BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Tingkat Pendidikan

Menurut Andrew E. Sikula dalam Mangkunegara tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum. Dengan demikian Hariandja menyatakan bahwa tingkat pendidikan seorang karyawan dapat meningkatkan daya memperbaiki saing perusahaan dan kinerja perusahaan.Menurut UU SISDIKNAS No. 20 (2003), indikator tingkat pendidikan terdiri dari jenjang pendidikan dan kesesuaian jurusan. ¹ Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan, terdiri dari:

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 1, pada dasarnya jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Pendidikan menurut

17

¹Hesty Wulansih "Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja Karyawan Pada Perusahaan Funiture CV Mugiharjo Boyolali" dalam jurnal vol 4 2013 repository, (Fakultas Ekonomi Muhamadiyah Surakarta), (diakses pada tgl 28 Desember 2015 pukul 11.30 AM).

UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didika secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Pendidikan adalah aktivitas dan usaha untuk meningkatkan kepribadian dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rokhani (pikir, cipta, rasa, dan hati nurani) serta jasmani (panca indera dan keterampilan-keterampilan).

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 3 Pendidikan bertujuan untuk "Mencerdaskan kehidupan bangsa mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan bertanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan". Untuk mencapai tujuan tersebut, pendidikan diselenggarakan melalui jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) dan jalur pendidikan luar sekolah (pendidikan non formal). Jalur pendidikan sekolah (pendidikan formal) terdapat jenjang pendidikan sekolah, jenjang pendidikan sekolah pada dasarnya terdiri dari pendidikan

prasekolah, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

a. Pendidikan prasekolah.

Menurut PP No. 27 tahun 1990 dalam Kunaryo (2000), pendidikan prasekolah adalah pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani peserta didik di luar lingkungan keluarga sebelum memasuki pendidikan dasar, yang diselenggarakan di jalur pendidikan sekolah atau di jalur pendidikan luar sekolah.

b. Pendidikan dasar

Menurut PP No. 28 tahun 1990 dalam Kunaryo (2000) pendidikan dasar adalah pendidikan umum yang lamanya sembilan tahun. Diselengarakan selama enam tahun di sekolah dasar dan tiga tahun di sekolah menengah lanjutan tingkat pertama atau satuan pendidikan yang sederajat. Tujuan pendidikan dasar adalah untuk memberikan bekal kemampuan dasar kepada peserta didik untuk mengembangkan kehidupan sebagai pribadi anggota masyarakat, warga Negara dan anggota umat manusias serta mempersiapkan peserta didik untuk mengikuti pendidikan menengah.

c. Pendidikan Menegah

Menurut PP No. 29 tahun 1990 dalam Kunaryo (2000), pendidikan menengah adalah pendidikan yang diselenggarakan bagi pendidikan dasar. Bentuk satuan pendidikan yang terdiri atas: Sekolah Menengah Umum, Sekolah Menengah Kejuruan, Sekolah Menengah Keagamaan, Sekolah Menengah Kedinasan, dan Sekolah Menengah Luar Biasa.

d. Pendidikan Tinggi

Menurut UU No. 2 tahun 1989 dalam Kunaryo (2000), pendidikan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau professional yang dapat menerapkan, mengembangkan, atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian. Satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi, yang dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas.

Dalam penelitian ini tingkat pendidikan orang tua dilihat dari jenjang pendidikan formal terakhir yang ditempuh oleh orang tua siswa, selain itu juga pendidikan informla yang pernah diikuti berpa kursus dan lain-lain.. Karena tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap kerja dan tentunya juga pendapatan yang diperoleh.

Tingkat pendidikan formal seseorang merupakan perkiraan lain bagi kedudukan kelas sosial yang umum diterima. Pada umumnya, semakinn tinggi (pendidikan seseorang, semakin besar kemungkinan orang itu bergaji tinggi (berpenghasilan lebih tinggi)

dan mempunyai kedudukan yang dikagumi dan dihormati (status pekerjaan yang tinggi). ²

Tabel 1.1

Tabel tingkat pendidikan berdasarkan pendidikan formal

1.	Tidak lebih dari sekolah dasar	- SD	
2.	pernah disekolah menengah	- Tidak tamat SMP	
3.	tamatan sekolah menengah	- SMP	
4.	tamatan sekolah menengah atas	-SMA	
5.	1 sampai 3 tahun di perguruan tinggi	- D1 - D2	
6.	setidaknya 4 tahundi pergutuan tinggi	- D3/S1 - S2 -S3	

Sumber: U.S Bureau of Cencus, Stastical Abstract of the United States 1997 (edisi 117), Washinton, DC, 1997, 466

2. Sosial

Beberapa bentuk struktur kelas atau stratifikasi sosial sudah ada pada semua masyarakat di sepanjang sejarah keberadaan manusia. Dalam masyarakat modern, petunjuk adalah kelas sosial adalah adanya kenyataan umum bahwa orang yang berpendidikan lebih baik atau mempunyai pekerjaan yang lebih bermatabat seperti dokter atau pengacara sering dihargai daripada mereka yang menjadi pengemudi truk dan buruh tani. Hal ini terjadi walaupun keempat pekerjaan itu penting bagi kesejrahteraan masyarakat.

Subjek yang kompleks mengenai kelas sosial dan kelompok status. Tujuannya adalah untuk menganalisis pengenalan

-

²Seveth Edition, Leon G dkk "Prilaku Konsumen" cetakan ke empat (PT INDEKS 2008), Hal 337

kebutuhan, proses pencarian, kriteria evaluasi, dan pembelian dari pembagi kelas sosial untuk mencocokan produk dan komunikasi secara benar dengan kelas sosial yang aktual dan benar. Kelas sosial mengacu kepada pengelompokan orang yang sama dalam prilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar. kelompok status mencerminkan suatu harapan komunitas akan gaya hidup di kalangan masing-masing kelas dan juga estimasi sosial yang positif atau negatif mengenai kehormatan yang diberikan kepada masing-masing kelas.

Sistem kelas sosial menggolongkan keluarga ketimbang individu. Keluarga berbagi banyak karakteristik di antara para anggotanya yang mempengaruhi hubungan dengan orang luar, seperti rumah yang sama, pendapatan yang sama, nilai-nilai yang sama, dan dengan demikian banyak yang sama. Bila suatu kelompok besar, keluarga, kira-kira sama dalam peringkat satu sama lain dan jelas berbeda dengan keluarga lain, mereka membentuk suatu kelas sosial. Sistem kasta lebih kaku. Hanya interaksi yang relatif terkendali didapatan atau dibolehkan antar kasta.

a. Kelas sosial

Kelas sosial dapat dianggap sebagai suatu rangkaian kesatuan yaitu serangkaian posisi sosial dimana setiap anggota masyarakat dapat ditempatkan, para peneliti lebih suka membagi rangkaian kesatuan itu menjadi sejumlah kecil kelas sosial yang khusus atau strata. Dalam kerangka ini, konsep kelas sosial digunakan untuk menempatkan individu atau keluarga dalam suatu kategor kelas sosial. Sesuai dengan kebiasaan ini, kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota masyarakat ke dalam suatu hirarki status kelas yang berbeda, sehingga para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota jelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah.

Tabel 1.2

Tabel Distribusi Ukuran Kelas Sosial		
No.	Kelas Sosial	
1.	Atas	
2.	Menengah Atas	
3.	Pekerja	
4.	Bawah	

Sumber: Eugene Sivadas, Georage Mathew dan David J Curry "A Preliminary Examination of the Continued Signif- cance of soMsial class marketing a Geodmographic Replication "Journal Of Costumer Marketing", 14,6(1997):469

b. Metode Pengukuran dan Pendiskripsian Kelas Sosial

Banyak metode yang sudah dikembangkan untuk mengukur dan mendeskripsikan kelas sosial. Metode penelitian terhdap kelas sosial dapat dilakukan dengan pendekatan subjektif bila melibatkan laporan oleh individu mengenai presepsi mereka terhadap orang lain, hal ini barangkali

ditafsirkan secara tambahan oleh wawasan subjektif atau dari para peneliti.

Pendekatan sistematis untuk mengukur kelas sosial tercakup dalam berbagai kategori yang luas berikut ini :

1) Ukuran Subyektif

Dalam pendekatan subyektif untuk mengukur kelas sosial, para individu diminta menaksir kedudukan kelas sosial mereka masing-masing. Yang khas dari pendekatan ini adalah pertanyaan berikut:

Dari keempat golongan mana berikut ini yang terbaik menggambarkan kelas sosial anda : kelas bawah, kelas menengah ke bawah, kelas enengah atas atau kelas atas ?

Kelas bawah	[]
Kelas menengah bawah	[]
Kelas menengah atas	[]
Kelas atas	[]
Tidak tahu/menolak menjawab	[]

Klasifikasi keanggotaan kelas sosial yang dihasilkan didasarkan pada preepsi partisipan terhadap dirinya atau citra diri partisipasi. Kelas sosial dianggap sebagai fenomena "pribadi", yaitu fenomena yang menggambarkan rasa memiliki seseorang atau identifikasi dengan orang lain. Rasa keanggotaan kelompok sosial ini sering disebut kesadaran kelas.

Ukuran keanggotaan sosial yang subjektif cenderung menghasilkan berlimpahnya orang yang menggolongkan diri mereka sebagai kelas menengah (dengan demkian memperkecil jumlah orang-orang pinggiran yang barangkali akan lebih tepat digolongkan sebagai kelas bawah maupun atas). Di samping itu, presepsi subyektif mengenai keanggotaan kelas sosial seseorang, sebagai reflesi dari citra diri orang itu, dapat dihubungkan dengan pemakaian produk konsumsi.

2) Ukuran Reputasi

Pendekatan reputasi untuk mengukur kelas sosial memrlukan informasi mengenai masyarakat yang dipilih untuk membuat pertimbangan awal mengenai keanggotaan kelas sosial rang lain dalam masyarakat.

Para sosiolog telah menggunakan pendekatan reputasi untuk memperoleh pengertian yang lebih baik mengenai struktur kelas masyarakat tertentu yang sedang dipelajari. Tetapi, para peneliti konsumen lebih tertarik kepada ukuran kelas sosial untuk memahami

pasar dan prilaku konsumsi denganlebih baik, bukan struktur sosial. Sesuai dengan tujuan yang lebih terfokus ini, pendekatan reputasi tekah terbukti tidak dapat dipergunakan.

3) Ukuran Obyektif

Berbeda dengan metode-metode subyektif, yang mengahruskan otrang memimpikan kedudukan kelas semdiri kedudukan mereka atau para anggota masyarakat lainya, ukuran obyektif dari berbagai variabel demografis atau sosioekonomis yang dipilih mengenai (para) individu yang sedang dipelajari. Semua variabel ini diukur melalui kuisoner yang berisi bebrapa pertanyaan faktual keada para responden mengenai diri mereka sendiri, keluarga mereka, atau tempat tinggal mereka. Ketika memilih ukuran obyektif jelas sosial, kebanyakan peneliti lebih menyukui satu atau bebrapa variabel berikut ini :Pekerjaan, jumlah penghasilan, dan pendidikan. Terhadap faktor-faktor sosial ekonomi ini. mereka kadang-kadang menambahkan dan pengelompokan geodemografis dalam bentuk kode pos dan informasi lingkuangan tempat tinggal. Semua indikator sosial dan ekonomi ini sangat penting sebgai alat untuk menempatkan konsentrasi konsumen yang mempunyai keanggotaan

kelas sosial tertentu.Kotler dan Keller (2007) mengemukakan bahwa kelas sosial mengacu pada pendapatan atau daya beli. Banyak indikator yang menempatkan seorang anggota masyarakat 5 untuk masuk dalam kelas sosial antara lain penghasilan, berbusana, cara berbicara, preferensi rekreasi, dan lain – lain. Kelas sosial memiliki empat ciri – ciri antara lain: Orang-orang pada kelas sosial yang sama cenderung bertingkah laku seragam. Orang-orang yang merasa menempati posisi superior atau inferior sehubung dengan kelas sosial dimana orang tersebut berada. Kelas sosial ditandai dengan sekumpulan variabel, penghasilan, pendidikan, seperti pekerjaan, sebagainya. Individu dapat berpindah dari satu kelas ke kelas sosial lainnya.

Menurut Solomon (2004), kelas sosial memiliki dampak pada seseorang dalam menggunakan uangnya, bagaimana cara pemilihan konsumsi merefleksikan "tempat" konsumen dalam masyarakat. Konsumen sering membeli dan menunjukkan produk sebagai penanda kelas sosialnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), kelas sosial merupakan variabel yang penting dalam menentukan dimana seorang konsumen

berbelanja. Berbagai kelas sosial mempunyai sudut pandang yang berbeda mengenai apa yang konsumen anggap sesuai dengan mode atau selera yang baik. Untuk menguraikan kelas sosial peneliti menggunakan indikator pekerjaan, penghasilan, kualitas lingkungan dan profil gaya hidup.

a) Pekerjaan

Pekerjaan adalah indikator wakil tunggal yang terbaik dari kelas sosial. Orang yang memiliki pekerjaan dengan peringkan sama (dalam pristise) kerap berbagai akses yang sama untuk sarana pencapaian suatu gaya hidup. Waktu senggang, kemandirian pendapatan, pengetahuan, dan kekuasaan kerap lazim dalam kategori pekerjaan. Ketika orang-orang asing bertemu, pertanyaan yang kerap ditunjukkan adalah "apa pekerjaan anda"? pertanyaan ini memberikan petunjuk yang baik mengenai kelas sosial. Pekerjaan yang dilakukan konsumen saat mempengaruhi gaya hidup mereka dan meupakan satu-satunya basis terpenting untuk menyampaikan prestise, kehormatan dan respect. Pekerjaan akan menentukan status sosial ekonomi karena dari bekerja segala kebutuhan akan

-

³Ibid hal 326

dapat terpenuhi. Pekerjaaan tidak hanya mempunyai nilai ekonomi namun usaha manusia untuk mendapatkan kepuasan dan mendapatkan imbalan atau upah, berupa barang dan jasa akan terpenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi kemampuan ekonominya, untuk itu bekerja merupakan suatu keharusan bagi setiap individu sebab dalam bekerja mengandung dua segi, kepuasan jasmani dan terpenuhinya kebutuhan hidup.

Menurut Manginsihi (2013: 15), pekerjaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang tua siswa untuk mencari nafkah. Pekerjaan yang ditekuni oleh stiap orang berbeda-beda, perbedaan itu akan menyebabkan perbedaan tingkat penghasilan yang rendah sampai padatingkat penghasilan yang tinggi, tergantung pada pekerjaan yang ditekuninya. Contoh pekerjaan berstatus sosioekonomi rendah adalah pekerja pabrik, buruh manual, penerima dana kesejahteraan, dan pekerja pemeliharaan. Santrock (2007: 282 Jadi untuk menentukan status sosial ekonomi yang dilihat dari pekerjaan, maka jenis pekerjaan dapat diberi batasan sebagai berikut:

- Pekerjaan yang berstatus tinggi, yaitu tenaga ahli teknik dan ahli jenis, pemimpin ketatalaksanaan dalam suatu instansi baik pemerintah maupun swasta, tenaga administrasi tata usaha.
- Pekerjaan yang berstatus sedang, yaitu pekerjaan di bidang penjualan dan jasa.
- 3) pekerjaan yang berstatus rendah, yaitu petani dan operator alat angkut/bengkel.⁴

b) Penghasilan/pendapatan

Pengahasilan perorangan atau keluarga merupakan varibel sosial ekonomi lain yang sering digunakan untuk memperkirakan kedudukan kelas sosial. Para peneliti yang lebih menyukai penghasilan sebagai ukuran kelas sosial menggunakan jumlah maupun sumber penghasilan. Bagaimana mereka memutuskan untuk memanfaaatkan penghasilan mereka menggambarkan nilai-nilai yang berbeda.

Selanjutnya yang menambah pentingnya nilai-nilai pribadi konsumen, dibandingkan jumlah penghasilan adalah pengamatan bahwa kemakmuran lebih

Undergraduate-22748-BAB%20II.pdfdiakses pada tanggal 18 Maret 2016

-

⁴Karakteristik pekerjaan menurut kelas sosial <u>dalam http://digilib.unimed.ac.id/public/UNIMED-</u>

merupakan fungsi dari sikap atau perilaku daripada tingkat penghasilan. Para konsumen yang "bergaya makmur" (atittudinally affluent) " merupakan segmen pasar yang tidak mempunyai penghsilan yang diperlukan untuk diangap kaya dalam masyarakat sekarang ini, namun mereka ingin mempunyai yangterbaik. Tidak banyak yang mereka eli namun mereka mereka membeli yang berkualitas lebih baik, menetapkan prioritas dan secara berangsur-angsur berusaha dengan cara mereka untuk mempunyai segala sesuatu yang mereka ingin.

Pendapatan adalah jumlah semua pendapatan kepala keluarga maupun anggota keluarga lainnya yang diwujudkan dalam bentuk uang dan barang. Menurut Sumardi dalam Yerikho (2007) mengemukakan bahwa pendapatan yang diterima oleh penduduk akan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang dimilikinya. Dengan pendidikan yang tinggi mereka akan dapat memperoleh kesempatan yang lebih luas untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik disertai pendapatan yang lebih besar. Sedangkan bagi penduduk yang berpendidikan rendah akan mendapat pekerjaan dengan pendapatan yang kecil.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pendapatan orang tua adalah penghasilan yang di terima orang tua dalam bentuk uang dari hasil kerja baik secara formal maupun informal . Berdasarkan penggolongannya, BPS membedakan pendapatan penduduk menjadi 4 golongan yaitu :

- Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000,00 per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 2.500.000,00 s/d Rp.3.500.000,00 per bulan
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata dibawh antara Rp. 1.500.000 s/d Rp. 2.500.000,00 per bulan
- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp. 1.500.000,00 per bulan kebawah.⁵
- c) Kualitas lingkungan

⁵Karakteristik pekerjaan menurut kelas sosial <u>dalam http://digilib.unimed.ac.id/public/UNIMED-</u>

<u>Undergraduate-22748-BAB%20II.pdfdiakses pada tanggal 18 Maret 2016</u>

_

Kualitas lingkungan dan nilai tempat kediaman jarang digunakan sebgai ukuran kelas sosial satu-satunya. Tetapi, mereka secara tidak resmi diguaan untuk mendukung dan membuktikan keanggotaan kelas sosial yang ditetapkan atas dasar status pekerjaan atau penghasilan

Akhirnya, barang yang dimiliki telah digunakan oleh para sosiolog sebagai sebuh indeks kelas sosial. Skema yang paling terkenal dan merupakan alat penilai yang paling rumit untuk mengevaluasi barang yang memiliki adalah Skala status sosial Chapin, yang memfokuskan pada kehadiran berbagai macam mebel dan hiasan di ruang tamu (jenis lantai, dan penutup lantai, permadani, kerapian, meja perpustakaan, telepon dan lemari buku). Dan keadaan ruangan (kebersihan, pengaturan, atau suasana umum). Kesimpulan mengenai kelas sosial sebuah keluarga diambil atas dasar pengamatan tersebut. Untuk menjelaskan bagaimana dekorasi rumah merefleksikan kedudukan kelas sosial, berbagai studi mengungkapkan bahwa keluarga dari kelas bawah mungkin menempatkan pesawat televisi mereka di rung tamu, sedangkan keluarga dari kelas menengah dan atas biasanya menempatkan pesawat televisi mereka di kamar tidur atau ruang keluarga. Berdasarkan kualitas ingkungan peneliti menggunakan tempat tinggal unruk mengukur kualitas lingkungan.

1) Profil Gaya Hidup Kleas Sosial

Peneliti konsumen telah menemukan bukti bahwa disetiap kelas sosial, ada faktor-faktor gaya hidup tertentu (kepercayaan, sikap, kegiatan, dan perilaku bersama) yang cenderung membedakan anggota setiap kelas dari anggota keas sosial lainnya.

Untuk menangkap komposisi gaya hidup berbagai kelompok kelas sosial terdapat pada tabel dibawah menyejikan sebuah potret gabungan, yang dikumpulkan dari berbagai sumber 7 karaktristik tujuh kelas utama sosial yaitu kelas atas tinggi, kelas atas bawah, kelas menengah atas, kelas menengah, kelas pekerja, kelas bawah tinggi, kelas bawah rendah.

Kelas atas tinggi merupakan elit sosial yang hidup dari kekayaan warisan dan mempunyai latar belakang keluarga terkenal. Mereka memberikan sumbangan dalam jumlah besar, mempengaruhi lebih dari satu rumah, pesta, dan lain-lain.

Kelas atas bawah mepengaruhi penghasilan tinggi atau kekayaan lewat kemampun yang luar biasa dalam profesi atau bisnis. Mereka cenderung aktif dalam kegiatan sosial dan sipil serta membeli sendiri dan anak-anak mereka simbol seperti mobil mahal, rumah.⁶

Kelas menengah atas tidak memiliki status keluarga maupun kekayann mereka trauma memikirkan "krier". Mereka memperoleh posisi sebagai profesional, manajer perusahaan dan pengusaha independen. Mereka mengandalkan pendidikan, keterampilan profesional, dan admistratif.

Kelas menengah terdiri daripekerja kantor dan pihak yang memperoleh gaji rata-rata untuk mengikuti arus mode, mereka sering sekali membeli produk yang populer. Mereka tidak ragu membelanjakan lebih banyak uang untuk pengalaman bagi anak-anaknya danmembimbing mereka menuju perguruan tinggi.

-

⁶lbid 313

Kelas pekerja terdiri dari mereka yang menjadi panutan, berapapun pendapatan mereka, apapun latar belakang pendidikannya atau pekerjaannya.

Kelas bawah tingi kelas bawah tinggi ini bekerja, walaupun standar kehidupan mereka hanya sedikit di atas garis kemiskinan. Mereka melakukan tugas tidak membutuhkan keterampilan dengan upah yang rendah walaupun mereka berusaha untuk pindah ke kalas yang lebih tinggi.

Kelas bawah rendah bergantung pada tunjangan sosial, kemiskinan tampak nyata dan mereka biasanya menganggur.⁷

Untuk mengukur tingkat kelas sosial peneliti menggunakan penelitian dengan menggunakan ukuran objektif. Semua variabel ini diukur melalui kuisoner yang berisi bebrapa pertanyaan faktual keadaan para responden mengenai diri mereka sendiri, keluarga mereka, atau tempat tinggal mereka. Pengukuran secara objektif dapat dilakukan lebih mudah dan tidak mencolok dengan pertanyaan yang ringan. Salah satunya mengenai apa pekerjaan mereka sehari-hari, jumlah penghasilan diamana dapat

⁷Ibid 312

menunjukkan bagaimana kalas sosial responden .Selain itu dengan menggunakan pengukuran objektif dapat mengatahui mengenai kelas sosial.

3. Budaya

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Menurut suatu analisis, lainnya masyarakat komsumsi pertama kali muncul di Inggris pada abad XVIII ketika ada beberapa kejadian penting yang berlangsung. Sebuah perubahan mendasar terjadi sejalan dengan banyaknya masyarakat desa yang gerpindah ke perkotaan yang lebih besar. Perubahan budaya tersebut dapat mempengaruhi berbagai makna budaya masyarakat dalam suatu proses berkesinambungan dan timbal balik hampir mirip dengan analisis roda konsumen. ⁸

Budaya mempunyai fungsi bentuk dan arti yang mana budaya dapat mempengaruhi pembelian produk. budaya mempengaruhi perilaku pembelian karena budaya menyerap kedalam kehidupan sehari-hari. Budaya berkembang karena kita hidup bersama orang lain di masyarakat. Hidup dengan orang lain dapat mnimbulkan kebutuhan dimana dapat diterima di semua kelompok.

⁸Ibid 332

Norma budaya dilandasi oleh nilai-nilai, keyakinan dan sikap dipegang teguh oleh anggota kelompok masyarakat tertentu.

Nilai-nilai menyangkut keyakinan yang dibagi melalui sesuatu kehidupan sosial dengan bentuk spesifik.

Budaya merupakan sebuah cara hidup yang dipelajari dan diwariskan, misalnya anak yang dibesarkan dalam nilai budaya di Indonesia harus hormat pada orang yang lebih tua, makan sambil duduk dsb. Sedangkan di Amerika lebih berorientasi pada budaya yang mengacu pada nilai-nilai di Amerika seperti kepraktisan, individualisme, dan sebagainya.

Budaya berkembang karena kita hidup bersama orang lain di masyarakat. Hidup dengan orang lain menimbulkan kebutuhan untuk menentukan perilaku apa saja yang dapat diterima semua anggota kelompok. Norma budaya dilandasi oleh nilai-nilai, keyakinan dan sikap yang dipegang oleh anggota kelompok masyarakat tertentu. Sistem nilai mempunyai dampak dalam perilaku membeli, misalnya orang yang memperhatikan masalah kesehatan akan membeli makanan yang tidak mengandung bahan yang merugikan kesehatannya.

Budaya pada gilirannya akan mempengaruhi pengembangan dalam implikasi pemasaran seperti perencanaan

_

⁹Ibid 345

produk, promosi ,distribusi dan penetapan harga. ¹⁰Budaya pada gilirannya akan mempengaruhi pengembangan dalam implikasi pemasaran seperti perencanaan produk, promosi ,distribusi dan penetapan harga. Untuk mengembangkan strategi yang efektif pemasar perlu mengidentifikasi aspek-aspek penting kebudayaan dan memahami bagaimana mereka mempengaruhi konsumen. Sebagaimana strategi dalam penciptaan ragam produk , segmentasi pasar dan promosi yang dapat disesuaikan dengan budaya masyarakat.

Kebudayaan didefinisikan sebagai kompleks simbol dan barang-barang buatan manusia (artifacks) yang diciptakan oleh masyarakat tertentu dan diwariskan dari generasi satu ke generasi yang lain sebagai faktor penentu (determinants) dan pengatur (regulator) perilaku anggotanya.

Budaya adalah seperangkat pola perilaku yang secara yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota dari masyarakat tertentu. (Wallendorft & Reilly: Mowen, 1995).

Budaya merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang mebedakannyadari kelompok kultur lainnya. Elemen yang perlu digaris bawahi atas setiap kultur adalah nilai, bahasa, mitos,

¹⁰Karakteristik budaya konsumen dalam https://macnoumi.wordpress.com/2012/01/26/pengaruh-budaya-dalam-perilaku-konsumen/dikutip tgl 07/04/2016 pukul 12.00 wib

adat ritual dan hukum yang mempertajam perilaku ataas kultur. Kultur adalah suatu yang diresapi. Apa yang dimakan oleh seseorang, bagaimana mereka berpakaian, apa yang mereka pikiran dan rasakan, bahasa apa yang mereka bicarakan adalah dimensi dari kultur. Hal tersebut meliputi semua hal yang konsumen lakukan tanpa sadar memilih nilai kultur mereka, adat istiadat, dan ritual mereka telah menyatu dalam kebiasaan mereka sehari-hari¹¹

Budaya secara luas dilihat sebagai makna yang dimiliki bersama oleh sebagian besar masyarakat dalam suatu kelompok sosial. Makna budaya dapat dianalisis dalam beberapa tahapan yang berbeda. Biasanya kandungan budaya dianalisis pada tingkat makro dari masyarakat atau negara keseluruhan. Namun demikian, karena budaya dalah nilai-nilai yang dirasakan bersama oleh suatu grup masyarakat, pemasar juga dapat menganalisis makna budaya suatu sub budaya atau kelas sosial.

Norma budaya dilandasi oleh nilai-nilai, keyakinan dan sikap yang dipegang, teguh oleh anggota kelompok masyarakat tertentu. Nilai-nilai menyangkut keyakinan yang dibagi melalui suatu kehidupan sosial dengan bentuk spesifik. Struktur masyarakat dan etnis menentukan sebagaian besar dari apa yang dibeli dan digunakan oleh konsumen individual. Nilai-nilai, keyakinan, dan norma-norma yang melingkupi suatu kelompok

.

¹¹Ibid 334

masyarakat akan mempengaruhi sikap dan tindakan individu dalam masyarakat dalam beberapa hal yang berkaitan dengan nilai, keyakinan aturan dan norma akan menimbulkan sikap dan tindakan yang cenderung homogen. 12 jadi, setiap individu mengacu pada nilai, keyakinan, aturan dan norma kelompok, maka sikap dan perilaku mereka akan cenderung seragam. Setiap kelompok masyarakat tertentu akan mempunyai cara yang berbeda dalam menjalani kehidupannya dengan sekelompok masyarakat lainnya. Cara-cara menjalankan kehidupan sekelompok masyarakat dapat didefinisikan sebagai budaya masyarakat tersebut.

Budaya ini sifatnya sangat luas, bahkan paling luas dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu pembahasan tentang faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen dimulai dari budaya. (Kotter dan Heskett, 992, h.4) yang mengutip dari American Haritage Dictionary mengemukakan budaya sebagai totalitas perilaku yang diteruskan secara sosial, seni, keyakinan, institusi, dan semua produk-produk lain dari pekerjaan manusia dan karakteristik pikiran dari suatu masyarakat atau populasi. Sedangkan dalam konteks pemasaran, budaya didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan dari keyakinan, nilai-nilai dan tradisi terpelajari kesemuanya mengarahkan perilaku yang yang

¹²Ibid 338

konsumen dari para anggota masyarakat tertentu (Schiffman and Kanuk, 1997, h. 406).

Dalam definisi di muka terdapat komponen keyakinan (beliefs) yang mencakup sejumlah besar pernyataan mental atau verbal yang menggambarkan pengetahuan dan perkiraan seseorang tentang sesuatu, seperti produk, merek, penjual konsumen lain.

Jadi, keyakinan dan nilai-nilai mempengaruhi cara-cara seseorang untuk memberikan tanggapan dalam situasi tertentu. Misalnya seorang konsumen yang sedang mempertimbangkan untuk membeli sepatu olahraga. Ia melakukan cara tertentu untuk menanggapi, yaitu mengevaluasi tiga merek: Adidas, Eagle, dan Reebock. Keyakinan (persepsi tertentu tentang kualitas merek Jerman, Indonesia, dan Inggris) dan lain-lain (persepsi yang menyatakan kualitas dan arti Negara asal merek itu) yang ada dalm dirinya akan mempengaruhi evaluasi yang kemudian membuahkan keputusan beli pada satu merek saja. 13

Dalam setiap budaya terdapat sub-budaya yang didefinisikan suatu segmen dari suatu budaya yang lebih besar anggota-anggotanya memiliki pola perilaku tertentu yang (Hawkins, Best, and Coney, 1995, h. 96). Terjadi pola perilaku anggota-anggota kelompok sub-budaya tertentu pada disebabkan oleh perkembangan sosial secara historis dari

 $^{^{1313}}$ Perilaku konsumen dalam $\ensuremath{\textit{http;//widyastaff.gundarma~pdf.ac.id}}$ tanggal07/04/2016pukul20:16

kelompok tersebut, disamping juga situasi yang ada. Jadi, satu budaya itu dapat terjadi dari beberapa sub-budaya. Dalam masyarakat terdapat perbedaan-perbedaan kultural. Perbedaan kultural itulah yang dijadikan dasar dalam pengelompokan sub-budaya oleh pemasar, seperti bahasa, suku bangsa, kebangsaan, agama, dan lokasi geografis.

Di Indonesia terdapat banyak sub-budaya. Sub-budaya Islam yang didasarkan pada agama terlihat sangat menonjol di samping sub-budaya Jawa yang di dasarkan pada suku bangsa. Jika, dilihat dari segi bahasa, terdapat lebih dari 3 sub-budaya di Indonesia. Dengan kata lain, sub-budaya itu merupakan budaya dalam budaya. Sub-buday sub-budaya seperti itu tentu berbeda dari buday keseluruhan, yaitu budaya Indonesia, dalam hal nilai-nilai, norma, dan keyakinan. Secara umum, sub-budaya merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam pemasaran untuk produk-produk seperti makanan, pakaian, perabot, dan lain untuk rumah. Dengan semakin penting sub-budaya pemasaran di masamasa mendatang maka akan semakin banyak perusahaan yang perlu merancang strategi produk, saluran distribusi, dan promosi agar dapat memenuhi kebutuhan khusus pasarnya. 14

Untuk mengukur budaya konsumen peneliti menggunakan variabel nilai-nilai, keyakinan, agama dan bahasa karena varibel

¹⁴Perilaku konsumen dalam http;//widyastaff.gundarma pdf.ac.id tanggal 07/04/2016 pukul 20:16

tersebut merupakan inti dari budaya seperti yangdiuraikan dalam definisi budaya menurut beberapa ahli.

4. Pinjaman Produktif

Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi. Menurut keperluannya, produktif dapat dibagi menjadi dua hal yaitu pembiayaan modal kerja dan pembiayaan investasi. ¹⁵

a. Konsep Dasar Modal Kerja

Sebelum membahas tenang pembiayaan modal kerja syariah, sejenak kita akan menelaah tentang berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan modal kerja yang mencakup tentang konsep modal kerja, penggolongan modal kerja yang mencakup tentang konsep modal kerja, penggolongan modal, unsur-unsur modal kerja permanen, perputaran modal kerja dan alokasi modal kerja. Konsep modal kerja mencakup tiga hal:

b. Modal kerja (working capital assets)

Modal kerja adalah moda lancar yang dipergunakan untuk mendukung operasional perusahaan sehari-hari sehingga perusahaan dapat beroprasi secara normal dan lancar. Bebrapa penggunaan modal kerja antara lain adalah

¹⁵Adiwarman A Karim "Bank Islam analisis Fiqh dan Keuangan" (Raja Grafindo Persada: Jakarta 2013) hal 231

ntuk pembayaran persekot pembelian bahan baku, pembayaran upah buruh , dan lain-lain.Berdasarkan akad yang dignakan dalam produk pembiyaaan syariah dan jenis pembiayaan modal kerja dapat dibagi menjadi 4 macam, yakni:

1) PMK Mudharabah

Mudharabah Mudharabah berasal dari kata dharab, berati memukul atau atau berjalan pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang melakukan kakinya dalam menjalankan usaha.¹⁶

Secara teknis, al-mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak pertama (sahibul maal) menyediakan seluruh (100%), sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kelaaian si pengelola, si pengelola harus bertangung jawab kerugian tersebut.

-

¹⁶Ibid 139

2) PMK Salam

Dalam pengertian yang sederhana, ba'i as salam berarti pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan dimuka.

3) PMK Murabahah

Adalah jual beli barang pada harga asal denga bahan keuntungan yang dsepakati. Dalam ba'i al murabahah, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

4) PMK Ijarah.

Adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melaluipembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milkiyyah) atas barang itu sendiri.¹⁷

c. Pembiayaan investasi syariah

yang dimaksud dengan investasi adalah penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh imbalan/ manfaat/ keuntungan di kemudian hari, mencakup hal-hal anatara lain:

_

¹⁷Muhammad Syafi'i Antonio, "Bank Syariah" (Gema Insani Press: Jakarta 2001) hal 117

- Imbalan yang diharapkan dari investasi adalah berupa keuntungan dalam bentuk finansial atau uang (financial benefit).
- 2) Badan udaha umumnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan berupa uang sedangkan untuk memperoleh keutungan berupa uang, sedangkan badan sosial dan badan-badan pemerintah lainnya lebih bertujuan untuk memberikan manfaat sosial (social benefit) dibandingkan dengan keuntungan finansialnya.
- 3) Badan-badan usaha mendapat pembiayaan investasi dari bank harus mampu memperoleh keuntungan finansial (financial benefit) agar dapat hidup dan berkembang serta memnuhi kewajibannya kepada bank :¹⁸
 - Investasi masing-masing komponen aktiva lancar.
 - Investasi pada aktiva tetap atau proyek.
 - Investasi dalam efek atau surat berharga (securities)

Dana yang ditanam dalam aktiva tetap seperti hal dana yang diinvestasikan ke dalam aktiva lancar juga mengalami proses perputaran, walaupun secara konseptional sebenarnya tidak ada perbedaan antara investasi dalam aktiva tetap dengan investasi dalam aktiva lancar.

¹⁸Adiwarman A Karim, "Analisis Fiqh dan keuangan" (PT Raja Grafindo: Jakarta 2013) hal 237

Baik investasi dalam aktiva lancar maupun ivestasi dalam aktiva tetap dilakukan dengan harapan bahwa perusahaan akan dapat memperoleh kembali dana yang telah diinvestasikan tersebut. Masalah adalah perputaran dana yang tertanam dalam kedua jenis aktiva tersebut berbeda, yaitu jenis investasi ke dalam aktiva lancar diharapkan akan dapat diterima kembali dalam waktu dekat dan secara sekaligus (paling lama dalam 1 tahun), sebaliknya dalam investasi pada aktiva tetap dana yang tertanam tersebut baru akan kembali secara keseluruhan dalam waktu beberapa tahun dan kembalinya itusecara berangsur-angsur melalui penyusutan (deprisiasi). Dengan demikian, inti perbedaan antara investasi dalam aktiva tetap dengan investasi dalam aktiva lancar adalah terletak dalam soal "waktu" dan "cara perputaran" dana yang trtanam di dalamnya. 19

Dari pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan pembiayaan investasi adalah pembiayaan jangka pendek menengah atau jangka panjang untuk pemebelian barang-barang modal yang diergunakan untuk: Pendirian proyek baru, yakni penggantian mesin/pabrik dalam rangka usaha baru. Rehablitasi, yakni penggantian mesin/peralatan lama yang sudah rusak dengan mesin/peralatan baru yang sudah lebih baik. Modernisasi, yakni penggantian menyeluruhan mesin/peralatan

_

¹⁹Ibid 238

lama dengan mesin/peralatan baru yang tingkat teknologinya lebih baik/tinggi.Ekpansi, yakni penambahan mesin/peralatan yang telah ada dengan mesin/peralatan baru dengan teknologi sama atau lebih baik/tinggi. Relaksi proyek yang sudah ada, yakni pemindahan lokasi proyek /pabrik secara keseluruhan termasuk sara penunjang kegiatan pabrik seperti labolatarium dan gudang dari suatu tempat ke tempat ke tempat lain yang lokasinya lenih tepat dan baik. Berdasarkan akad yag digunakan dalam produk pembiayaan syariah, pembiayan investasi dapat dibagi menjadi tiga (3) bagian, yaitu:

1) PI Murabahah

Adalah jual beli barang pada harga asal denga bahan keuntungan yang dsepakati. Dalam ba'i al murabahah, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

2) PI IMBT

Transaksi yang disebut dengan al ijarah al muntahia bit tamlik (IMBT) adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tapatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan si penyewa sifat

pemindahan kepemilikan ini pula yang membedakan dengan ijarah biasa.

3) PI Salam

Dalam pengertian yang sederhana, ba'i as salam berarti pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan dimuka.²⁰

4) PI Istishna'

Transaksi ba'i al istishna merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang.²¹ Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang laluberusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan manjualnya kepada pembeli brang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta ssitem pembayaran apakah dimuka, melalui cicilan, atau

_

²⁰Ibid hal 171

²¹Ibid hal 172

ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang.²²

d. BMT (Baitul Maal Wa Tamwil)

Lembaga *Baitul Maal* (rumah dana), merupakan lembaga bisnis dan sosial yang pertama dibangun oleh nabi. Ini merupakan sesuatu yang baru, mengingat pajak-pajak dan pungutan dari masyarakat lain dikumpulkan oleh penguasa dan hanya untuk para raja. Sedangkan mekanisme *Baitul Maal*, tidak ssaja untuk kepentingan umat Islam, tetapi juga untuk melindungi kepentingan *kafir dhimmi*.²³

Sesungguhnya terdapat jenis lembaga keuangan lain di luar perbankan. Lembaga ini sama-sama memiliki misi keumatan yang jelas. Sistem operasional mengunakan syariah Islam, hanya produk dan manajemennya sedikit berbeda dengan industri perbankan lembaga tersebut meliputi : Asuransi Syari'ah, Reksadana Syari'ah serta Baitul Wa Tamwil. Di antar lembaga tersebut tang terkait langsung dengan upaya pengentasan kimiskinan adalah Baitul Maal Wa Tanwil.²⁴

-

²²Ibid hal 200

²⁴Muhammad Ridwan. *Manajemen Baitul Maal Wa Tanwil (BMT)*. (Yogyakarta : UII Press) hal 56

Peran BMT dalam menumbuhkan kembangkan usaha mikro dan kecil di lingkungan merupakan sumbangan yang sangat berarti bagi pembangunan nasional. Bank yang yang diharapkan mampu menjadi perantara keuangan ternyata hanya mampu bermain pada level mengengah atas. Sementara lembaga keuangan non formal yang ampu menjangkau pengusaha mikro, tidak mampu meningkatkan kapitalisasi usaha kecil. BMT tidak digerakkan dengan motif laba semata, tetapi juga motif sosial. Karena beroprasi engan pola syariah, sudah barang tentu mekanisme kontrolnya tidak saja dari aspek ekonomi saja atau dari kontrol luar tetapi agama atau akidah menjadi faktor pengontrol dari dalam yang lebih dominan.

Pengertian BMT merupakan kependekan dari Baitul Mal wa Tamwil atau juga ditulis dengan baitul maal wa baitul tamwil. Baitul Mal dikembangkan bedasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembagan Islam, dimana Baitul Mal wa Tamwil berfungsi untu mengumpulkan sekaligus menstasyarufkan dana sosial.

Didirikannya BMT bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk ksejrahteraan amggota pada khususnya dan msyarakat pada umumnya.

Pengertian tersebut diatas dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejrahteraan anggota dan msyarakat. Anggota harus dipedayakan supaya dapat mandiri. Dengan sendirinya, tidak dapt dibenarkan jika para anggota dan masyarakat menjadi sangat bergantung kepada BMT. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi para peminjam. Oleh sebab itu, sangat sangat perlu dilakukan pendampingan. Dalam pelemparan BMT harus dapat mencuptakan pembiayaan, keterbukaan, sehingga dapat mendeteksi berbagai kemungkinan timbul dari pembiayaan. yang Untuk mempermudah pendampingan, pendekatan pola kelompok menjadi sangat penting. Anggota dikelompokkkan berdasarkan usaha yang sejenis atau kedekatan tempat tinggal, sehingga BMT dapat dengan mudah melakukan pendampingan.

Menurut pemanfaatannya, pembiayaan BMT dapat dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan investasi, pembiayaan yang digunakan untuk pemenuhan barang-barang permodalan (capital goods) serta fasilitas-fasilitas lain yang erat hubungannya dengan hal tersebut. Yang kedua adalah pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan yang ditujukan

untuk pemenuhan, peningkatan produksi, dalam arti yang luas dan menyangkut semua sektor ekonomi, perdagangan dalam arti yang luas maupun penyediaan jasa. Pembiayaan modal kerja.

Penyediaan kebutuhan modal kerja dapat diterapkan dalam berbagai kondisi dan kebutuhan, karena memang produk BMT sangat bnyak sehingga memungkinkan dapat memenuhi kebutuhan modal tersebut. Berbagai unsur yang termasuk dala modal kerja meliputi kebutuhan kas, pemenuhan bahan baku, bahan setengah jadi (dalam proses) maupun kebutuhan bahan jadi atau bahan perdagangan dananya.²⁵

B. Penelitian Terdahulu

Yang pertama penelitian oleh Hesti Wulansih yang berjudul "Analisis pengaruh tingkat pendidikan, pengalaman kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada perusahaan funiture CV mugiharjo", yang mana di dalam penelitian tersebut terdapat kesamaan variabel tingkat pendidikan. Dalam penelitian Hesti Wulansih variabel tingkat pendidikan ditujukan kepada karyawan yang bekerja sedangkan penelitian ini ditujukan kepada pengguna modal. Perbedaan yang lain dapat di lihat dari objek penelitian, tahun penelitian serta tujuan penelitian. ²⁶ Yang kedua penelitian oleh Safira kurnia hardianti

-

²⁵Muhammad Ridwan "Baitul Maal Waa Tamwil" (UII Press : Yogyakarta 2005) hal 116

²⁶Skripsi Hesti Wulansih "Analisis pengaruh tingkat pendidikan, pengelaman kerja terhadap produktivitas kerja karyawan pada perusahaan funiture", Universitas Muhamadiyah Surakarta Tahun 2013

yang berjudul "analisis pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisoanal terhadap kinerja karyawan (PT Birantex Industries Semarang) penelitian ini dilakukan dengan metode kuisoner yang ditujukan kepada karyawan. Terdapat kesamaan dalam penelitian dari safira kurnia hardianti yaitu budaya organisasi, variabel budaya dalam penelitian ini dimaksudkan untuk penggunaa modal yang mempunyai budaya berbeda-beda.²⁷ Yang ketiga penelitian oleh Dinda Ayu Meita Sari "Analisis Pengaruh kredit konsumtif dan produktif terhadap laba bank berdasarkan kelompok bank (Jurnal Ilmiah)" terdapat kesamaan variabel yaitu kredit produktif yang mana setiap bank mempunyai kredit produktif. Kredit produktif yang diteliti oleh dinda ayu meita mengacu pada laba bank jadi berbeda ketika pembiayaan produktif yang diteliti cendurung berapa besar kredit produktif pengguna modal.²⁸ Yang ke 4 penelitian oleh Dania Dewi yang berjudul "pembiayaan produktif pada penggadaian syariah terhdap peningkatan pendapatan nasabah (studi pada penggadaian syariah cabang Aren)". Variabel pembiayaan produktif tersebut mengarah pada peningkatan nasabah, perbedaan objek penelitian ini juga dikatakan sebagai pembeda.²⁹ Yang ke 5 penelitian oleh Dina Yumaida yang berjudul

_

²⁷Skripsi Safira Kurnia Hardianti "Analisis pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasional terhadap kinerja karyawan PT Birantex Industries Semarang", Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2011

²⁸Skripsi Dinda ayu meitasari "Analisis Pengaruh kredit konsumtif dan produktif terhadap laba bank berdasarkan kelompok bank (jurnal ilmiah)" Universitas Brawijaya Malang Tahun 2014 ²⁹Skripsi Dania Dewi "Pembiayaan produktif pada penggadaian syariah terhadap peeningkatan pendapaan nasabah (studi pada penggadaian syariah cabang Pondok Aren)", Universitas Islam Negeri Syekh Hidayatullah Jakarta, Tahun 2008.

"Pengaruh budaya organisasi dan motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan pada bank BNI Syari'ah Cabang Cirebon" persamaan variabel budaya dimana yang mempunyai arti berbeda, perbedaan tersebut terdapat pada budaya organisasi dan budaya konsumen .³⁰

Yang ke 6 penelitian oleh Riki Trin Kurniawanto yang berjudul "pengaruh pinjaman modal kegiatan simpan pinjam kelompok perempuan (SPP) program PNPM mandiri perdesaan serta sikap wiraswasta terhadap perkembangan usaha dan peningkatan pendapatan masyarakat kecamatan Ambal Kabupaten Kebumen" kesamaan variabel pengaruh pinjaman modal yang dibahas adalah yang mempengaruhi pendapatan masyarakat berbeda pinjaman modal yang akan diteli yaitu pinjaman modal berdasarkan kisaran besarnya pinjaman modal dan akan terdapat pembeda ketika dalam penelitian menggabungkan dalam produk-produk pada bank syariah.³¹Yang ke 7 penelitian oleh Arisma Elfia yang berjudul "Faktor-faktor mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan pada Bank BPR Syariah Gajah Tonga" dari judul penelitian ini tidak ada kesamaan variabel tetepi ada satu variabel dimana hal tersebut terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu keputusan nasabah . Keputusan nasabah terdapat faktor pendidikan, sosial dan budaya.

³⁰Skripsi Dina Yumaida "Pengaruh Budaya organisasi dan mitivasi terhadap produktivitas kerja karyawan pada Bank BNI Syariah Cabang Cirebon", IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Tahun 2012
³¹Skripsi Riki Trin Kurniawanto "pengaruh pinjaman modal kegiatan simpan pinjam kelompok perempuan (SPP) program PNPM mandiri perdesaan serta sikap wiraswasta terhadap perkembangan usaha dan peningkatan pendapatan masyarakat kecamatan Ambal Kabupaten Kebumen", Universitas Negeri Yogyakarta, Tahun 2014

Pembeda dari penelitiannya adalah objek penelitian dan tujuan penelitian yang berbeda. Yang ke 8 penelitian oleh Nurul Julia yang berjudul "Pengaruh faktor sosial dan tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Sahara Tulungagung" persamaan yang variabel faktor sosial adalah kelompok referensi, keluarga, peran, status dan variabel faktor pendidikan terdapat kesamaan yaitu pendidikan terkahir nasabah. Perbedaanya terdapat pada objek pnelitian dan tujuan penelitian. Yang ke 9 penelitian oleh Chitra Dwiratih Auzia yang berjudul "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dalam memilih, menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok" terdapat perssamaan yaitu variabel keputusan dan pembiayaan murabahah dan perbedaannya adalah objek yang diteli selain itu berfokus pada pembiayaan murabahah. Perbedaannya dalah objek yang diteli selain itu berfokus pada pembiayaan murabahah.

_

³²Skripsi Arisma Elfia l "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan pada Bank BPR Syariah Gajah Tonga" Universitas Taman Siswa Padang, Tahun 2015.

³³Skripsi oleh Nurul Julia yang berjudul "*Pengaruh faktor sosial dan tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Sahara Tulungagung*" IAIN Tulungagung, Tahun 2014.

³⁴Skripsi Chitra Dwiratih Auzia yang *berjudul "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dalam memilih, menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok"*, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.

Tabel 3.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Hesti Wulansih (2013)	Tingkat pendidikan (X1),Pengalaman Kerja (X2) Produktivitas kerja karyawan(Y)	Tingkat pendidikan, pengalaman kerja berpengaruh pada produktivitas kerja karena dari hasil menunjukkan tingkat pendidikan mayoitas SMA dan karyawan yang bekerja usia produktif.
2.	Safitra Kurnia Hardianti (2011)	Budaya Organisasi (X1), Komitmen Organisasional (X2), Kinerja Karyawan (Y)	Budaya organisasi, dan komitmen organisasional berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan karena pengaruh yang paling besar adalah budaya organisasi dan komitmen organisasional memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan kerja karyawan.
3.	Dinda Ayu Meitasari (2014)	Pengaruh kredit konsumtif (X1), kredit produktif (X2), laba bank berdasarkan kelompok bank (Y)	Kredit konsuntif dan produktif berpengaruh signifikan karena pada hasilnya bahwa jika tidak ada kredit yang disalurkan, akan menyebabkan bank menjadi rugi dan kredit merupakan faktor utama penentu perolehan laba pada bank.
4.	Dina Yumaida (2012)	Budaya Organisasi (X1), Motivasi (X2), Produktivitas kerja (Y)	Budaya organisasi, motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan.
5.	Dania Dewi (2008)	Pembiayaan produktif (X1), Peningkatan laba (Y)	Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan produktif di kelompok bank persero dan bank pemerintah berpengaruh

			negatif pada perolehan laba, tetapi bank swasta Nasional serta bank asing dan campuran memiliki pengsruh yang positif signifikan terhadap
			perolehan laba.
6.	Riki Trin Kurnia 2014	Pinjaman modal (X1), Sikap wiraswasta (X2), Pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan masyarakat(Y)	Pinjaman modal dan sikap wiraswasta berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan usaha dan peningkatan usaha karena adanya pinjaman modal masyarakat akan mampu bertaan ketika usaha yang dijalankannya suatu saat mengalami permasalahan.
7.	Arisma Elfia 2015	Faktor keputusan nasabah (X1), pembiayaan pada bank (Y)	Dari hasil penelitian faktor produk, harga, faktor karyawan, faktor proses, berpengaruh signifikan pada pembiayaan pada bank sedangkan faktor uji fisik dan faktor waktu, tempat tidak berpengaruh signifikan.
8.	Nurul Julia 2014	Faktor sosial (X1), Tingkat pendidikan (X2), Keputusan menjadi nasabah (Y)	Faktor sosial, tingkat pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah
9.	Chitra Dwiratih Auzia 2014	Faktor keputusan nasabah (X1), Memilih dan menggunakan produk (Y)	Faktor variabel teman atau kenalan,mendapatkan informasi dari keluarga, pelayanan dan dekorasi kantor,variabel produk sesuai harapan, variabael pelayanan cepat dan miudah, variabel penampilan karyawan berpengaruh signifikan terhadap memilih menggunakan produk, faktor

Penelitian terdahulu merupakan dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu

dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah teknologi informasi. Oleh karena itu, peneliti melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa tesis dan jurnal-jurnal melalui internet.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa sebagian besar menyatakan bahwa variabel dapat mempengaruhi variabel-variabel lain. Dalam hal ini penelitian terdahulu mempunyai salah satu variabel yang sama, tetapi secara jelasnya variabel tersebut akan menjadi beda ketika variabel terikatnya berbeda. Dari kesepuluh penelitian terdahulu di tabel tersebut terdapat jelas perbedaannya yaitu objek penelitian, tahun penelitian dan lain sebagainya. Hal ini menunjukka perbedaan yang terlihat jelas meskipun salah satu varibel dari sepuluh penelitian tersebut terdapat kesamaan variabel.

. Persamaan variabel dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah pada salah satu variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan, yaitu variabel tingkat pendidikan, sosial, budaya dan pinjaman produktif.Adanya persamaan dan perbedaan yang terdapat dalam skripsi ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya tentu membawa konsekuensi pada hasil penelitian yang diperolehnya. Bila pada hasil-hasil penelitian sebelumnya ditujukan untuk memperoleh gambaran/deskriptif variabel itu sendiri beserta dengan indikator-indikatornya.

C. Kerangka konseptual/kerangka berfikir penelitian

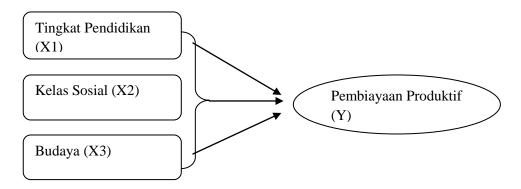
Uma Sekaran dalam bukunya Business Research (1992) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan kerangka konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoris pertautan antar variable yang akan diteliti. Jadi secara otomatis perlu dijelaskan hubungan antara variable independen dan variable dependen.

Kerangka berfikir dalam suatu penelian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dengan dua variable atau lebih. Apabila peneliti hanya membahas sebuah variable atau lebih secara deskripsi teoris untuk masing-masing variable, juga argumentasi terhadap variari besaran dan variasi yang diteliti (Sapto Haryoko, 1999).

Penelitian yang berkenaan dengan dua variable atau lebih, biasanya dirumuskan dengan hipotesis yang berbentuk konparasi maupun hubungan.Oleh karena itu dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk konsparasi atau hubungan maka perlu dikemukakan kerangka pemikiran.³⁵

_

³⁵ Sugiyono, Metode Penelitian..., hal.93



Untuk membangun ekonomi Islam dibutuhkan adanya ilmu ekonomi Islam, sebagaimana adanya ilmu ekonomi konvensional. Keduanya secara mendasar memiliki perbedaan yang sangat dalam dn sulit untuk dikompromikan. Ilmu ketersediaan kas yang cukup. Sedangkan deposio, sangat mudah dikendalikan, karena memang jangka waktunya sudah jelas. Menurut pemanfaatannya investasi dan pembiayaan modal kerja.

Pembiayaan investasi merupakan pembiayaan yang digunakan untuk pemenuhan barang-barang pemodalan (capital goods) serta fasilitas-fasilitas lain yang erat hubungan dengan hal tersebut. Selanjutnya adalah pembiayaan modal kerj yang ditunjukkan untuk pemenuhan, peningkatan produksi, dalam arti yang luas dan menyangkut semua sektor ekonomi, perdagangan dalam arti yang luas maupun penyediaan jasa.

Bank syariah dapat memenuhi seluruh kebutuhan modal kerja tersebut bukan dengan meminjamkan uang, melainkan dengan menjalin hubungan pathnership dengan nasabah, dimana bank bertindak sebagai penyandang dana (shahibul maal), sedangkan nasabah sebagai pengusaha

(mudharib). Fasilitas ini dapat diberikan untuk jangka waktu tertentu sedangkan bagi hasil secara periodik dengan nisbah yang disepakati setelah jatuh tempo, nasabah mengembalikan jumlah dana tersebut berserta porsi bagi hasil (yang belum dibagikan) yang menjadi bagian bank.

Dalam besar kecilnya pembiayaan produktif tentunya terjadi beberapa hal yang mempengaruhi yaitu faktor pendidikan nasabah dimana pendidikan merupakan kaitan erat dengan bagaimana nasabah tersebut dalam mengelola modal investasi dari bank. Selain itu faktor sosial yang merupakan pembagian anggota masyarakat ke dalam kelas sosial yang berbeda, terdapat dalam semua masyarakat dan budaya. Struktur kelas bervariasi dari sistem dua kelas. Klasifikasi yang sering digunakan terdiri dari enam kelas. Dari profil semua kelas ini menunjukkan behwa perbedaan sosial ekonomi anatara berbagai kelas tercermin pada struktur kelas sosial. Selain faktor sosial budaya juga mempengaruhi besar kecilnya pinjaman produktif hal ini diakibatkan karena budaya mempengaruhi perilaku konsumen yang mana budaya merupakan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan. Budaya dianalisis dari tingkat makro dari masyarakat tau budaya keseluruhan.

 H_1 : Tingkat Pendidikan, nasabah diduga berpengaruh terhadap besarnya pinjaman produktif di BMT Ar-Rahman Tulungagung.

- ${
 m H}_2$: Kelas Sosial nasabah diduga berpengaruh terhadap besarnya pinjaman produktif di BMT Ar-Rahman Tulungagung.
- H₃ : Budaya nasabah diduga nasabah diduga berpengaruh terhadap besarnya pinjaman produktif di BMT Ar-Rahman Tulungagung.
- H_4 : Tingkat Pendidikan, Kelas Sosial, dan Budaya nasabah diduga berpengaruh terhadap besarnya pinjaman produktif di BMT Ar-Rahman Tulungagung.