

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Usaha Mikro Kecil Menengah

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang dimaksud dengan usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro (Syarvina, 2018, hal. 563). Usaha Kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dengan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dengan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Syarvina, 2018, hal. 564). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berasaskan :

- 1) kekeluargaan
- 2) demokrasi ekonomi
- 3) kebersamaan
- 4) efisiensi berkeadilan
- 5) berkelanjutan
- 6) berwawasan lingkungan
- 7) kemandirian
- 8) keseimbangan kemajuan
- 9) kesatuan ekonomi nasional.

b. Kriteria Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Adapun kriteria-kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut :

- 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Adapun kriteria-kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut :

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Adapun kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut :

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

c. Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan peran utama dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Masa depan pembangunan tertuju pada kemampuan UKM untuk memainkan peran penting dalam pembangunan serta pertumbuhan ekonomi. Secara umum UMKM memiliki peran sebagai berikut dalam perekonomian nasional, yaitu:

- 1) Perusahaan terbesar,
- 2) Berperan penting dalam pembangunan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat,
- 3) Pencipta yayasan dan inovasi baru
- 4) Kontribusi pada neraca pembayaran (Departemen Kerjasama).

Selain itu, usaha mikro, kecil dan menengah juga berperan penting terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat miskin, pemerataan pendapatan, serta penanggulangan kemiskinan, usaha mikro kecil dan menengah ini juga berperan terhadap pertumbuhan ekonomi di pedesaan.

Adapun contoh karakteristik lainnya yang dikemukakan pada data BPS tahun 2006 yaitu struktur Sub-kelompok usaha dan status badan hukum. Dan struktur umur pengusaha. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) untuk tahun yang sama.

Tabel 2.1
Jumlah UMKM Menurut Sub-Kelompok
Usaha Dan Status Badan Hukum

Status Badan Hukum	UMI	UK	UM	UMKM
Berbadan Hukum	4,37	5,33	14,84	4,90
Tidak Berbadan Hukum	95,63	94,67	85,17	95,10
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber BPS, tahun 2006 Jumlah UMKM Menurut Sub-Kelompok Usaha Dan Status Badan Hukum.

Tabel diatas menunjukkan bahwa lebih banyak UMI (Usaha Mikro) yang tidak berbadan hukum yakni sebanyak 95,63 persen, walaupun perbedaannya tidak terlalu jauh dengan UK (Usaha Kecil) yakni 94,67 persen. Sedangkan dari kelompok UM (Usaha Menengah) jumlah perusahaan yang tidak berbadan hukum sekitar 85,17 persen, jadi dapat disimpulkan berdasarkan dari table 2.1 menjelaskan bahwa semakin besar

sekala usaha, maka semakin banyak banyak perusahaan yang berbadan hukum.

Tabel 2.2
Jumlah UMKM Menurut Sub-Kelompok
Usaha Dan Kelompok Umur

Kelompok Umur (Tahun)	UMI	UK	UM	UMKM
<25	6,21	3,07	1,01	5,22
26-30	11,65	8,33	3,94	10,54
31-35	15,55	13,38	10,09	14,82
36-40	18,12	18,84	14,43	18,22
41-45	16,10	18,30	17,56	16,74
45	32,36	18,09	52,98	34,46
Jumlah	100,00	100,00	100,00	100,00
Rata-rata umur	41,23	43,14	46,69	41,90

Sumber BPS 2006, Jumlah UMKM Menurut Sub-Kelompok Usaha Dan Kelompok Umur

Tabel diatas menunjukkan bahwa lebih dari sepertiga (34,5%) pengusaha UMKM berusia diatas 45 tahun, dan hanya sekitar 5,2 persen pengusaha UMKM yang berumur dibawah 25 tahun. Secara rata-rata, pengusaha UMKM berusia 41,9 tahun, sebagian besar dari jumlah pengusaha dari kategori UMI (Usaha Kecil) berumur diatas 45 tahun, dengan rata-rata umur 41,2 tahun.

Dari tabel 2.2 dapat dijelaskan bahwa pengusaha UMK (Usaha Mikro Kecil) cenderung lebih muda dibandingkan pengusaha UM (Usaha Menengah) yang merupakan suatu unit usaha lebih kompleks serta memerlukan modal lebih banyak dibandingkan UMK (Usaha Mikro Kecil). Dan usaha seperti itu hanya dilakukan oleh orang yang sudah bermodal, berwawasan, serta berpengalaman. Dan ini semua umumnya berasosiasi positif dengan umur. Dugaan lainnya adalah bahwa banyak pengusaha menengah merintis dari usaha mikro atau usaha kecil, sehingga pada saat usahanya berkembang dan menjadi usaha menengah umurnya juga sudah lebih tua rata-rata diatas 45 tahun.

d. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Islam

Dalam Islam berwirausaha bukan menjadi hal yang asing lagi, dimana nabi Muhammad SAW sendiri yang pernah melakukan usaha perdagangan dan mencontohkan untuk berlaku jujur dalam melakukan suatu usaha.

1) Pengertian Usaha Mikro persepektif Islam

Dalam islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang pasti dihalalkan. Dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad SAW pada mulanya adalah seorang pedagang atau wirausaha, dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat Nabi pada zaman dulu merupakan para pengusaha yang sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Manusia diciptakan oleh Allah SWT sejatinya adalah untuk menjadi seorang khalifah di muka bumi, menjalankan hal tersebut tentu saja membutuhkan usaha yang keras dari manusia.

Dalam ekonomi Islam UMKM merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup serta beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat, status jabatan seseorang dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At-Taubah (09), ayat 105.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

Rasullah memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah serta rasulnya, sebagai amalan yang harus dipertanggung jawabkan pada akhir zaman. Menurut Islam distribusi barang juga meluangkan suatu pekerjaan yang

banyak menguntungkan pihak-pihak yang terkait dalam bisnis usaha tersebut, distribusi barang di anjurkan dalam Islam dan melarang untuk menimbun barang yang tujuan penjual yang menimbun barang adalah untuk menaikkan harga, setelah barang tersebut menjadi sedikit hal ini yang dapat merugikan pembeli, dan apabila barang di distribusikan secara baik maka banyak menimbulkan manfaat terhadap pihak-pihak yang membutuhkannya, banyak ayat Al-qur'an yang menjelaskan tentang distribusi barang QS. Al-Isro' Ayat 29-30.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ۚ ۲۹
 إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا ۝ ۳۰

Artinya: "Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal. Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki bagi siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkan (-nya bagi siapa yang Dia kehendaki). Sesungguhnya Dia Mahateliti lagi Maha Melihat hamba-hamba-Nya".

Proses distribusi dalam ekonomi Islam harus dilakukan dengan benar sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Dalam mendistribusikan produk harus merata supaya semua konsumen dapat menikmati produk. Selain itu dalam distribusi juga tidak di perbolehkan berbuat zalim terhadap pesaing lainnya. Prinsip ini terdapat dalam QS Anisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
 مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu.

Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Dalam surat An-nisa ayat 29 ini bhatil ialah segala sesuatu yang tidak di halalkan oleh islam, seperti riba, judi, suap, korupsi dan segala yang di haramkan oleh Allah SWT. Prinsip lain dari proses distribusi ialah jujur dalam melakukan distribusi, wajib berlaku jujur. Jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah mengingkari janji. Sikap tidak jujur selain merupakan sikap yang akan menimbulkan dosa, jika dilakukan dalam berbisnis akan membawa pengaruh negatif pada kehidupan pribadi dan keluarga seseorang pembisnis itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan seperti itu akan mempengaruhi kehidupan masyarakat secara luas. Prinsip ini terdapat dalam QS Asy-syu'ara ayat 181-183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ ۝ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢ ۝ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣ ۝

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. Timbanglah dengan timbangan yang benar. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi".

Sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada umat manusia pada umumnya, dan para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun.

2) Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perseptif Ekonomi Islam

Menurut wahdino satro dalam hukum Islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah SWT, aturan yang berhubungan dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, supaya seorang muslim dapat selalu menjaga prilakunya dan tidak terjerumus ke dalam

kesesatan. Berikut adalah karakteristik Usaha Mikro menurut perspektif Ekonomi Islam, yaitu:

- a) Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyyun*), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan AS-sunnah.
- b) Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadunaqdiyyun*), mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dan akidah islamiah (*al-aqidah al-islamiyyah*) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung-jawaban terhadap akidah yang di yakini.
- c) Berkarakter ta'abbudi (*thabi'abbudiyun*). Mengingat usaha Mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdasarkan ketuhanan (*nizam rabbani*).
- d) Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-alhlaq*), Islam tidak pernah mempredeksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah meletakkan pembangunan ekonomi dalam lindungan islam yang tanpa akhlak.
- e) Elastic (*al-murunah*), al-murunah didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun al-hadist, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
- f) Objektif (*al-maudhu'iyah*). Islam mengajarkan umat supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktifitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membeda-bedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.
- g) Realistis (*al-waqii'yyah*). Perkiraan (*forcasting*) ekonomi khususnya perkiraan bisnis tidak selama sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.

- h) Harta kekayaan itu pada hakikatnya adalah milik Allah SWT. Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan orang terhadap harta kekayaan (*al-ammuwal*) tidaklah bersifat mutlak.
- i) Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdamal-mal*).kan pembagunan ekonomi dalam lindungan Islam yang tanpa akhlak.

2. Pendapatan

a. Definisi Pendapatan

Dalam kamus manajemen pendapatan ialah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan serta organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba. Pendapatan maupun upah dapat diartikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atau jasanya sesuai perjanjian (Jhon, 2014). Penghasilan (*income*) baik meliputi pendapatan maupun keuntungan pendapatan ialah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang bisa dikenal dengan sebutan seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalty dan sewa.

Menurut Sadono Sukirno, pendapatan ialah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu baik harian, mingguan maupun tahunan (Sukirno, 2001). Sedangkan Menurut Soediyono, pendapatan ialah yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor yang mereka sumbangkan dalam turut serta membentuk produksi nasional (Asnah & Sari, 2021).

Dengan kata lain pendapatan dapat didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Dimana pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, atau deviden dan pembayaran transfer atau

penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran (Syaparuddin, 2017). Menurut Kusnadi bahwa pendapatan dapat klasifikasikan menjadi dua bagian yaitu :

- 1) Pendapatan Operasional, yaitu pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan produk dan jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama suatu perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan.
- 2) Pendapatan Non Operasional, yaitu pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan.

b. Konsep Islam Tentang Pendapatan

Dalam Islam, pendapatan masyarakat adalah perolehan barang, uang yang diterima atau yang dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syari'at Islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, tetapi kurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur keberhasilan pembangunan.

Bekerja dapat membuat seseorang memperoleh pendapatan atau upah atas pekerjaan yang telah dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup terhadap besarnya pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai kebutuhan pangan, sandang, papan dan beragam kebutuhan lainnya.

Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum. Sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik (*nishab*) adalah hal yang paling mendasar distribusi retribusi setelah itu baru kaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi (Muhammad, 2019).

Istilah pendapatan atau keuntungan adalah sinonim dengan istilah *laba* (Indonesia), *profit* (Inggris), dan *rihb* (Arab). Dalam Al-Qur'an, ayat yang berbicara tentang ribh yaitu surah Al-Baqarah ayat 16, yaitu:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَتْ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Artinya: “Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk”(Q.S. Al-Baqarah: 16)

Pendapatan merupakan salah satu unsur penting dalam perdagangan yang didapat melalui proses pemutaran modal dalam kegiatan ekonomi. Islam sangat mendorong penggunaan harta melalui berbagai kegiatan ekonomi dan melarang untuk tidak menggunakannya agar tidak habis dimakan zakat (Qadir, 2021). Pendapatan bersih atau laba terbagi menjadi tiga macam yaitu :

- 1) Ar-Ribh at-Tijari (laba usaha), Ribh tijari dapat diartikan sebagai penambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil dari proses barter dan perjalanan bisnis. Laba ini dalam kosep akuntansi disebut laba dagang.
- 2) Al-Ghallah (laba insidental), yaitu penambahan yang terdapat pada barang dagangan sebelum penjualan, seperti wol atau susu dari hewan yang akan dijual. Pertambahan seperti ini tidak bersumber pada proses dagang dan tidak pula pada usaha manusia. Pertambahan seperti ini dalam konsep akuntansi disebut laba yang timbul dengan sendirinya/ laba insidental atau laba minor atau pendapatan marginal atau laba sekunder.
- 3) Al-Faidah (laba yang berasal dari modal pokok), yaitu penambahan pada barang milik yang ditandai dengan perbedaan antara harga waktu pembelian dan harga penjualan, yaitu

sesuatu yang baru dan berkembang dari barang-barang milik, seperti susu yang telah diolah yang berasal dari hewan ternak. Dalam konsep akuntansi disebut laba utama (*primer*) atau laba dari pengoperasian modal pokok.

Dalam al-quran Allah SWT mengajukan agar menghidupi kebutuhan sehari-hari manusia yaitu dengan mencari penghasilan berupa pendapatan yang tertuang dalam Al-Quran Surah An-nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Dari ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa umat islam jika telah selesai menunaikan shalatnya, diperintahkan Allah SWT untuk berusaha atau bekerja agar memperoleh karunia-Nya berupa penghasilan, ilmu pengetahuan, harta benda, kesehatan dan lain-lain, kemudian umat islam diperintahkan mengingat Allah SWT di dalam maupun luar dari pada ibadah sholatnya, dan selalu berikhtiar yaitu giat berusaha untuk mencapai tujuan yang baik, mulai disisi-Nya dan terhormat dalam pandangan manusia. Pendapatan yang berhak diterima, dapat ditentukan melalui dua metode. Metode pertama adalah ujah (kompensasi, imbal jasa, upah), sedangkan yang kedua adalah bagi hasil. Seorang pekerja berhak meminta sejumlah uang sebagai bentuk kompensasi atas kerja yang dilakukan. Demikian pula berhak meminta bagian profit atau hasil dengan rasio bagi hasil tertentu sebagai bentuk kompensasi atas kerja.

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

Penganiayaan terhadap para pekerja berarti bahwa mereka tidak dibayar secara adil dan bagian yang sah dari hasil kerja sama sebagai upah dari pendapatan mereka yang tidak mereka peroleh, sedangkan yang dimaksud dengan penganiayaan terhadap majikan yaitu mereka dipaksa oleh kekuatan industri untuk membayar pendapatan para pekerja melebihi dari kemampuan mereka. Oleh karena itu al-Quran memerintahkan kepada majikan untuk membayar pendapatan para pekerja dengan bagian yang seharusnya mereka terima sesuai kerja mereka, serta pada saat yang sama dia telah menyelamatkan kepentingannya sendiri.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan (Rosita et al., 2020) adalah :

- 1) Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- 2) Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.
- 3) Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya pula terhadap penghasilan.

- 4) Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.
- 5) Keuletan bekerja
- 6) Banyak sedikitnya modal yang digunakan.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut (Wibawa et al., 2021):

- 1) Penjualan yang diterima meliputi kualitas, kualitas harga, kualitas produk yang dijual, waktu maupun tempat (daerah) penjualannya.
- 2) Kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan, seperti misalnya tentang saluran distribusi, promosi, serta cara penetapan harga jual.
- 3) Kapasitas produksi yang dimiliki oleh perusahaan serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.
- 4) Tenaga kerja yang tersedia, baik jumlahnya maupun keterampilan dan keahliannya serta kemungkinan pengembangan di waktu yang akan datang.
- 5) Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki oleh perusahaan serta kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.

3. Perilaku Konsumsi

a. Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan tindakan individu dalam memperoleh barang dan jasa, dan cara individu tersebut dalam memanfaatkannya, Perilaku konsumsi juga berarti cara konsumen mengeluarkan sumber daya yang terbatas seperti uang waktu dan tenaga untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan demi kepuasannya .

Sedangkan menurut perspektif Islam memandang bahwa perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam tidak dapat dipisahkan dari keimanan, sehingga seluruh tindakan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan tidak hanya disandarkan kepada hubungan konsumen dengan barang dan jasa yang dikonsumsi, tetapi juga didasari oleh hubungan konsumen dengan Allah SWT. Salah satu tujuan utama ekonomi Islam adalah menegakkan keadilan sosial ekonomi diantara anggota masyarakat (Arif, 2018). Berdasarkan hubungan tersebut, konsumen muslim meyakini bahwa keberhasilan dirinya dalam memperoleh barang dan jasa merupakan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT yang harus disyukuri.

Dalam Islam ketika hendak mengkonsumsi hal yang dipertimbangkan adalah pencapaian masalah. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islami bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya (Inayah, 2020). Islam dalam ajarannya sangat menekankan upaya penegakan keadilan dalam segala aspek kehidupan termasuk keadilan ekonomi untuk terwujudnya kesejahteraan umat manusia (Nawawi, 2015).

Islam selalu mengajarkan konsumsi berpedoman dengan ajaran Islam, diantaranya ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlunya memperhatikan orang lain, sistem ekonomi Islam berupaya meminimalisir kemungkinan timbulnya konflik dan mengatur agar terwujudnya saling memberi manfaat (Sudiarti, 2018). Selanjutnya juga tetangga yang menderita kelaparan. Hal ini adalah tujuan konsumsi itu sendiri dimana seorang muslim akan lebih mempertimbangkan masalah dari pada *utilitas*.

Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syari'at Islam *maqashid syari'ah* (Harahap, 2018), yang tentu saja menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi. Al-Qur'an memberikan petunjuk mengenai konsumsi yang dideskripsikan secara jelas mengenai penggunaan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan

pengeluaran terhadap hal-hal yang tidak penting, sebagaimana dalam firman Allah SWT : (QS. Al-A'raaf 7 : 31)

يٰۤاٰدَمُ خُذْ اَزِيْنَتَكَ مِنْ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan".

Maksud dari ayat ini, konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ayat ini mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi berperilaku boros dan berlebih-lebihan dan janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan. Disinilah Islam mengatur konsumsi bahwasannya dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari harus benar-benar tepat memilih antara masalah dari suatu kebutuhan atau kepuasan (*utility*) dari sebuah keinginan semata yang belum tentu jelas berkah dan manfaat dari sumber daya yang dimiliki seseorang.

b. Perilaku Konsumsi Menurut Islam

Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam berbeda dengan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, konsumsi Muslim tidak hanya dilihat sebagai *homo economicus*, dipandang pula sebagai *homo Islamicus*, yang memotivasi konsumsinya berdasarkan pada keimanan serta kepuasan spiritual. Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak kita temui dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Pergerakan dirinya yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain ialah menginvestasi dzikir dirinya atas nama Allah SWT.

Dengan demikian dia lebih memilih jalan yang dibatasi oleh Allah SWT dengan tidak memilih barang haram, dan tidak kikir. Gaya hidupnya

baik di dunia maupun di akhirat. Memahami kutipan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam tidak dapat dipisahkan dari keimanan, sehingga seluruh tindakan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan tidak hanya didasarkan kepada hubungan konsumen dengan barang dan jasa yang dikonsumsi, tetapi juga didasari oleh hubungan konsumen dengan Allah SWT.

Berdasarkan hubungan tersebut, konsumen Muslim meyakini bahwa keberhasilan dirinya dalam memperoleh barang dan jasa, merupakan karunia dari Allah SWT yang harus disyukuri. Keyakinan bahwa terpenuhinya barang dan jasa merupakan karunia Allah SWT, yang akan mendorong seluruh perilaku konsumsi muslim di jalan atas dasar perintah Allah SWT, seperti tidak berlebihan, tidak boros, dan bergerak untuk membelanjakan harta di jalan Allah SWT. Menurut Yusuf Qardhawi dalam Andi Bahri S perilaku konsumsi Muslim dibatasi dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- 1) Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah hendak mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor-faktor psikis buatan dengan maksud membebaskan energy manusia untuk tujuan-tujuan spiritual.
- 2) Anjuran-anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntun oleh prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.
- 3) Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal, yaitu (a) barang-barang keperluan pokok, (b) barang-barang keperluan kesenangan dan (c) barang-barang keperluan kemewahan. Dalam tiga pengelompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam al-mawasid al-syari'ah dengan istilah daruriyyah, hajjiyah, dan tahsiniyyah.
- 4) Kunci untuk memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak cukup dengan hanya mengetahui hal-hal terlarang, tetapi sekaligus harus dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap moderat dalam pola

konsumsi yang dituntun oleh sikap yang mementingkan bersama konsumen muslim yang lain.

Memahami pendapat di atas, bahwa dalam konsumsi Islam berupaya membebaskan diri dari pengaruh kenikmatan barang dan jasa yang dapat mengganggu tercapainya tujuan spiritual konsumen Muslim. Dalam ekonomi Islam, konsumsi bukan menjadi tujuan utama, tetapi hanya sebatas sarana untuk mencapai tujuan spiritual yang membutuhkan dukungan kekuatan fisik dari konsumsi. Karena tujuan utama konsumsi Islam ialah spiritual, maka setiap perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai spiritual Islam harus dihindari.

c. Indikator Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas kebutuhan pokok dan secara operasional, indikator perilaku konsumtif tersebut adalah:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah Masyarakat membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik Masyarakat akan sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapih dan di hias dengan warna-warna yang menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi Masyarakat mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya masyarakat mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar masyarakat selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat atau kegunaannya) Masyarakat cenderung berperilaku yang di tandakan

oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang di anggap mewah.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status Masyarakat mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.
- 6) Membeli produk karena unsure konformitas terhadap model yang mengiklankan Masyarakat cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi Masyarakat sangat terdorong untuk mencoba produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek beda) Masyarakat akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan, secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana dalam membeli sesuatu barang individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Apabila perilaku tersebut terus dilakukan tanpa ada pemikiran panjang maka akan berakibat terjadinya tindakan pemborosan dimana seseorang yang memiliki keluarga harus terlebih dahulu mementingkan kebutuhan keluarga maupun kebutuhan rumah tangga.

4. Harga Bahan Baku

a. Definisi Harga Bahan Baku

Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga suatu produk dapat mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan. Oleh karena itu, harga mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pendapatan. Harga yaitu sejumlah uang tertentu untuk ditukarkan dengan satu unit barang atau jasa. Harga suatu barang berarti jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan barang tersebut. Harga barang-barang atau jasa-jasa terbentuk di pasar, oleh karena itu adanya pertemuan antara para pembeli dan para penjual.

Harga dalam konsep ekonomi Islam, tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini dapat terjadi apabila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut.

Menurut Ibnu Taimiyah, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Naik turunnya harga bisa saja disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang yang dibutuhkan. Bila permintaan naik dan penawaran turun harga-harga akan naik. Bila persediaan barang meningkat, permintaan akan barang akan turun (Rozalinda, 2012).

Bahan baku adalah bahan utama atau bahan pokok dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Biaya bahan pokok dapat dibebankan secara langsung kepada produk karena observasi fisik dapat dilakukan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Bahan pokok yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan suatu unit produk jadi disebut bahan baku penolong (*indirect material*). Bahan pokok penolong dimasukkan kedalam biaya overhead pabrik. Biaya bahan pokok (*direct material cost*) adalah biaya semua

bahan yang secara fisik dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk jadi dan biasanya merupakan bagian terbesar dari material pembentuk harga pokok produksi (Harahap & Prima, 2019).

Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa harga bisa naik karena penurunan jumlah barang yang tersedia atau peningkatan jumlah konsumen. Penurunan jumlah barang berarti supply, sedangkan meningkatnya konsumen akan menyebabkan peningkatan permintaan, ini berarti naiknya permintaan. Dalam konsep Islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Harga ditentukan oleh permintaan produk/jasa oleh para pembeli serta pemasaran produk/jasa dari pengusaha/pedagang, jadi harga-harga dapat ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan.

Bila penyebabnya adalah perubahan permintaan dan penawaran, maka mekanisme yang dilakukan melalui intervensi pasar. Bila penyebabnya adalah distorsi terhadap permintaan dan penawaran maka mekanisme pengendaliannya adalah melalui penghilangan distorsi. Dalam rangka melindungi hak pembeli dan penjual, Islam membolehkan bahkan mewajibkan intervensi harga.

b. Indikator Yang Mempengaruhi Naiknya Harga Bahan Baku

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi naiknya harga bahan baku antara lain:

1) Produksi

Produksi selalu mempengaruhi penentuan harga suatu produk yang dihasilkan. Apabila produk yang dihasilkan kurang baik, maka ini berpengaruh pada harga.

2) Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi lebih lanjut dari kegiatan produksi. Dalam usaha untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

3) Sumber Pasokan

Pasokan merupakan proses pengendalian operasi dari rantai pasokan dengan tujuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan seefisien mungkin.

4) Penawaran Permintaan

Penawaran berarti peningkatan dan penurunan barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan ditentukan oleh selera pendapatan. Makin rendah suatu barang maka banyak permintaan. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

5) Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah mengatur berbagai perekonomian untuk menghadapi masalah inflasi. Kebijakan pemerintah dalam hal ini, seorang pedagang harus menyewa tempat, membayar kepihak dinas pasar terkait dengan iuran kebersihan, dan uang listrik.

5. Jam Buka

a. Definisi Jam Buka/Jam Kerja

Pengertian jam kerja alokasi waktu usaha atau jam kerja yaitu total waktu usaha atau jam kerja usaha yang digunakan oleh seorang pedagang di dalam berdagang. Semakin tinggi jam kerja atau alokasi waktu yang kita berikan untuk membuka usaha maka probabilitas omset yang diterima pedagang akan semakin tinggi, maka kesejahteraan dari pedagang akan semakin terjaga dan dapat memenuhi kebutuhan keluarga para pedagang tersebut.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah jam kerja yaitu lamanya waktu dalam jam yang digunakan untuk bekerja dari seluruh pekerjaan, tidak termasuk jam kerja istirahat resmi dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal di luar pekerjaan selama satu minggu. Untuk pedagang keliling atau pedagang disektor informal seperti pedagang kaki lima, jumlah jam kerja dihitung mulai

berangkat kerja atau membuka lapak/toko sampai tiba kembali di rumah atau menutup lapak/tokonya. Mantra (2003:225) juga berpendapat bahwa jam kerja adalah jangka waktu yang dinyatakan dalam jam yang digunakan untuk bekerja. Dengan kata lain dapat diasumsikan bahwa semakin banyak jam kerja yang dihabiskan berarti pekerjaan yang dilakukan semakin produktif. Herlambang (2002) mengutarakan bahwa usaha dagang menghasilkan lebih banyak pendapatan jika pekerjanya bekerja lebih lama.

Menurut Monika (2011) jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan untuk perangkat peralatan yang digunakan atau waktu yang dijadwalkan bagi pekerja. Jam kerja meliputi berbagai hal berikut:

- 1) Lamanya seseorang mampu bekerja secara baik
- 2) Hubungan antara waktu kerja dengan waktu istirahat
- 3) Jam kerja sehari meliputi pagi, siang, sore dan malam.

Bagi pedagang yang pada umumnya disektor informal, jumlah jam kerja dihitung mulai berangkat kerja atau buka lapak/toko hingga tiba kembali dirumah atau tutup lapak/tokonya. Sa'ud menyatakan bahwa kriteria-kriteria pengurusan waktu kerja yang efektif sebagai berikut:

- 1) Memahami sepenuhnya pekerjaan yang akan dilaksanakan
- 2) Memberikan keutamaan kerja menurut kepentingan
- 3) Mendelegasikan pekerjaan-pekerjaan yang banyak
- 4) Mengawasi masalah supaya tidak terjadi lagi
- 5) Menetapkan masa selesainya pekerjaan
- 6) Pekerjaan yang tidak perlu supaya segera disingkirkan
- 7) Senantiasa menyadari nilai waktu dalam setiap pekerjaan yang dikerjakan
- 8) Mencatat hal-hal yang perlu dikerjakan di masa depan
- 9) Membentuk daftar penggunaan waktu kerja
- 10) Menilai keberhasilan kerja berdasarkan objektif pekerjaan.

Jam kerja bagi para pekerja di sektor swasta diatur dalam undang-undang No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, khususnya pasal 77 sampai dengan pasal 85. Pasal 77 ayat 1, undang-undang No. 13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini telah diatur dalam 2 sistem yaitu:

- 1) 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu; atau
- 2) 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu.

Pada kedua sistem jam kerja tersebut juga diberikan batasan jam kerja yaitu 40 jam dalam 1 minggu, apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut, maka waktu kerja biasa dianggap masuk sebagai jam kerja lembur, sehingga pekerja/buruh berhak atas upah lembur.

b. Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Curahan Jam Kerja

Curahan jam kerja yaitu jumlah jam kerja yang dilakukan untuk melakukan pekerjaan di pabrik, di rumah, serta pekerjaan sambilan. Lama bekerja dalam setiap satu minggu terhadap setiap orang tidak sama. Ada yang bekerja di pabrik dan dirumah saja, tetapi ada juga yang selain bekerja dipabrik dan melakukan pekerjaan rumah tangga, masih juga melakukan pekerjaan sambilan. Hal ini tergantung pada keadaan masing-masing perorangan tersebut. Alasan ekonomi adalah yang paling dominan, guna mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan untuk menambah penghasilan keluarga. Selain itu jumlah orang yang harus ditanggungnya menjadi salah satu alasan mengapa seorang melakukan pekerjaan lebih. Oleh karena itu dalam menyediakan waktu untuk bekerja tidakla cukup hanya memperhitungkan jumlah

jam orang yang bekerja tetapi perlu juga diperhatikan berapa jam setiap orang itu bekerja dalam setiap minggunya.

Neo klasik teori tentang produksi rumah tangga menyatakan bahwa ada tiga kemungkinan alokasi waktu dari waktu yang tersedia, yaitu:

- 1) Bekerja di rumah;
- 2) Bekerja di pasar,
- 3) Waktu istirahat.

Ketiga alokasi tersebut menghasilkan 3 macam komoditi, yaitu hasil kerja dirumah antaranya mengurus anak dan membersihkan rumah. Hasil kerja diluar rumah berupa upah yang digunakan untuk membeli keperluan hidupnya dan *utility* yang diperoleh dari waktu istirahat (*leisure*).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi alokasi waktu seseorang. Alokasi waktu bagi setiap anggota keluarga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu keadaan sosial ekonomi keluarga, pemilihan asset produktif, tingkat upah, karakteristik yang melekat pada setiap anggota keluarga yang dikategorikan dengan faktor umur, tingkat pendidikan atau keahlian yang dimiliki anggota keluarga yang lain.

Pendapatan cenderung untuk mengurangi jam kerja (*income effect*), karena dengan meningkatnya status ekonomi (pertambahan pendapatan) seseorang cenderung untuk meningkatkan konsumsinya dan akan lebih banyak menikmati waktu senggangnya. Hal tersebut berarti mereka telah mengurangi jam kerja untuk keperluan tersebut.

Yusuf Qardhawi menyatakan, kepedulian pedagang terhadap agamanya hanya bisa terwujud dengan memelihara tujuh hal, yaitu:

- 1) Meluruskan niat, denganmeniatkan untuk menjaga diri agar tidak meminta-minta, menjaga diri dari kerasukan terhadap apa yang terjadi milik orang lain karena mencakupkan diri dari yang halal, menjadikannya sebagai dukungan terhadap agama, dan

- demi melaksanakan kewajiban mencukupi kebutuhan keluarga agar termasuk kelompok orang-orang yang berjihad dengannya.
- 2) Melaksanakan fardhu kifayah dan hal yang penting dalam agama.
 - 3) Memperhatikan „pasar“ akhirat, yakni jangan sampai pasar dunia menghalanginya dari pasar-pasar akhirat yaitu masjid.
 - 4) Senantiasa melakukan dzikrullah, yakni tidak berhenti sampai pada batas tersebut tetapi senantiasa melakukan dzikirullah di pasar dan tidak pernah berhenti membaca tahlil dan tasbih.
 - 5) Relu menerima dan tidak rakus, yaitu tidak terlalu rakus kepada pasar dan perniagaan, dengan menjadi orang pertama masuk dan orang yang terakhir keluar, atau mengarungi lautan demi perniagaan.
 - 6) Menghindari syahdat, yakni tidak hanya menjauhi yang haram, tetapi juga menghindari tempat-tempat syubha dan keraguan.
 - 7) Muraqabah dan muhasabatun nafsi, kewajiban orang yang bekerja mencari pencaharian yaitu bersikap adil, ihsan, dan peduli terhadap agamanya. Jika ia bersikap adil saja maka ia termasuk orang-orang yang shalih, jika ia menambahkan sikap ihsan maka ia termasuk orang-orang yang dekat kepada Allah (Al Muqarrabin), jika memperhatikan tugas-tugas agama di samping, maka ia termasuk orang-orang yang shiddiq.

c. Indikator Jam Kerja

Jam kerja adalah lamanya waktu yang telah digunakan untuk menjalankan usaha dimulai dari buka usaha sampai usaha dagang tutup. Jam kerja dihitung dalam satuan jam perharinya (Sundari, 2017, hal. 85).

- 1) Jam kerja yang ditetapkan yaitu 40 jam/minggu (7 jam/hari).
- 2) Pertambahan pendapatan cenderung untuk mengurangi jam kerja.

- 3) Menetapkan masa selesainya pekerjaan.
- 4) Lamanya jam kerja bagi setiap pedagang tidak sama.
- 5) Ekonomi keluarga menjadi alasan dalam penambahan jam kerja.
- 6) Jumlah jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dengan adanya penelitian terdahulu ini penulis dapat menghindari kesamaan dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
1	Iin Muyasarah (2018) Dampak Bulan Suci Ramadhan Dalam Peningkatan Ekonomi Pedagang Pasar Besar Di Palangkaraya	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil dari penelitian ini yaitu, dampak ramadhan terhadap pasar besar di palangkaraya menjadi ramai dan pedagang mendapatkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan pada bulan-bulan lainnya.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang dampak ramadhan terhadap pendapatan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu, tempat penelitian yang dilakukan berbeda dimana peneliti melakukan penelitian di kelurahan Harjosari.

No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
2	Suntika Andani (2018) Tinjauan Pendapatan Usaha Kecil di Desa Rawamangun Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara (Studi Komparasi pada Bulan Ramadhan dan Bulan Setelah Ramadhan)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan UMKM pada bulan ramadhan mengalami peningkatan yang cukup besar karena semakin bertambahnya kebutuhan konsumen apalagi menjelang lebaran, berbeda ketika setelah bulan ramadhan terjadi penurunan karena kebutuhan konsumen tidak sebanyak ketika saat bulan Ramadhan.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pendapatan di bulan ramadhan, perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu tahun dilakukannya penelitian, dan juga tempat yang diteliti juga berbeda.
3	Rizky Jean Shita (2019) Analisis Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah	Penelitian ini menggunakan metode lapangan (<i>field research</i>). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak Ramadhan mempengaruhi pola konsumsi, masyarakat selama bulan ramadhan melakukan konsumsi yang berlebihan dengan alasan untuk mempertahankan kesehatan tubuh selama menjalankan ibadah puasa.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang dampak ramadhan terhadap pendapatan, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu tahun pelaksanaan penelitian dan tempat dilakukannya penelitian berbeda.

No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
4	Fadillatunnisa (2022) Dampak Pendapatan di Bulan Suci Ramadhan Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pedagang Yang Berjualan di Pusat Pasar Medan)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan selama bulan Ramadhan di pasar central Medan mengalami peningkatan signifikan karena meningkatnya permintaan konsumen yang ingin menyediakan makanan, minuman, pakaian, dan kebutuhan lainnya untuk menyambut Idul Fitri.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti dampak Bulan Ramadhan terhadap pendapatan dan juga menggunakan metode yang sama, tetapi ada sebuah perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak di tempat dilakukannya penelitian.
5	Nurul Ichsan Hasan (2019) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan usaha Mikro (Studi Pada Nasabah BMT As-Salam)	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, hasil penelitian ini menunjukkan pembiayaan mikro syariah berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Sedangkan, karakteristik usaha (jenis usaha, lama usaha) tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan, dan terdapat perbedaan pendapatan usaha antara sebelum dan sesudah menerima pembiayaan dari BMT As-Salam	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas tentang peningkatan pendapatan usaha mikro. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu metode yang digunakan berbeda serta studi kasus yang dilakukan juga berbeda, dan tahun dilakukannya penelitian berbeda.

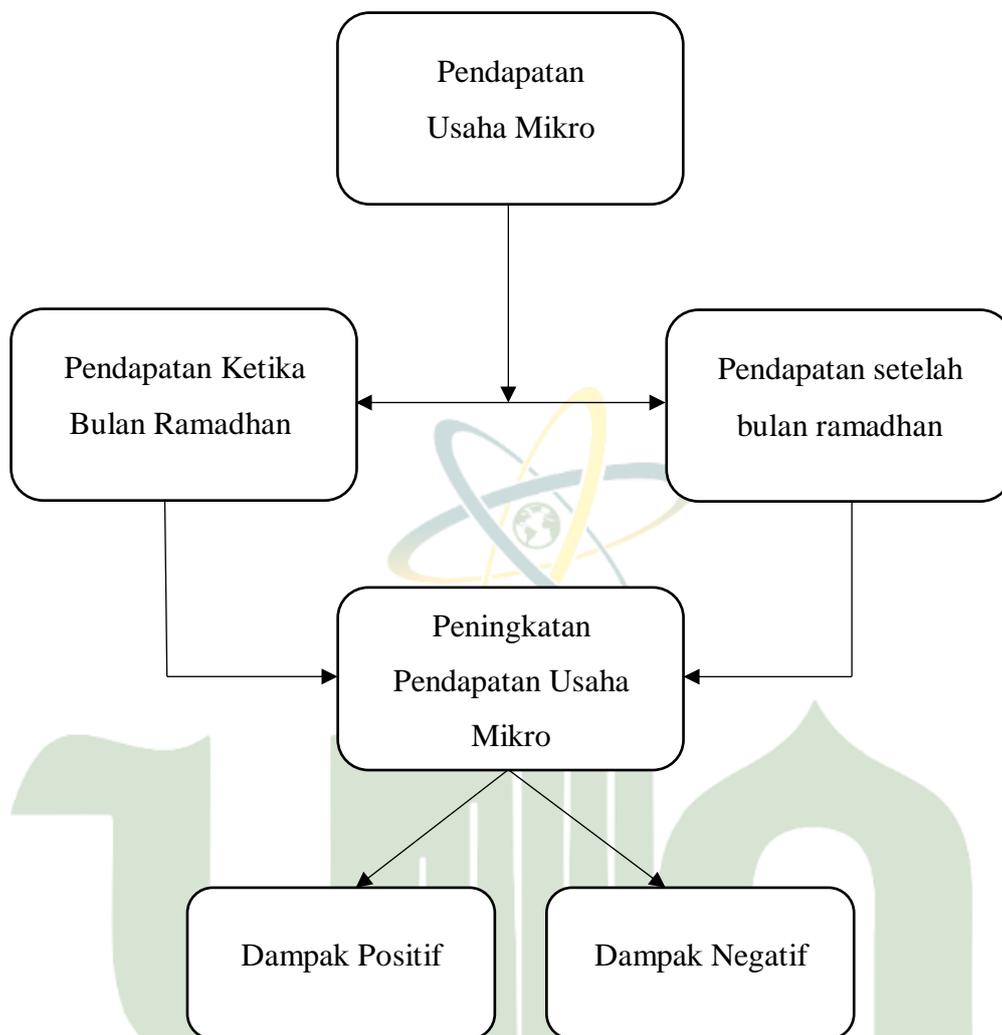
No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
6	Beta Nur Ariana (2021) Analisis Dampak Ramadhan Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Dan Indonesia Sharia Stock Indeks (ISSI) Periode 2015-2020	Penelitian ini menggunakan metode paired sample t-test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan return saham indeks IHSG dan ISSI yang mengindikasikan bahwa bulan Ramadhan tidak berdampak signifikan. Faktor yang mempengaruhi adalah dari sisi perusahaan yang cukup berhasil dalam menyampaikan informasi perusahaannya seperti pada laporan keuangannya.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama membahas tentang dampak dari bulan Ramadhan. Perbedaannya dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu perbedaan metode penelitian yang dipakai serta pembahasan penelitian ini tentang dampak Ramadhan terhadap return saham sedangkan peneliti membahas tentang dampak Ramadhan terhadap pendapatan usaha mikro.
7	Anggun Kharisma (2022) Pola Konsumsi Masyarakat Pada Bulan Ramadhan di Desa Bangko Pusaka Kabupaten Rokan Hilir Menurut Ekonomi Syariah	Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (<i>field research</i>). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat pada bulan Ramadhan mengalami peningkatan, hal ini berdasarkan hasil wawancara masyarakat yang melakukan kebiasaan santapan untuk berbuka dan persiapan untuk lebaran.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang dampak Ramadhan, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dilakukannya penelitian, serta metode penelitian yang digunakan juga berbeda.

No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
8	Habriyanto (2019) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dosen Terhadap Barang Konsumen Di Bulan Ramadhan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan dosen PNS, kontrak dan DLB berstatus kawin meningkat selama bulan Ramadhan, sedangkan dosen kontrak dan DLB yang tidak memiliki tanggungan keluarga selama bulan Ramadhan tidak mengalami peningkatan permintaan barang konsumsi.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu, sama-sama membahas tentang konsumsi pada bulan Ramadhan, dan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu perbedaan waktu penelitian serta tempat dilakukannya penelitian, serta penelitian ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi permintaan, sedangkan peneliti membahas tentang pendapatan usaha mikro.
9	Rizky Jean Shita (2019) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Pada Bulan Ramadhan (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat pada bulan Ramadhan melakukan kegiatan konsumsi berlebihan untuk memenuhi kebutuhan pokok, dalam hal makanan. Hal tersebut dilakukan dengan alasan sebagai penyemangat bagi anak-anak yang belajar berpuasa serta bentuk kebahagiaan menyambut idul fitri.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu, sama-sama membahas tentang bulan Ramadhan, perbedaannya yaitu penelitian ini membahas tentang perilaku konsumsi, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang pendapatan usaha mikro pada bulan Ramadhan, serta tempat penelitian juga menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

No	Nama Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
10	Habriyanto (2019) Analisis Pola Konsumsi Selama Bulan Ramadhan (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi)	Penelitian ini menggunakan metode kombinasi analisis kuantitatif dan metode analisis kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan responden menyatakan terjadi peningkatan pola konsumsi selama bulan Ramadhan, perbandingan pengeluaran konsumsi makanan dan minuman sebelum dan saat bulan Ramadhan meningkat sekitar 41%-50% dan 91%-100%. Variabel indikator lain yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat kota Jambi pada bulan Ramadhan adalah harga barang, tingkat pendapatan, selera dan iklan produk.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu, sama-sama membahas tentang bulan Ramadhan tetapi memiliki topic yang bebrbeda. Dimana penelitian ini membahas tentang pola konsumsi saatbulan Ramadhan, sedangkanpenelitian yang dilakukan peneitimembahas tentang dampak Bulan Ramadhan terhadap pendapatan usaha mikro.

C. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berpikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendeskripsikan kerangka refrensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.



Gambar 2.1

Kerangka Teoritis

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha mikro menjadi subjek dalam penelitian, dan analisis pendapatan pada bulan ramadhan maupun bulan setelah ramadhan menjadi objek dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini ingin menganaliis apakah bulan ramadhan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha mikro, serta dampak apa saja yang ditimbulkan.