapan dan tujuan perusahaan tentang dampak dari berbagai kreativitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini penjualan produknya dipasar.

Oleh sebab itu, perusahaan membutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program itu sejalan dan terintegritas secara sinergistik. Dengan demikian, manajemen perusahaan diharapkan mampu melakukan pemasaran yang efektif dalam memenangkan persaingan, baik melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada pelanggan secara luas sehingga omset penjualan produk dapat meningkat sebagaimana yang diharapkan.

Upaya meningkatkan omset merupakan rencana yang menjabarkan harapan dan tujuan perusahaan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini penjualan produknya dipasar. Oleh sebab itu perusahaan membutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program itu sejalan dan terintegritas dengan sinergistik.

Dengan demikian, manajemen perusahaan diharapkan mampu melakukan pemasaran yang efektif dalam memenangkan persaingan, baik melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada pelanggan secara luas sehingga omset penjualan produk dapat meningkat sebagaimana yang diharapkan.²⁷

Chaniago (1998) memberikan pendapat tentang omset penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha (1993) memberikan pengertian omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.²⁸

Omset diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu : tingkat penjualan yang ingin dicapai, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan keuntungan atas penjualan.²⁹

²⁷Jaya Bahwi Yanti, *Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Smartphone Blacberry dengan Menggunakan Analisis Swoot pada PT. Teletama Artha Mandiri (TAM) Depo Banjarmasin, Jurnal KINDAI, No.2, Vol. 11 (Juni 2015), Hlm. 69*

²⁸Nissa Nurfitriya, *Analisis Perbedaan Omset Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu, (Semarang : 2011), Hlm. 4*

²⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), Hlm. 118*

Menurut Kotler perolehan peningkatan omset yang tinggi akan terpenuhi apabila.³⁰

- a) Kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan dapat memberikan keuntungan
- b) Kinerja perusahaan secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode waktu
- c) Setiap omset penjualan tidak mengalami penurunan
- d) Setiap omset perusahaan meningkat sesuai dengan besarnya jumlah pelanggan
- e) Tidak terpengaruh oleh faktor-faktor yang kurang komparatif dalam mempengaruhi omset penjualan yang diterima.

Dalam melakukan kegiatan bisnisnya suatu perusahaan dapat mengalami penurunan omset yang dikarenakan beberapa faktor dari dalam dan luar perusahaan tersebut. Faktor-faktor yang menyebabkan turunnya omset penjualan yaitu sebagai berikut:

1. Faktor internal

Yaitu turunnya omset penjualan dapat terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri faktor internal terdiri atas sebagai berikut :³¹

- a. Kualitas produk turun
- b. Jasa yang diberikan bertambah jelek

³⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Hlm. 168

³¹Alex S. Nitisemito, *Manajemen Personalia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 196

- c. Sering kosongnya persediaan barang
- d. Penurunan komisi penjualan yang diberikan
- e. Pengetatan terhadap piutang yang diberikan
- f. Turunnya kegiatan penjualan
- g. Penurunan kegiatan promosi dan promosi penjualan
- h. Penetapan harga jual yang tinggi

2. Faktor eksternal

Yaitu turunnya omset penjualan dapat terjadi diluar kekuasaan perusahaan itu sendiri. Faktor eksternal terdiri atas sebagai berikut

:

- a. Perubahan selera konsumen
- b. Hadirnya pesaing baru
- c. Munculnya barang pengganti
- d. Pengaruh psikologis
- e. Perubahan kebijakan pemerintah
- f. Agresifnya pesaing

Untuk meningkatkan omset diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan mampu memberikan dampak langsung tanpa mengesampingkan unsur yang dianjurkan dalam islam yang menjadi ciri khas bisnis Islami.

Penjualan didalam suatu usaha merupakan suatu kegiatan akhir

setelah produk di produksi. Penjualan akan mempengaruhi kelanjutan hidup seorang pengusaha, karena dengan penjualan maka suatu usaha akan memperoleh keuntungan. Dalam melaksanakan penjualan diperlukan taktik penjualan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Diharapkan dengan kepuasan ini mereka akan menjadi langganan yang bersifat jangka panjang. Para penjual hendaknya mempunyai seni dan keahlian untuk mempengaruhi orang lain dalam penjualan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud sesuai yang diharapkan.

Menurut Swasta, menyatakan bahwa: para pengusaha dalam mencapai suatu tujuan harus memperhatikan dan membuat produk, kemampuan menentukan harga yang tepat, dan kemampuan memilih penyalur dan saranapromosi yang tepat. “jadi dengan demikian tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud sesuai harapan, apabila dilaksanakan dengan kemampuan yang memadai dari perusahaan selain itu perusahaan harus benar-benar menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan dinamis.³²

Penjualan dalam berbagai pandangan para ahli, secara eksplisit memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasan atas produk yang digunakannya. Menurut Tjiptonodefisi menurut penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga

³²*Ibid*, Hlm. 197

apresiasi yaitu: pertama, tingkat penjualan yang ingin dicapai. Kedua, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi. Ketiga, adalah keuntungan atas penjualan.

Ketiga esensi tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industry yang menawarkan pembelian kepada konsumen. McDaniel mengemukakan bahwa penjualan menunjukkan nilai penawaran yang memiliki kesan sesuai dengan tingkat kemampuan konsumen untuk membeli dan memiliki suatu produk yang dinyatakan dengan nilai finansial atau nominal.

Menurut Sturtman pengertian penjualan adalah banyaknya sejumlah omset yang diterima akibat penawaran dan penjualan secara kontinu dan menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan nilai ekonomis dari suatu kegiatan jasa.

b. Pendapatan

Pendapatan atau penghasilan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “hasil kerja atau usaha”. Menurut Nasution dalam istilah umum pendapatan (*income*) adalah arus uang atau barang yang menguntungkan bagi seseorang, kelompok individu, sebuah perusahaan atau perekonomian, selama beberapa waktu.³³ Menurut Sherraden, menyatakan bahwa pendapatan merupakan semua uang yang masuk dalam

³³Mulia Nasution, *Manajemen Personalialia*, (Jakarta : Djambatan, 1994), Hlm. 206

sebuah rumah tangga atau unit terkecil lainnya dalam suatu masa tertentu.³⁴

Dalam Undang-undang Pajak Penghasilan Pendapatan didefinisikan sebagai “setiap tambahan kemampuan ekonomis (*economic benefic*) yang diterima atau diperoleh seseorang. Pendapatan sebagai penghargaan dari energi karyawan yang dimanifestasikan sebagai hasil produksi, atau suatu jasa yang dianggap sama dengan itu, yang berwujud uang, tanpa suatu jaminan yang pasti dalam tiap - tiap minggu atau bulan”. Jadi pendapatan adalah suatu penghargaan dalam bentuk hasil nyata yang diperoleh dari proses kerja berupa imbalan upah, gaji, dan honor. Sangat jelas bahwa pendapatan yang berupa uang adalah wujud nyata yang harus dimiliki oleh setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kemauan dan kesanggupan seseorang untuk bekerja berangkat dari adanya kebutuhan dirinya dan keluarganya.

Dengan demikian sangatlah jelas bahwa pendapatan yang diterima itu sangatlah berpengaruh, karena dengan adanya pendapatan yang memadai dapat memberikan kepuasan bagi seseorang untuk lebih bersemangat, antusias, dan rajin bekerja. Kepuasan yang ditimbulkan pekerjaan ini dapat menjadi motivasi yang kuat untuk menjalankan tugasnya dengan efektif. Keadaan ini secara tidak langsung mendorong untuk meningkatkan prestasi kerjanya dalam bekerja.

Dilihat dari sisi industri, pendapatan berarti jumlah penghasilan

³⁴Michael Sherraden, *Aset Untuk Orang Miskin*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2006), Hlm. 209

yang diperoleh dari menjual barang hasil industri atau dengan kata lain menghargakan dengan suatu harga pasar tertentu. Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti: sewa, bunga, deviden serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.³⁵ Produksi adalah kegiatan menghasilkan atau menambah nilai guna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Produksi dapat dilakukan secara perseorangan (individu) maupun berkelompok. Orang atau pihak yang menghasilkan barang disebut produsen. Hasil produksi berupa barang atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah perolehan yang diterima seseorang sebagai penghargaan dan balas jasa atas jerih payahnya selama bekerja, baik dalam yang berbentuk uang, gaji, upah, honor dan tunjangan, maupun bukan uang seperti asuransi dan lain-lain demi meningkatkan kualitas hidupnya.

Menurut Tohar pendapatan memiliki indikator :

- a. Pendapatan asli yaitu pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi barang.
- b. Pendapatan turunan (sekunder) yaitu pendapatan dari golongan

³⁵Sumodiningrat Gunawan, *Materi Pokok Ekonomi Produksi*, (Jakarta : Karunika Universitas Terbuka, 1993), hlm. 75

penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang seperti dokter, ahli hukum dan pegawai negeri.

- c. Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- d. Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

B. Biaya-biaya

Menurut Mulyadi biaya adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi industri atau produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan equipment, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang digunakan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses industri.³⁶

Biaya produksi secara lebih secara luas dalam suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang dalam kurun waktu tertentu jumlahnya tetap dan tidak berubah. Biaya ini tidak tergantung dari banyak sedikitnya barang atau output yang dihasilkan. Misalnya biaya

³⁶Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta : Universitas Gajah Mada, 1999), Hlm. 14

gaji pegawai tetap, manajer, sewa tanah, penyusutan mesin, bunga pinjaman bank.

2. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya Variabel merupakan pengeluaran yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah seseuai dengan jumlah output yang dihasilkan. Dalam hal ini, semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan, semakin besar pula biaya variabelnya. Misalnya biaya bahan baku, bahan pembantu, bahan bakar dan upah tenaga kerja langsung.

3. Biaya Total (*Total Cost*)

Biaya total merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua output, baik barang maupun jasa. Biaya ini dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total dengan biaya variabel total.

4. Biaya rata-rata (*Average Cost*)

Biaya rata-rata merupakan biaya total yang dikeluarkan untuk setiap unit output.

5. Biaya Marginal (*Marginal Cost*)

Biaya marginal merupakan kenaikan dari biaya total yang diakibatkan oleh diproduksinya tambahan satu unit output.³⁷

³⁷*Ibid*, hlm. 15

C. Gaji atau Upah

Pengertian gaji menurut Kadarisman (2012:316) gaji adalah balas jasa dalam bentuk uang yang diterima karyawan atau pegawai sebagai konsekuensi dari statusnya sebagai seorang pegawai yang memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Atau dapat juga dikatakan sebagai bayaran tetap yang diterima seseorang karena kedudukannya dalam perusahaan atau organisasi.³⁸

Gaji merupakan suatu imbalan bagi karyawan secara teratur atas jerih payahnya dalam perusahaan yang diberikan untuk mencapai tujuan dan merupakan dorongan bagi karyawan untuk meningkatkan aktivitas yang akan datang.

Sedangkan indikator gaji atau upah menurut Panjojo dan Suad sebagai berikut:³⁹

- a. Upah langsung
- b. Gaji komisi
- c. Shift kerja
- d. Tunjangan tambahan

³⁸Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), Hm. 316

³⁹Agustina Indriyani, *Analisis Pengaruh Gaji dan Tunjangan Kesejahteraan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Operation Department PT. Export Leaf Indonesia*. (Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 01, Februari-juli 2014), Hlm. 6

4. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar merupakan sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah peraturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran.

Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak.

Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan beberapa contoh termasuk pasar petani lokal yang diadakan di alun-alun kota atau tempat parkir, dan pusat perbelanjaan.⁴⁰

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antar permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan

⁴⁰Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Surabaya: Pustaka Pelajar, 1999), Hlm. 47-48

harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.⁴¹ Jadi yang dimaksud dengan pasar secara umum adalah tempat terjadinya proses jual beli antara pembeli dan penjual, dimana diantara kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari transaksi yang terjadi di pasar tadi, sesuai dengan kualitas dan kualitas barang yang dijadikan untuk bertransaksi tersebut.

Dalam ilmu ekonomi mainstream, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi. Pasar peserta terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dan dasar penawaran dan permintaan. Ada dua peran dipasar, pembeli dan penjual.

Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa dan barang.

⁴¹Belshaw, *Tukar Menukar di Pasar Tradisional dan Pasar Modern*, (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2002), Hlm. 28

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa.

Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua orang akan berperan ganda yaitu sebagai pembeli dan penjual.⁴²

Dari pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa pasar pada saat ini tidak hanya berupa tempat untuk berjual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya.

Pasar secara fisik adalah tempat pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka atau tertutup atau sebagian terbuka atau sebagian bahu jalan. Selanjutnya pengelompokan para pedagang eceran tersebut menempati bangunan-

⁴²Adiwarman Karim, *Ekonomi MikroIslam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 6

bangunan temporer, semi permanen ataupun permanen.⁴³

Secara sosiologis dan kultural, makna filosofis sebuah pasar tidak hanya merupakan arena jual beli barang atau jasa, namun merupakan tempat pertemuan warga untuk saling berinteraksi sosial atau melakukan diskusi informal atas permasalahan kota.

Dalam pandangan islam pasar merupakan wahana atau tempat transaksi ekonomi yang ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang tidak cukup memadai pencapaian tujuan ekonomi yang islami. Secara teoritik maupun praktikal pasar memiliki beberapa kelemahan, misalnya mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, tidak selarasnya antara prioritas individu dengan sosial antara berbagai kebutuhan, adanya kegagalan pasar, ketidaksempurnaan persaingan, dan lain-lain.

b. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional terdiri dari kata “pasar” dan “tradisional”. Pasar berasal dari kata bazar yang berasal dari bahasa Parsi dan Arab berarti tempat berjualan sedangkan dalam Kamus Bahasa Indonesia “pasar” jga diartikan sebagai tempat orang berjual beli. Sehingga dapat disimpulkan kata pasar secara umum memiliki arti sebagai tempat berjualan.⁴⁴

Kata tradisioal juga berasal dari serapan bahasa inggris yaitu traditional. Dalam kamus bahasa Indonesia kata “tradisional” memiliki

⁴³Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 61

⁴⁴Kamus Besar Bahasa Indonesia, Online 2 Januari 2017

arti menurut tradisi, yaitu adat kebiasaan yang masih diturunkan secara turun temurun. Sedangkan dalam kamus Oxford For Advance Learners Dictionary, “traditional” diartikan sesuatu yang bersifat dan didasarkan pada tradisi (kebiasaan). Dari pengertian menurut bahasa, dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional yaitu tempat yang mewadahi aktivitas jual beli yang dilakukan secara tradisional yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli secara langsung.

Kata tradisional erat kaitannya dengan kata “tradisi” yang berasal dari bahasa latin: *traditio* yang artinya “diteruskan”. Tradisi merupakan suatu tindakan dan kelakuan sekelompok orang dengan wujud suatu benda atau tindak laku sebagai unsur kebudayaan yang dituangkan melalui fikiran dan imajinasi serta diteruskan dari satu generasi ke generasi berikutnya yang didalamnya memuat suatu norma, nilai, harapan dan cita-cita tanpa ada batas waktu yang membatasi.⁴⁵

Dari konsep tradisi tersebut diatas, maka lahirlah konsep tradisional. Tradisional merupakan sikap mental dalam merespon berbagai persoalan dalam masyarakat.⁴⁶

Didalamnya terkandung metodologi atau cara berfikir dan bertindak yang selalu berpegang teguh atau berpedoman pada nilai dan norma yang berlaku di dalam masyarakat. Dengan kata lain setiap

⁴⁵<http://pasartradisi.blogspot.com/2007/12/pasar-pasar-merupakan-kegiatan-penjual.html>
(akses tanggal 23 juni 2016)

⁴⁶Sajogyo, *Sosiologi Pembangunan : Ciri-ciri Masyarakat Tradisional dan Ciri-ciri Masyarakat Modern..* (Jakarta: Fakultas Pasca Sarjana IKIP Jakarta, 1985). Hlm. 89-90

tindakan dalam menyelesaikan persoalan berdasarkan tradisi. Seseorang akan merasa yakin bahwa suatu tindakannya adalah betul dan baik, bila dia bertindak atau mengambil keputusan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku.

Dan sebaliknya, dia akan merasakan bahwa tindakannya salah atau keliru atau tidak akan dihargai oleh masyarakat bila ia berbuat diluar tradisi atau kebiasaan-kebiasaan dalam masyarakatnya. Disamping itu berdasarkan pengalaman atau kebiasaannya dia akan tahu persis mana yang menguntungkan dan mana yang tidak. Oleh karena itu, sikap tradisional adalah bagian terpenting dalam sistem transformasi nilai-nilai kebudayaan.

Dapat pula dengan pengertian pasar tradisional adalah merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi atau tawar-menawar penjual dan pembeli secara langsung, bangunan terdiri dari kios-kios atau gerai, akses lebih luas bagi para produsen dan dasarn yang terbuka yang dibuka oleh para penjual maupun pengelola pasar.⁴⁷

Jadi pengertian antara pasar dan pasar tradisional memiliki sedikit perbedaan amun secara umum memiliki kesamaan, hanya saja pasar tradisional dilihat dari segi tempat memiliki perbedaan dari pasar-pasar yang lain. Namun tidak mengurangi peran dan fungsi pasar itu sendiri

⁴⁷Isbandi Rukminto Adi, *Kesejahteraan Sosial*, (Depok: PT.Rajagrafindo Persada, 2013), Hlm. 18

meskipun dari segi tempat agak sedikit berbeda.

Dalam kajian sosiologi, pasar dibedakan antara pasar sebagai tempat pasar (*market place*) dan pasar (*market*). Pasar sebagai tempat pasar (*marketplace*) merupakan bentuk fisik dimana barang dan jasa dibawa untuk dijual dan dimana pembeli bersedia membeli barang dan jasa tersebut. Sedangkan pasar (*market*) dilihat oleh sosiolog sebagai suatu institusi sosial, yaitu suatu struktur sosial yang memberikan tatanan siap pakai bagi pemecahan persoalan kebutuhan dasar kemanusiaan, khususnya kebutuhan dasar ekonomi dalam distribusi barang dan jasa.

Pasar oleh sebab itu, dapat dipandang sebagai serangkaian hubungan sosial yang terorganisasi diseperti proses jual beli sesuatu yang berharga.

Dampak Positif dan Negatif Pasar Tradisional :

1. Dampak Positif

- a. Keberadaan pasar tradisional mampu menyerap tenaga kerja secara langsung sebanyak 35 juta orang
- b. Lebih murah dibandingkan pasar modern
- c. Lebih banyak pilihan
- d. Bisa ditawarkan

2. Dampak Negatif Pasar Tradisional

- a. Kebersihan tidak terjamin
- b. Bau
- c. jorok⁴⁸

c. Jenis-jenis Pasar

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yakni menurut jenis kegiatannya, menurut lokasi dan pelayanannya, menurut waktu kegiatannya, dan menurut status kepemilkannya.

1. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi 3 jenis :
 - a. Pasar eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran
 - b. Pasar grosir, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar
 - c. Pasar induk pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian
2. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi 5 jenis :
 - a. Pasar regional, yaitu pasar yang terletak dilokasi yang strategis

⁴⁸<http://id.answer.yahoo.com/question/index?qid=20101208054658AasIxFX><http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>

dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai ke luar kota, serta barang yang diperjualbelikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

- b. Pasar kota, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk, dan pasar grosir.
- c. Pasar wilayah (distrik), yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap. Melayani sekitar 50.000-60.000 penduduk. yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran, pasar khusus, dan pasar induk.
- d. Pasar lingkungan, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayanan meliputi lingkungan pemukiman saja, serta barang yang diperjualbelikan kurang lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.
- e. Pasar khusus, yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis,

bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan terdiri dari satu macam barang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

3. Menurut waktu kegiatannya, pasar digolongkan menjadi 4 jenis :
 - a. Pasar siang hari, yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00
 - b. Pasar malam hari, yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00
 - c. Pasar siang malam, yang beroperasi 24 jam nonstop
 - d. Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan ditiadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu
Contohnya: pasar maulud, pasar murah idul fitri, dan sebagainya.
4. Menurut status kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis :
 - a. Pasar pemerintah, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah
 - b. Pasar swasta, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh ada hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah
 - c. Pasar liar, yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya

fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar yang tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan/ketua RW. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan pertanggungjawabannya, yakni pasar perorangan, pasar RW dan pasar desa.⁴⁹

d. Struktur pasar

Pasar juga dapat dibedakan menurut strukturnya. Struktur pasar merupakan bahasan utama karena dapat meningkatkan persaingan suatu pasar barang atau jasa. Tingkat persaingan pasar dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli sebagai berikut:

1. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) yang sering disebut pasar persaingan murni (*pure competition*) adalah pasar dimana terdapat banyak penjual tetapi tidak ada satu pun diantara mereka yang berkemampuan mempengaruhi harga pasar yang berlaku baik dengan mengubah jumlah penawaran maupun harga produksi.

2. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna disebut *imperfect*

⁴⁹Bornok Sinaga, “*Dinamika Sosial Pasar Tradisional Malam Hari*”, Skripsi, Fakultas Ilmu

competition, bentuknya berupa pasar monopoli, oligopoli dan monopolistik. Suatu pasar dikatakan sebagai pasar monopoli apabila seluruh penawaran terhadap sejenis barang pada pasar dikuasai oleh seorang penjual atau sejumlah penjual tertentu. Karena monopolis (penjual) sudah menguasai penawaran, otomatis tujuan mereka untuk mendapatkan keuntungan pasti akan tercapai, sebagai monopolis, keputusan harga berada ditangan mereka.

3. Pasar persaingan monopolistik

Pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai pasar dengan banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (*diffrentated product*).

4. Pasar oligopoly

Pasar oligopoly adalah pasar yang terdiri atas beberapa penjual, jumlahnya antara 10 sampai dengan 15 penjual. Istilah oligopoly berasal dari kata *oligos polein* (bahasa Yunani) mempunyai arti yang menjual sedikit.⁵⁰

e. Ciri-ciri Pasar

Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar

⁵⁰Syafril, *Ekonomi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), Hlm. 116

menawar mampu memberikan dampak psikologis yang penting bagi masyarakat. Setiap orang yang berperan pada bertransaksi jual beli akan melibatkan seluruh emosi dan perasaannya, sehingga timbul interaksi sosial dan persoalan kompleks. Penjual dan pembeli saling bersaing mengukur kedalaman hati masing-masing.

Lalu muncul pemenang dalam penetapan harga tarik tambang psikolog itu biasanya diakhiri perasaan puas pada keduanya. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial yang lebih dekat. konsumen dapat menjadi langganan tetap stan pada pasar tradisional, kelancaran komunikasi sosial antar pembeli dan penjual dalam pasar tradisional tersebut menunjang ramainya stan tersebut.⁵¹ Maka, dibutuhkan ruang sirkulasi berupa ruang pedestrian dengan lebar yang cukup.

2. Pedagang di pasar tradisional berjumlah lebih dari satu, dan pedagang tersebut memiliki hak atas stan yang lebih dimiliki, dan memiliki hak penuh atas barang dagangan pada stan masing-masing, sehingga tidak terdapat satu manajemen seperti yang ada dipasar moderen.
3. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal:

Barang dagangan yang dijual dipasar tradisional ini adalah hasil

⁵¹Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1991), Hlm. 81

bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara.⁵²

4. Area yang terbuka dan tidak ber-AC

Berbeda halnya dengan pasar-pasar modern yang memiliki pendingin (AC). Pasar tradisional tidak memiliki AC karena dilakukan diruang terbuka sehingga tidak membutuhkan pendingin.

5. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.⁵³

6. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

f. Fungsi Pasar Tradisional

Adapun fungsi pasar tradisional adalah sebagai berikut :

⁵²Swasono, *Pekerja Sosial dan Kesejahteraan Sosial*, (Yogyakarta: Gramedia Pustaka, 2005), Hlm. 12

⁵³Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mnegeruk Untung*, (Jakarta: PT. Krisna Persada, 2005), Hlm. 15

1. Fungsi distribusi

Dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam melaksanakan transaksi.

Dalam fungsi distribusi, pasar berperan memperlancar penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

2. Fungsi pembentukan harga

Pasar berfungsi sebagai pembentuk harga pasar, yaitu kesepakatan harga antara penjual dan pembeli

3. Fungsi promosi

Pasar merupakan sarana paling tepat untuk ajang promosi. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan carang memasang spanduk, membagikan brosur, membagikan sampel.

Pasar juga berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk pelayanan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai segi atau bidang, diantaranya :

1. Segi ekonomi

Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mewedahi kebutuhan sebagai demand dan suplay.

2. Segi sosial budaya

Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.

3. Arsitektur

Menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

Berdasarkan fungsi diatas dapat diketahui bahwa ternyata fungsi pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk mencari keuntungan semata atau hanya sekedar terjadi tawar menawar, distribusi barang dll, tetapi lebih dari itu pasar dapat menjadi tempat untuk mempererat keakraban ditengah-tengah erbedaan yang ada di masyarakat.

g. Bentuk campur tangan pemerintah

Pemerintah memiliki kewenangan dalam memperbaiki mekanisme pasar jika terjadi kegagalan. Campur tangan pemerintah mempunyai beberapa tujuan penting seperti yang dinyatakan dibawah ini :

1. Mengawasi agar eksternalisasi kegiatan ekonomi yang merugikan dapat dihindari atau akibat buruknya dapat dikurangi.
2. Menyediakan barang publik yang cukup sehingga masyarakat dapat

memperoleh barang tersebut dengan mudah dan dengan biaya yang murah.

3. Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan terutama perusahaan-perusahaan yang besar yang dapat mempengaruhi pasar, agar mereka tidak mempunyai kekuasaan monopoli yang merugikan khalayak ramai.
4. Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan penindasan dan ketidaksetaraan di dalam masyarakat.
5. Memastikan agar kegiatan ekonomi yang dapat diwujudkan dengan efisien.

Campur tangan pemerintah dalam kegiatan ekonomi dapat dibedakan dalam tiga bentuk:

1. Membuat dan melaksanakan peraturan perundang-undangan
2. Secara langsung melakukan beberapa kegiatan ekonomi (membuat perusahaan)
3. Melakukan kebijakan fiskal dan moneter.⁵⁴

h. Persaingan

Dijan Widjowati dalam bukunya hukum dagang menjelaskan larangan untuk bekerja sama mempengaruhi harga dengan mengatur

⁵⁴Syafril, hlm. 116

produksi dan atau dengan pemasaran suatu barang yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Selain hal-hal yang tidak diperkenankan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.
2. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya. Untuk menolak penjual barang dan atau jasa dari pelaku usaha lain sehingga perbuatan tersebut :
 - a. Merugikan atau dapat diduga akan merugikan usaha lain
 - b. Membatasi pelaku usaha lain dalam menjual dan membeli setiap barang dan atau jasa dan pasar bersangkutan.⁵⁵

i. Peningkatan Ekonomi

Ekonomi dapat diartikan sebagai ilmu tentang mengelola rumah tangga. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui tiga kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Dari ketiga kegiatan utama tersebut produksi dapat diartikan sebagai pembuat atau penghasil, sedangkan distribusi adalah pemasaran penyalur, dan konsumen berarti

⁵⁵Dijan Widijowati, *Hukum Dagang*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), Hlm. 153

pemakai atau yang membutuhkan suatu barang yang sudah jadi siap untuk digunakan sesuai kebutuhannya. Peningkatan ekonomi adalah keadaan dimana seseorang yang sebelumnya belum mempunyai penghasilan uang yang lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hingga mampu mendapatkan penghasilan yang lebih dari cukup.

j. pengertian ekonomi islam

Ekonomi secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia.

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat kebutuhan pemenuhan yang terbatas didalam kerangka syariah. Definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*), benar atau salah tetap harus diterima.⁵⁶

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu

⁵⁶ImamudinYuliadi, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: LPPI, 2006), Hlm. 6

ekonomi islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.

1. Menurut Muhammad Abdul Manan

“Islamic economics is a social science which studies the economics problems of a people imbued with the values of islam”⁵⁷

Jadi, menurut Manan ilmu ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang dilhami oleh nilai-nilai islam.

2. M. Umer Chapra

“islamic economic was defined as that branch of knowlwdge which helps realize human well-being through an allocation and distribution of scarce resources that is in confinity with islamic teaching without unduly curbing individual freedom or creating continuedmacroeconomic and ecological imbalances”.

Jadi, menurut chapra ekonomi islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang

⁵⁷Musafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), Hlm. 16

berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak seimbangan lingkungan.

3. Menurut Syed Nawab Haider Naqwi

Ilmu ekonomi islam, singkatnya merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang islam representatif dalam masyarakat muslim modern.⁵⁸

Dari beberapa definisi ilmu ekonomi islam diatas yang relatif dapat secara lengkap menjelaskan dan mencakup kriteria dari definisi yang komprehensif adalah yang dirumuskan oleh Hazanuzzaman yaitu:

Suatu pengetahuan dan aplikasi dari peraturan dan perintah dalam syariah yaitu untuk menghindari ketidakadilan dalam perolehan dan pembagian sumberdaya material agar memberikan kepuasan manusia, sehingga memungkinkan manuia melaksanakan tanggung jawabnya terhadap tuhan dan masyarakat(*islamic economics is the knowlwdge and aplicatio of injunctions and rules of the shari'ah that prevent injustice in the acqution and disposal of material resources in order to provide*

⁵⁸Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Hlm. 28

satisfaction to human beings and enable them to perform their obligations to Allah and the society).⁵⁹

Hal terpenting dari definisi tersebut adalah istilah “perolehan” dan “pembagian” dimana aktivitas ekonomi ini harus dilaksanakan dengan menghindari ketidakadilan dalam perolehan dan pembagian sumber-sumber ekonomi. Prinsip-prinsip dasar yang digunakan untuk menghindari ketidakadilan tersebut adalah syariah yang didalamnya terkandung perintah (*Injunctions*) dan peraturan (*Rules*) tentang boleh tidaknya suatu kegiatan.

Pengertian memberikan kepuasan terhadap manusia merupakan suatu sasaran ekonomi yang ingin dicapai. Sedangkan pengertian memungkinkan manusia melaksanakan tanggung jawabnya terhadap tuhan dan masyarakat diartikan bahwa tanggung jawab tidak hanya terbatas pada aspek sosial ekonomi saja tapi jugamenyangkut peran pemerintah dalam mengatur dan mengelola semua aktivitas ekonomi termasuk zakat dan pajak.

Namun, perlu ditegaskan disini perbedaan pengertian antara ilmu ekonomi islam dengan sistem ekonomi islam. Ilmu ekonomi islam merupakan suatu kajaia yang senantiasa memperhatikan rambu-rambu metodologi ilmiah. Sehingga dalam proses perkembangannya senantiasa mengakomodasikan berbagai aspek

⁵⁹Immamudin Yuliadi , *Ekonomi Islam,*, Hlm. 8

dan variabel dalam analisis ekonomi. Ilmu ekonomi Islam dalam batas-batas metodologi ilmiah tidak berbeda dengan ilmu ekonomi pada umumnya yang mengenal pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

Namun, berbeda halnya dengan sistem ekonomi Islam yang merupakan bagian dari kehidupan seorang Muslim. Sistem ekonomi Islam merupakan suatu keharusan dalam kehidupan seorang Muslim dalam upaya untuk mengimplementasikan ajaran Islam dalam aktivitas ekonomi. Sistem ekonomi Islam merupakan salah satu aspek dalam sistem nilai Islam yang integral dan komprehensif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah satu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang Islami.

Ekonomi Islam mempunyai tujuan memerikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Hal ini karena nilai Islam tidak hanya untuk kehidupan Muslim, tetapi untuk seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam untuk mencapai pada tujuan agama (*falah*). Ekonomi Islam menjadi rahmat bagi seluruh alam yang tidak terbatas pada ekonomi,

sosial, budaya, dan politik dari bangsa.⁶⁰

j. Mekanisme Pasar Dalam Islam

Dari berbagai sumber, mekanismen pasar dalam islam meliputi aspek teologis sampai sosiologis. Oleh karena itu, penulis merangkum sebagai berikut :

1. Pembentukan harga sangat dipengaruhi penawaran dan permintaan pasar.
2. Transaksi yang terjadi antara pedagang dan pembeli adalah pembeli yang dilandasi oleh faktor suka sama suka.
3. Di suatu pasar yang adil, tidak boleh intervensi dari pihak manapun.
4. Pedagang boleh mengambil keuntungan baik itu imbalan atas usaha dan resiko, dengan syarat laba tidak berlebihan.
5. Jangan sampai motivasi untuk mengambil keuntungan menjadi penghalang berbuat kebaikan, terlebih untuk berbuat zalim.
6. Permintaan islam mencakup hal berikut :
 - a. Permintaan hanya untuk barang-barang halal dan *thayyib*
 - b. Tidak ada permintaan barang untuk tujuan kemegahan, kemewahan, dan kemubairan

⁶⁰Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), Hlm. 29

- c. Permintaan untuk *bazid needs* masyarakat miskin meningkat karena kewajiban zakat , anjuran infak dan sedekah, dan kewajiban penyediaan kebutuhan dasar oleh Negara.

7. Penawaran islami mencakup hal berikut :

- a. Hanya barang-barang halal dan *thayyib* yang diproduksi.
- b. Produksi diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.
- c. Keputusan ekonomi tidak hanya mempertimbangkan *cost benefit* didunia, tetapi juga diakhirat
- d. Perlindungan terhadap manusia, sumber daya alam dan lingkungan.

8. Market Imperfection

Efisiensi pasar tidak terjadi jika pasar tidak sempurna (*market imperfection*), hal ini disebabkan oleh :

- a. kekuatan pasar, yang memiliki kekuatan pasar dapat menentukan harga dan kauntitas keseimbangan.
- b. Eksternalitas, aktivitas konsumsi atau produksi yang mempengaruhi pihak lain, tercermin dipasar.
- c. Barang public, *non exclusive and non rival good in consumption*

- d. Informasi tidak sempurna menyebabkan efisiensi dalam permintaan dan penawaran

5. Cara berdagang yang baik menurut perpektif islam

a) Hubungan antara pedagang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Dalam menjalankan kehidupan, manusia menjalin hubungan baik dengan penciptanya maupun dengan sesamanya. Hubungan manusia dalam berbisnis tidak hanya terhadap konsumen tetapi juga terhadap sesama pengusaha dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Tepat memilih rekan kerja

Nilai – nilai akhlak mulia dan berprestasi, haruslah menjadi kriteria dalam memilih rekan kerja sehingga para pelaku bisnis diharapkan untuk lebih selektif dalam memilih rekan bisnis agar tidak terjadi perselisihan dan kerugian yang akan terjadi bila rekan bisnis tidak kompeten serta amanah.

2. Tepat dalam memilih pekerjaan

Tidak jauh berbeda dengan pemilihan rekan kerja, memilih rekan kerja juga harus mengutamakan kualitas akhlak dan kompetensi serta keahlian mereka.

3. Kerjasama diantara para pelaku bisnis

Kerjasama dengan para pelaku bisnis lain sangat dibutuhkan dalam rangka bertukar informasi dan pengalaman.

4. Konsultasi dalam ruang lingkup manajemen dan penentuan keputusan

Dalam islam dikenal dengan istilah syura (musyawarah). Dapat dipahami bahwa islam menganjurkan untuk bermusyawarah dalam manajemen pengelolaan bisnis dengan bermusyawarah sebelum mengambil keputusan akan terbetuk dukungan moral dari para rekan kerja dan pegawai serta mendatangkan solusi yang tepat atas permasalahan.⁶¹

b) Pelayanan terhadap konsumen

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau nasabah. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan sudah tau tempatnya atau pelayanan melalui telepon.⁶²

⁶¹Siddiq Muhammad, Husain shahatoh, *Transaksi dan Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Visi Insani Publishing, 2005), Hlm. 60-66

⁶²Kasmir, S.E, M.M, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), Hlm. 15

c) Dasar-dasar pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang seorang pedagang tersebut, baik dari suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, pelayanan agar menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap pedagang perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan mengerti seorang pedagang, public relation, satpam dll.

1. Berpakaian rapi dan menarik
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
4. Tenan, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan baik dan benar
6. Tidak menyela atau memotong pembicaraan
7. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

Semua dasar - dasar pelayanan ini harus dikuasai dan dilakukan oleh semua pedagang, terutama bagi mereka yang berhubungan

langsung dengan pelanggan.⁶³

d) Ciri – ciri pelayanan yang baik

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri – ciri yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Yang mempengaruhi pelayanan yang baik pertama, adalah faktor manusi yang memberikan pelayanan tersebut, kedua pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan.

Berikut ini beberapa ciri – ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani peanggan atau nasabah .⁶⁴

1. Tersedianya karyawan baik
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
3. Bertanggungjawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi

⁶³Ibid, Hlm. 18-21

⁶⁴Ibid,Hlm. 33-38

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
7. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penuli dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian penulis terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Penelitian ini dilakukan oleh Siti Maisatul Hasanah pada tahun 2018 dengan judul “Agama Dan Etos Kerja (Pengaruh Nilai-nilai Religiuitas dalam Islam terhadap Etos Kerja Pedagang Madura di pasar Wonokromo Surabaya)” yang di keluarkan oleh fakultas Usuhuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel di dalam skripsi ini peneliti fokus meneliti tentang mengenai sikap religiusitas seorang pedagang Madura dan Etos kerja. Sedangkan penelitisekarang membahas mengenai religiusitas terhadap pedagang Pasar Dongko Trenggalek.

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Noor pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Meningkatkan Omset Penjualan Dagangan Melalui Praktik Cuci Gudang Perspektif Marketing Syariah” yang dikeluarkan oleh fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah di dalam skripsi ini peneliti fokus meneliti tentang Praktik Cuci Gudang yang dilakukan Pedagang untuk meningkatkan Omset Penjualan. Sedangkan peneliti sekarang membahas tentang Religiusitas terhadap Omset Penjualan pedagang pasar Dongko Trenggalek.

Penelitian ini dilakukan oleh Diah Ayu Fitriana dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Motivasi Intrinsik terhadap Etos Kerja Intrinsik Terhadap Karyawan BRI Syariah KC Madiun” yang dikeluarkan oleh fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo di dalam skripsi ini peneliti fokus meneliti tentang Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap etos kerja karyawan BRI Syariah KC Madiun. Sedangkan peneliti sekarang membahas tentang etos kerja terhadap omset penjualan pedagang pasar Dongko Trenggalek.

Penelitian Terdahulu

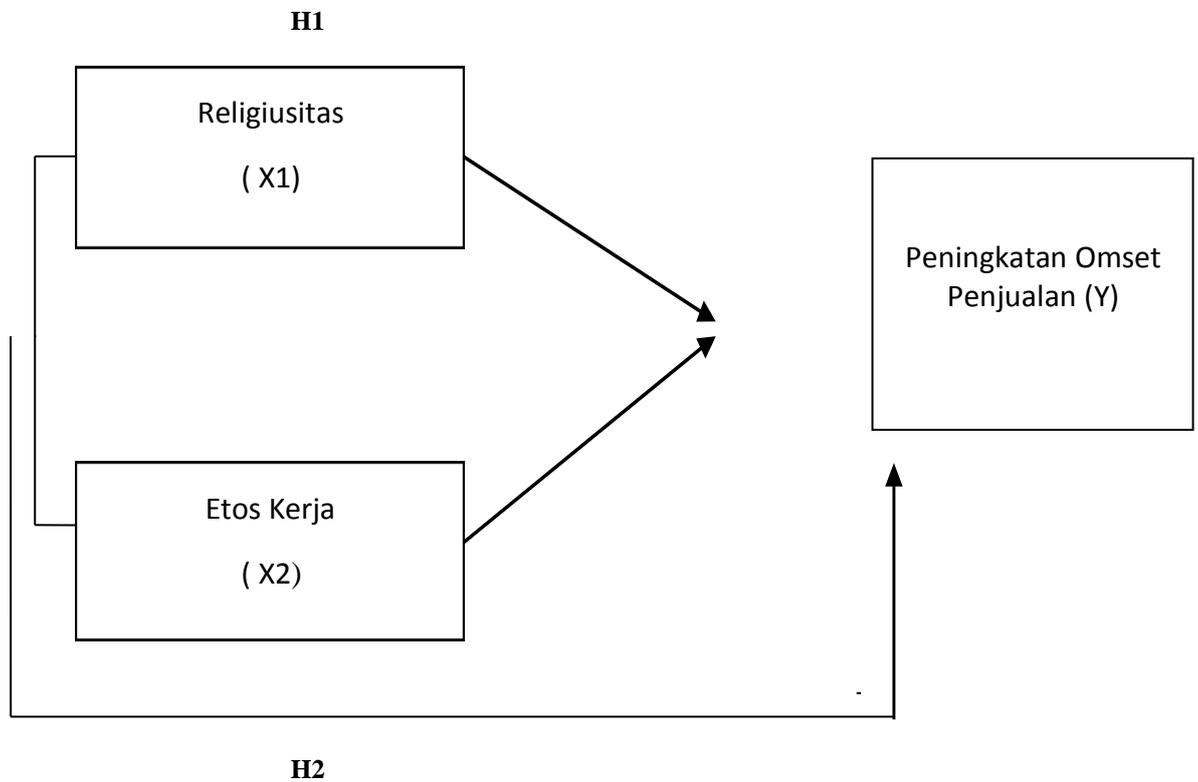
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Siti Maisatul Hasanah	Agama dan Etos Kerja	Pedagang Madura dipasar

(2018)	(pengaruh nilai-nilai religiuitas dalam islam terhadap etos kerja pedagang Madura di pasar Wonokromo Surabaya)	<p>Wonokromo Surabaya sudah menerapkan cara berdagang sesuai ajaran agama islam rata-rata juga orang islam. Pandangan agama yang mereka punya bisa dilihat dari cara mereka berdagang dimana dalam keseharian pedagang tidak meninggalkan kewajibannya. tidak mau melkaukan kecuranagn dalam berdagang. Pedagang Madura di Pasar Wonokromo juga memiliki etos kerja yang sangat tinggi dalam menjalani profesi apa yang mereka jalani. Dimana pedagang Madura mempunyai ciri ciri dalam berdagang, berjiwa</p>
--------	--	--

		kepemimpinan tidak pernah merasa puas berbuat kebaikan.
--	--	---

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Diah Ayu Fitriana (2019)	Pengaruh Religiusitas dan Etos Kerja Intrinsik Terhadap Etos Kerja Karyawan BRI Syariah KC Madiun.	Religiusitas tidak berpengaruh terhadap etos kerja karyawan BRI Syariah KC Madiun hal ini disebabkan karena karyawan BRI Syariah KC madiun memiliki kurang suka bekerja sama dengan orang lain yang berdampak pada kurangnya gagasan yang baru tentang pekerjaan. Sedangkan motivasi intrinsik berpengaruh signifikan terhadap etos kerja karyawan.

7. Kerangka Konseptual



Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan terkait adanya pengaruh religiusitas dan etos kerja terhadap omset penjualan pedagang pasar Dongko Trenggalek. Jika religiusitas meningkat maka omset penjualan juga mengalami peningkatan, Omset penjualan juga dipengaruhi oleh etos kerja. Jika etos kerja meningkat maka omset penjualan meningkat. Selain itu, religiusitas dan etos kerja secara bersama-sama mempengaruhi omset penjualan. Jika religiusitas dan etos kerja meningkat maka omset penjualan juga meningkat.