PENGARUH KEAGAMAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA

(Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta)

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi Salah satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Agama Islam

Oleh :

RIZAL FAHLEFI

NPP : 9901039

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2001

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
MAGISTER STUDI ISLAM
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Faxs. 523637

PERSETUJUAN

TESIS berjudul: PENGARUH KEAGAMAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA (Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Kota Yogyakarta)

Ditulis oleh : RIZAL FAHLEFI, S.Ag

N I M : 9901039

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat disetujui untuk diujikan di Dewan Penguji pada Program Pascasarjana Magister Studi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia.

Jogjakarta, 30 Agustus 2001
Pembimbing,

Drs. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
MAGISTER STUDI ISLAM
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Jogjakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No : 11/PS-MSI/ND/VIII/2001

TESIS berjudul : PENGARUH KEAGAMAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA (Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Kota Yogyakarta)

Ditulis oleh : RIZAL FAHLEFI, S.Ag.

NIM : 9901039

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Agama Islam Pada Program Pascasarjana Magister Studi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia.

Jogjakarta, 1 September 2001
Ketua Program,

Dr. H. Imam Syafi'ie M.A

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
MAGISTER STUDI ISLAM
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Jogjakarta
Telp. (0274) 523637 Faxs. 523637

TIM PENGUJI
UJIAN TESIS

Nama	: RIZAL FAHLEFI, S.Ag
Tempat/tgl.lahir	: Lubuk Jaya, 29 Juni 1973
No. Peserta	: 9901039
NIMKO	: 99/UII/III/0673
No. Ujian	: 99/UJN/DIY/III/0109
Konsentrasi	: Ekonomi Islam
Judul Tesis	: PENGARUH KEAGAMAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA (Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta)

Ketua : Drs. Yusdani, M.Ag (.....)

Sekretaris : Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag. (.....)

Pembimbing : Drs. H.Edy Suandi Hamid, M.Ec (.....)

Penguji : 1. Drs. Akh. Minhaji, MA., Ph.D (.....)

2. Drs. H. Munrohim Misanam, M.A.Ec., Ph.D (.....)

Diuji di Jogjakarta pada tanggal 4 September 2001

Pukul : 13.30 S/d 15.00 WIB.

Hasil/Nilai : 82,5 / B

Predikat : Sangat Memuaskan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذى نحمده ونستعينه ونستغفره ونعوذ بالله من شرور انفسنا ومن شئ اعمالنا ,من يهده الله فلا مضلله ومن يضلل فلا هاديله, اشهدان لا اله الا الله واشهدان محمدا رسول الله, اما بعد.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt, yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya serta memberikan kecerahan pikiran dan ketenangan hati kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **"PENGARUH KEAGAMAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA (Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta"**. Shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad saw yang telah diutus membawa *syari'ah* Islam sebagai *rahmatan lil'alamin.*

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penelitian dan penulisan tesis ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapanda dan Ibunda tercinta yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang serta telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Imam Syafi'e, selaku Ketua Program Pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec., sebagai Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan pentunjuk dan sumbangan pemikiran kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

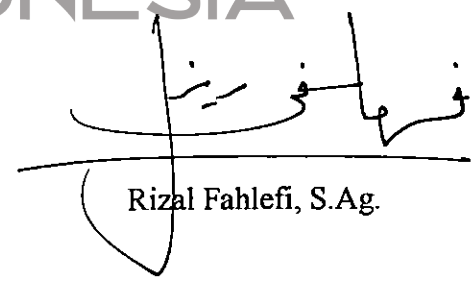
4. Bapak Drs. Yusdani, MA. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta petunjuk kepada penulis.
5. Segenap Dosen yang telah memberikan didikan dan pengajaran kepada penulis selama penulis menuntut ilmu pada Program Pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia.
6. Karyawan dan karyawati Program Pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
7. Para pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyajarta yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan imformasi dalam penelitian yang penulis lakukan.
8. Uda, Uni serta Adik-adikku tersayang dan semua pihak yang pada kesempatan ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, baik secara langsung atau tidak langsung, telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga segala kebaikan dan amal ibadah kita semua, mendapatkan ridha disisi Allah swt, amin.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yogyakarta, 31 Agustus 2001

Penulis,



Rizal Fahlefi, S.Ag.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul ..... **i**

Persetujuan Pembimbing ..... **ii**

Nota Dinas ..... **iii**

Pengesahan ..... **iv**

Kata pengantar ..... **v**

Daftar Isi ..... **vii**

Daftar Tabel ..... **x**

Pedoman Transliterasi ..... **xii**

Abstrak ..... **xv**

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Telaah Pustaka 12

F. Kerangka Teoritik 18

G. Hipotesis 30

H. Metode Penelitian 30

1. Populasi dan Sampel 32
2. Teknik Pengumpulan Data 34
   1) Angket 34
   2) Wawancara 34
   3) Pengamatan 35
   4) Analisis 35

I. Sistematika Pembahasan 37

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB II. GAMBARAN UMUM TENTANG PEDAGANG RUMAH MAKAN PADANG KOTA YOGYAKARTA

A. Deskripsi Karakteristik Pedagang 39

1. Kelompok Umur 40
2. Tingkat Pendidikan 41
3. Lama Menjadi Pedagang 42
4. Asal Kecakapan 43
5. Sikap Pasrah 45
6. Kepuasan Kerja 46
7. Semangat Kerja 48
8. Keanggotaan Dalam Organisasi Keagamaan 51

B. Deskripsi Tingkat Keagamaan Pedagang 52

1. Tingkat Keagamaan Responden 52
2. Tingkat Keagamaan Menurut Kelompok Umur 54
3. Tingkat Keagamaan Menurut Tingkat Pendidikan 55
4. Tingkat Keagamaan Ditinjau dari Sikap Pasrah 57
5. Tingkat Keagamaan Ditinjau dari Organisasi Keagamaan 58

C. Deskripsi Tingkat Motivasi Kerja Pedagang. 59

1. Tingkat Motivasi Kerja Ditinjau Dari Kelompok Umur 61
2. Tingkat Motivasi Kerja Ditinjau Dari Tingkat Pendidikan 62
3. Tingkat Motivasi Kerja Ditinjau Dari Masa Kerja 63
4. Tingkat Motivasi Kerja Ditinjau Dari Asal Kecakapan 64
5. Tingkat Motivasi Kerja Ditinjau Dari Sikap Pasrah 65
6. Tingkat Motivasi Kerja dan Organisasi keagamaan 67

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB III. ANALISIS

A. Analisis Pengaruh Keagamaan Terhadap Motivasi Kerja 69
1. Analisis Uji *Chi-Square* (Tabulasi Silang) 70
2. Analisis Korelasi dan Regresi 72
B. Pembahasan dan Interpretasi 78

BAB IV. KESIMPULAN

A. Kesimpulan 86
B. Saran-saran 88

DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN-LAMPIRAN 92

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Responen Menurut Kelompok Umur 40

Tabel 2. Responden Menurut Tingkat Pendidikan 41

Tabel 3. Responden Menurut Lama Kerja Menjadi Pedagang 42

Tabel 4. Responden Menurut Asal Kecakapan Sebagai Pedagang 44

Tabel 5. Tingkat Kepasrahan Responden Kepada Nasib 46

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Kerja Responden 47

Tabel 7. Masa Kerja Responden dalam Satu Minggu 49

Tabel 8. Masa Kerja Responden Dalam Satu Hari 50

Tabel 9. Responden Menurut Keanggotaan Organisasi Keagamaan 52

Tabel 10. Tingkat Keagamaan Responden 53

Tabel 11. Tingkat Keagamaan Responden Menurut Kelompok Umur 55

Tabel 12. Tingkat Keagamaan Responden Menurut Tingkat Pendidikan..... 56

Tabel 13. Tingkat Keagamaan dan Sikap Pasrah 57

Tabel 14. Tingkat Keagamaan Menurut Afiliasi Dalam Organisasi 58

Tabel 15. Tingkat Motivasi Kerja Responden..... 60

Tabel 16. Motivasi Kerja Responden Menurut Kelompok Umur 61

Tabel 17. Tingkat Motivasi Kerja Responden dilihat Dari Tingkat Pendidikan . 62

Tabel 18. Motivasi Kerja Ditinjau Dari Masa Kerja 63

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 19. Motivasi Kerja ditinjau dari Asal Kecakapan 65

Tabel 20. Tingkat Motivasi Kerja dan Sikap Pasrah..... 66

Tabel 21. Motivasi Kerja Menurut Keanggotaan Organisasi Keagamaan 68

Tabel 22. Tingkat Keagamaan dan Tingkat Motivasi Kerja 71

Tabel 23. Korelasi Antara Tingkat Keagamaan dan Motivasi Kerja 72

Tabel 24. Dimensi Keyakinan dan Motivasi Kerja 74

Tabel 25. Dimensi Ibadah dan Motivasi Kerja..... 75

Tabel 26. Dimensi Pengetahuan dan Motivasi Kerja..... 76

Tabel 27. Dimensi Pengalaman dan Motivasi Kerja 77

Tabel 28. Dimensi Sosial dan Motivasi Kerja 77

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Sesuai dengan SKB Menteri Agama, Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI NO. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987 Tertanggal 22 Januari 1998

A. **Konsonan Tunggal**

Huruf Arab	Nama	Huruf LAtin	Keterangan
ا	alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā'	b	-
ت	tā'	t	-
ث	sā'	s	s dengan titik di atasnya
ج	jīm	j	-
ح	hā'	h	h dengan titik di atasnya
خ	khā'	kh	-
د	dāl	d	-
ذ	zāl	z	z dengan titik di atasnya
ر	rā'	r	-
ز	zā'	z	-
س	sīn	s	-
ش	syīn	sy	-
ص	sād	s	s dengan titik di atasnya
ض	dād	d	d dengan titik di atasnya
ط	tā'	t	t dengan titik di atasnya
ظ	zā'	z	z dengan titik di atasnya
ع	'ain	'	koma terbalik
غ	gain	g	-

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ف	fā'	f	-
ق	qāf	q	-
ك	kāf	k	-
ل	lām	l	-
م	mīm	m	-
ن	nūn	n	-
و	wawu	w	-
ه	hā'	h	-
ء	hamzah	'	Apostrof, lambang ini tidak digunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā'	y	-

A. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syahadah*, ditulis rangkap

احمدية ditulis a*hmadiyyah*

B. Tā' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahsa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya.

   جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis t

   كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

C. Vokal Pendek

Fathah ditulis, kasrah ditulis i, dammah ditulis u.

D. Vokal Panjang

A panjang dituilis *ā*, I panjang ditulis *ī*, u panjang ditulis *ū*. Masing masing dengan tanda hubung (-) di atasnya

E. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (').

أأنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annas*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

F. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikiuti huruf *qamariyah* ditulis *al-*

   القرآن ditulis ***al-Qur'an.***

2. Bila dikuti huruf *syamsiyyah,* huruf I diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya.

   الشيعة ditulis *asy-Syi'ah.*

G. Huruf Besar

Penulisan huruf besar di sesuaikan dengan ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

H. Kata dala rangkaian Frasa dan Kalimat

1. ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau poengucapan nya dalam rangkaian tersebut.

   شيخ الإسلام ditulis s*yaikh-al Islām* atau *syaikhul-Islām.*

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PENGARUH KEAGAMAAN TERHADAP MOTIVASI KERJA

(Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta)

Rizal Fahlefi S.Ag.
NIM: 9901039

ABSTRAK

Agama sebagai perangkat ajaran menempati suatu wilayah normatif ideologis dalam dunia kesadaran sosiologis manusia. keyakinan manusia terhadap suatu agama akan mendorong mereka untuk berjuang dan berkorban guna mewujudkan ketenangan dan ketenteraman bagi jiwa dan raga. Salah satu ciri khas masyarakat Minangkabau perantauan adalah selalu siap bersaing dengan siapapun untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kemuliaan seperti yang dimiliki oleh orang lain. Usaha tersebut diwujudkan dengan bekerja keras dan bersungguh-sungguh

Penelitian ini dilakukan dengan asumsi bahwa ajaran Islam memiliki nilai-nilai yang dapat memberi motivasi kepada kegiatan ekonomi. Untuk itu perlu diteliti nilai-nilai universal dalam ajaran Islam yang memiliki kemampuan transformatif, khususnya yang menyangkut kesadaran beragama sebagai faktor yang otonom dan mampu memberi corak pada sistem perilaku penganutnya. Dipilihnya para pedagang Minangkabau yang bergerak dalam usaha Rumah Makan Padang didasarkan pada pertimbangan bahwa komunitas ini memiliki ciri yang menjadi pokus utama dalam penelitian, yakni ketaatan beragama dan kegiatan dagang.

Penelitian ini merupakan suatu studi deskriptif analisis dengan pendekatan observasi, wawancara dan kuesioner dengan menggunakan area sampling (pengambilan sebagian populasi). Populasi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 25% dari jumlah pemilik rumah makan padang yang ada di Kota Yogyakarta. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik kuesioner/angket untuk semua variabel penelitian. Data penelitian diolah dengan analisis *chi-square, uji korelasi* dan *uji regresi* dengan menggunakan analisis statistik dan memakai bantuan komputer, program SPS (Seri Program Statistik) edisi Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningsih, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ternyata ditemukan bahwa tingkat keagamaan yang tinggi secara umum tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja. Terdapat beberapa dimensi yang ikut berpengaruh, yakni dimensi pengetahuan dan dimensi sosial. Dimensi yang tidak berpengaruh adalah dimensi keyakinan, ibadah dan dimensi pengalaman. Ditemukan pula beberapa variabel yang fungsional terhadap variabel lain sesuai dengan apa yang diharapkan dan variabel yang bersifat disfungsional yang tidak sesuai dengan keinginan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

THE INFLUENCES OF RELIGIOUSNESS TOWARDS WORK MOTIVATION

(A Case Study of Traders of Restaurant Padang in Yogyakarta Municipality)

by
Rizal Fahlefi S.Ag
NIM: 9901039

Abstract

This study is aimed at describing the influences of religiousness, in terms of Islamic universal values, towards work motivation of Minangkabau traders in Yogyakarta municipality. The focus of the research for the traders, then, is their religious fidelity and business activities. The assumption of the study is that the Islamic ethics has certain values, which are able to provide a specific system of attitude for business activities of the followers. Furthermore, as a teaching device, religion occupies a normative-philosophical zone in the sociological awareness of men. The belief of a religion will encourage men to struggle and sacrifice their life in order to create the peaceful life for both body and soul. One of the specific characteristics of Minangkabau people is that they are always ready to compete with one another in fulfilling the needs of their lives and achieving the glorious life. They, therefore, realize the ideas with hard and seriously working.

The research is a descriptive-analysis research, which is intended to describe the influences of the religiousness for Minangkabau traders living in Yogyakarta municipality. The population is the Restaurant Padang existing in Yogyakarta municipality, which is 25% selected as a sample with random sampling technique. The data is obtained through questionnaire; then it is analysed by *chi-square* and *correlation test* using the statistical analysis of a Series of Statistical Program of Sutrisno Hadi and Yuni Pamardiningsih, Gadjah Mada University, Yogyakarta.

The findings show that the highly religious fidelity does not significantly influence the motivation of work of the traders. There are, however, *knowledge and social facets* influencing their work motivation. Three aspects, which do not influence the traders are *belief, worship, and experience*. The findings also indicate that there are several appropriate functional variables, which are expected, and several inappropriate dysfunctional ones, which are not expected.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta dikenal sebagai salah satu kota budaya, pariwisata dan sekaligus kota pendidikan. Predikat tersebut diperoleh, karena memang di daerah ini banyak terdapat peninggalan-peninggalan kuno, objek-objek wisata, sekolah-sekolah dan perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta serta berbagai macam kegiatan yang berhubungan dengan pendidikan, berupa kursus-kursus, lembaga pelatihan atau kegiatan pendidikan sebagai persiapan memasuki perguruan tinggi. Hal ini didukung dengan keberadaan sebuah perguruan tinggi negeri yang sangat terkenal di Indonesia maupun mancanegara, seperti Universitas Gajah Mada, begitu pula dengan perguruan tinggi swastanya, antara lain, Universitas Islam Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Kehadiran kedua Perguruan Tinggi tersebut tentu menarik perhatian dan membangkitan semangat atau keinginan para pelajar yang baru tamat sekolah untuk menimba ilmu lebih dalam di Yogyakarta sesuai dengan disiplin ilmu yang mereka inginkan. Pada umumnya mereka datang dari berbagai daerah, yang bukan hanya terbatas berasal dari pulau Jawa saja, tetapi juga dari pulau-pulau lain yang terdapat di Indonesia. Seperti pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Irian, bahkan tidak jarang yang berasal dari mancanegara. Kebanyakan dari mereka adalah anak-anak muda tamatan sekolah menengah lanjutan atas (SMU, SMEA,

STM dan MAN) atau mahasiswa yang melanjutkan studinya ke jenjang S1, S2 dan S3.

Di Yogyakarta, mereka menetap di berbagai tempat yang berdekatan dengan kampus. Kalau kita cermati hampir seluruh kelurahan yang ada di Yogyakarta menampung para pelajar dan mahasiswa sebagai pendatang musiman. Penduduk setempat menyediakan kamar atau rumah dan para pendatang menyewa kamar atau rumah tersebut sebagai tempat kost atau sebagai tempat kontrakan selama mereka tinggal di Yogyakarta.

Mencermati keberadaan Kota Yogyakarta yang semakin ramai karena banyaknya para pelajar ataupun mahasiswa yang datang dari berbagai pelosok penjuru nusantara dan dari mancanegara, membuat peluang tersendiri bagi orang Sumatera Barat khususnya orang Minangkabau yang merantau ke daerah ini, untuk membuka usaha dagang, terutama usaha rumah makan yang dikenal dengan nama masakan padang.

Kalau diperhatikan secara seksama, mayoritas pelajar atau mahasiswa yang menuntut ilmu di Kota Yogyakarta sangat jarang memasak sendiri untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum mereka. Mereka lebih suka makan di warung atau restoran, dengan pertimbangan harganya terjangkau tidak terlalu mahal, juga praktis dan efisien.[1] Peluang ini di manfaatkan oleh orang Minang untuk membuka warung atau rumah makan sebagai salah satu bentuk usaha sosial sekaligus bernilai ekonomis. Dapat dilihat hampir disetiap pelosok Kota Yogyakarta terdapat Rumah Makan Masakan Padang, terutama dipersimpangan

[1] Studi pendahuluan dan pengalaman serta pengamatan penulis di beberapa tempat kost dan rumah makan di Kota Yogyakarta.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

jalan dan tempat tempat keramaian, mulai dari masakan bercita rasa sederhana sampai masakan bercita rasa mewah (restoran).

M. Datuk Tungga, salah seorang pegusaha Rumah Makan Padang, mengatakan di Kota Yogyakarta jumlah Rumah Makan Padang atau kedai-kedai makan dengan menu masakan padang saat ini berjumlah 200 buah,[2] Jumlah ini belum termasuk tempat-tempat makan kecil yang dikelola oleh masyarakat Minangkabau yang bertempat tinggal di tengah-tengah pemondokan, yang dikenal dengan masakan rangtangnya (katering).

Pengusaha Rumah Makan Padang lain, Syaiful Adnan, mengatakan bahwa khusus Rumah Makan Padang yang dikelola oleh perantau Minang yang berasal dari daerah Saning Bakar, Kabupaten Solok, Sumatera Barat, berjumlah sekitar 60 buah[3]. Kenyataan tersebut membuktikan bahwa semangat dagang perantau Minangkabau untuk membuka usaha Rumah Makan Padang cukup tinggi.

Adalah menjadi ciri khas masyarakat Minangkabau dalam menjalani hidup, selalu siap bersaing secara terus-menerus dalam mencapai kemuliaan, kepintaran dan mencari kekayaan seperti yang dimiliki oleh orang lain dengan berusaha sekuat tenaga. Nilai yang dicapai dalam persaingan tersebut diukur dengan kondisi dan prestasi orang lain, seperti diungkapkan dalam *pituah Adat* Minangkabau, *baa di urang baa di awak* (Bagaimana dengan orang demikian

---

[2] Wawancara dengan M. Datuk Tungga, ***Perantau Minang dari Daerah Padang Panjang Sumatera Barat***, 5 April 2001di Rumah Makan PadangPalito Alam Pasar Kembang Yogyakarta.

[3] Wawancara dengan Syaful Adnan, ***Perantau Minang dari Daerah Saningbakar Kabupaten Solok Sumatera Barat***, 8 April 2001 di Rumah Makan Andalas Pasar Ngasem Yogyakarta.

pula dengan kita). Artinya, bila orang lain mampu, kita pun akan mampu. Sebaliknya, bila kita mampu orang lain pun akan mampu.[4]

Sikap persaingan ini diduga melahirkan semangat dan motivasi kerja yang tinggi di kalangan masyarakat Minangkabau. Selain itu, identifikasi agama juga ikut berperan penting dalam membantu pedagang Minangkabau ketika melakukan kegiatan dagang. Sebagai penganut Islam yang taat, masyarakat Minangkabau lebih mudah memasuki masyarakat lainnya yang kebanyakan juga memeluk agama yang sama.[5]

Agama sebagai perangkat ajaran menempati suatu wilayah normatif-ideologis dalam dunia kesadaran sosiologis manusia. Keyakinan manusia terhadap suatu agama akan mendorong mereka untuk berjuang dan berkorban guna mewujudkan ketenangan dan ketenteraman jiwa dan raga. Agama berfungsi untuk membangun dan membangkitkan kekuatan serta motivasi menuju kenyataan yang riil.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Agama kemudian menjadi sistem nilai yang mempengaruhi suasana batin (*inner life*) dan semangat hidup serta mendasari seluruh aktivitas manusia. Ini berarti, sebuah aktivitas adalah merupalan perwujudan dari ajaran agama atau dengan perkataan lain agama turut mendorong, mempengaruhi dan menentukan semangat kerja pemeluknya.[6]

Warner Sombart mengatakan bahwa sistem keagamaan dan Gereja memang dapat memberi pengaruh terhadap perilaku ekonomi melalui cara-cara

---

[4] A.A Navis, ***Alam Terkembang Jadi Guru***, (Jakarta: Grafiti Pers, 1986), hlm. 63.

[5] Mochtar Naim, ***Merantau, Pola Migrasi Suku Minangkabau***, (Yogyakarta: Gajah Mada University Perss, 1984), hlm. 209.

[6] Clifford Geertz, ***The Interpretation of Cultures***, (New York: Basic Books, 1974), hlm. 90.

yang berbeda. Kekuatan sistem tersebut akan mengarahkan pikiran kepada tercapainya tujuan. Pengaruh-pengaruh tersebut baik secara langsung atau tidak langsung akan memberikan rangsangan dan dorongan tertentu. Ini tidaklah mengherankan, karena sejarah munculnya semangat Kapitalisme bergandengan dengan sejarah Gereja dan sistem-sistem keagamaan.[7]

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semangat Kapitalisme modern secara khas ditandai oleh suatu kombinasi unik dari kegairahan kepada usaha untuk memperoleh kekayaan dengan melakukan kegiatan ekonomi di satu pihak, dan ketaatan yang berakar pada suatu kepercayaan agama di pihak lain. Hubungan antara ketaatan beragama dengan perilaku ekonomi dapat dilihat sebagai *elective affinity* antara tuntutan etis tertentu yang berasal sari ajaran agama dan pola-pola motivasi ekonomi yang diperlukan untuk pertumbuhan Kapitalisme. Sekte-sekte Protestan – Calvinis, Pietisme, Metodisme dan Sekte Baptis – telah mencatat keberhasilan yang gemilang dalam ekonomi pada awal perkembangan modern.[8]

Kemudian Robert N. Bellah menemukan bahwa nilai-nilai yang terdapat pada agama Tokugawa di Jepang dalam kondisi tertentu bisa merupakan faktor yang mendorong perkembangan ekonomi.[9]

Aliy As'ad dalam bukunya. *Garis-Garis Besar Pembinaan Dunia Islam* mengatakan bahwa agama merupakan motivator, dinamisator dan stabilisator terhadap manusia untuk berbuat. Lantaran agama, manusia dengan kebesaran

---

[7] Robert W Green, (ed.), ***Protestantism and Capitalism: The Weber Thesis and It's Critics***, (Boston: DC. Heath and Company, 1959), hlm. 29.

[8] Max Weber, ***Sekte-Sekte Protestan dan Semangat Kapitalisme,*** dalam ***Taufik Abdullah, Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi***, (Jakarta: LP3ES, 1986), hlm. 41-78.

[9] M. Dawam Rahardjo, ***Intelektual Inteligensia dan Perilaku Politik Bangsa, Risalah Cendekiawan Muslim,*** (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 390.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Untuk memperoleh dan mendapatkan harta, ajaran Islam mensyariatkan kepada umatnya agar berusaha mencari rezeki dengan cara-cara yang dihalalkan. Ajaran agama Islam membolehkan hubungan usaha (*mu'amalah*) barter (*mubadalah*), perdagangan (*tijarah*), dan berdagang dengan harta orang lain (*mudharabah*)[12]

Dalam hukum muamalah Islam terdapat prinsip-prinsip dan etika dalam berdagang. Prinsip dan etika tersebut merupakan sistem nilai yang berfungsi sebagai pedoman bagi pelaku bisnis. Ahmad Azhar Basyir merumuskan prinsip-prinsip *mu'amalah* tersebut sebagai berikut:

1. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah, kecuali yang telah ditentukan lain oleh *al-Qur'an* dan *as-Sunnah.*
2. *Mu'amalah* didasarkan atas dasar suka rela tanpa mengandung unsur-unsur paksaan.
3. *Mu'amalah* dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan mudarat dalam hidup bermasyarakat.
4. *Mu'amalah* dilakukan dengan memelihara prinsip keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, dan unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan.[13]

Untuk menjawab pertanyaan di atas, penelitian akan dilakukan pada komunitas tertentu dari masyarakat perantau Minangkabau yang berdomisili di Kota Yogyakarta, Yakni para pedagang Rumah Makan Padang yang banyak

---

[12] Abdul Wahhab Khallaf, ***Kaidah-Kaidah Hukum Islam"Ilmu Ushulul Fiqh,*** (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994), hlm. 335.

[13] Ahmad Azhar Basyir, ***Hukum Islam Tentang Asas-Asas Muamalat,*** (Yogyakarta: Tansil, 1976), hlm. 14.

tersebar di berbagai pelosok Kota Yogyakarta. Dipilihnya komunitas tersebut didasarkan pada pertimbangan, bahwa para pedagang Rumah Makan Padang memiliki beberapa ciri yang sangat menonjol dalam berbagai aspek. Adapun yang menjadi perhatian utama dalam penelitian, yakni pengaruh perilaku keagamaan terhadap motivasi kerja pedagang Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta.

Falsafah hidup orang Minang berbunyi; *"adat basandi syara, syara' basandi kitabullah"* dan *"agama mangato adat mamakai"*.[14] Kemajuan-kemajuan dalam bidang pembangunan, ilmu pengetahuan, teknologi dan bidang ekonomi tentu akan membawa pengaruh-pengaruh yang bersifat positif dan negatif. Hal tersebut akan menyebabkan terjadinya pergeseran-pergeseran nilai dalam kehidupan sosial kemasyarakatan tidak terkecuali bagi masyarakat Minangkabau perantauan Kota Yogyakarta yang berprofesi sebagai pedagang Rumah Makan Padang. Di sinilah letak pentingnya peran penghayatan yang lebih baik terhadap nilai-nilai budaya dan agama.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa, agama sangat kuat dalam tradisi dan sikap hidup masyarakat Minangkabau. Sikap tersebut sudah menjadi pedoman dalam kehidupan mereka, termasuk mereka yang melakukan usaha di perantauan.

Berdasarkan kenyataan tersebut, Muhammad Sobary menyimpulkan bahwa agama Islam, tradisi merantau dan usaha dagang merupakan tiga unsur pembentuk keutuhan identitas orang Minangkabau.[15] Rangkaian dari ketiga

---

[14] Kamardi Rais Dt. P.Simulie, ***Sejarah dan Falsafah Adat Miangkabau***, (Padang: LKAAM, 1999) hlm. 11.

[15] Mohamad Sobary, ***Kebudayaan Rakyat: Dimensi Politik dan Agama***, (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 1996), hlm. 163.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

1. Bagaimana intensitas tingkat keagamaan para pedagang Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta.
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara perilaku keagamaan dan motivasi kerja para pedagang Rumah Makan Padang di Kota Yogyakart.
3. Seberapa jauh tingkat perilaku keagamaan tersebut mempengaruhi motivasi kerja para pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian tentang **Pengaruh Keagamaan Terhadap Motivasi Kerja (Studi Kasus Pedagang Rumah Makan Kota Yogyakarta)** yang bergerak dalam usaha Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis karakteristik pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis intensitas perilaku keagamaan para pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta berdasarkan dimensi-dimensi religius.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis tentang tingkat motivasi kerja pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan bisa mengungkap apakah agama masih fungsional dalam kehidupan masyarakat Minangkabau perantauan, khususnya yang bergerak di bidang usaha rumah makan, dan mengungkap

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

apakah nilai-nilai agama masih dominan dalam mempengaruhi motivasi kerja.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perkembangan baik bagi studi Ilmu Agama maupun studi Ilmu-ilmu Sosial. Dalam studi Ilmu Agama, kiranya dapat mendorong untuk dipikirkan atau diteliti tentang aktualisasi sistem nilai keagamaan, agar agama tetap menjadi acuan berperilaku bagi para pemeluknya, karena disadari atau tidak perubahan sosial dapat menggeser sistem nilai keagamaan seseorang. Bagi Ilmu-ilmu Sosial, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan untuk mengembangkan studi tentang interaksi antara kelompok masyarakat yang berbeda ras, suku, agama dan adat istiadat.
3. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi bagi para pedagang khususnya para pedagang Rumah Makan Padang yang berasal dari daerah Minangkabau, sekaligus dapat dijadikan pedoman bagi pedagang lain dengan mengambil nilai-nilai positif dan meninggalkan nilai-nilai negatif yang terkandung di dalamnya. kemudian hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya mengembangkan perdagangan yang bernuansa religius. Dalam hal ini dipandang relevan sebagai upaya untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi kerakyatan.
4. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah hasil kajian lapangan dan memperkaya khasanah keilmuan dalam studi Sosiologi dan studi Ekonomi, terutama pengembangan keilmuan Ekonomi Islam.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

mencari dan mengumpulkan makanan dengan cara berburu atau mencari lahan baru (*food gathering*) guna mempertahankan kelangsungan hidup.[17]

Pada bagian awal dari bukunya *The Protestan Ethic and the Spirit of Capitalism*, Weber mengungkapkan sebuah peri bahasa: "*either sleep well or eat well*" (pilih tidur nyenyak atau makan enak). Orang Katolik dianggap memilih '*sleep well*' karena mengutamakan ketenteraman dan kepastian hidup, menghindari risiko, meskipun hal tersebut dapat membawa mereka kepada kehormatan dan kekayaan. Sedangkan orang Protestan dianggap memilih '*eat well*' karena memilih sikap dinamis dan berani menantang risiko dalam mengejar keuntungan.[18]

Selanjutnya Weber berpendapat bahwa Kapitalisme modern timbul sebagai hasil kumulatif kekuatan-kekuatan sosial, politik, ekonomi dan agama yang berakar jauh di dalam sejarah Eropa, namun ia tetap menggarisbawahi, bahwa pengaruh agama sangat dominan.[19]

Agama dapat berfungsi sebagai *inner drive* bagi tindakan-tindakan sosial yang sangat penting dalam kehidupan pelakunya. Penghayatan dan pengamalan agama yang mendalam dan intensif dapat menggerakkan dan menumbuhkan satu sikap agama yang kuat, sehingga dapat mendorong untuk selalu berupaya maksimal dalam berusaha atau berjuang untuk mendapatkan yang terbaik bagi kehidupan.[20]

---

[17] Erich Fromm, ***Revolusi Harapan: Manuju Masyarkat Teknologi yang Manusiawi***, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 1996), hlm. 68.

[18] Max Weber, ***The Protestant Etnic and The Spirit of Capitalisn***, (New york: Charles Scribner Son's 1974).

[19] Taufik Abdullah, ***Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi***, (Jakarta: LP3ES, 1979), hlm. 141.

[20] Muhamad Sobari,***Kebudayaan rakyat,dimensi politik dan agama***, (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 1996), hlm. 79.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Agama Islam dengan ajaran-ajaranya seperti sembahyang, puasa, naik haji, menghindari makanan dan minuman yang diharamkan, larangan terhadap riba, kewajiban membantu orang-orang miskin dan sebagainya, secara langsung akan membawa akibat-akibat ekonomis. Selain itu, larangan berjudi juga membawa akibat yang sangat besar terhadap sikap golongan beragama. Demikian pula halnya dengan usaha-usaha dagang yang bersifat spekulatif.

Weber telah menunjukkan, bahwa ketakwaan dan kesalehan menganut ajaran Islam dalam kondisi tertentu dapat memacu dan mengagresifkan penganutnya untuk melakukan kegiatan-kegiatan bersifat keduniaan secara konsisten dan sistematis.[21]

Dalam agama Islam terkandung ajaran yang mendorong umatnya untuk melakukan usaha dan bekerja dengan giat guna mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya ayat yang terdapat dalam *al-Qur'an* yang memberi motivasi kepada manusia untuk berusaha mencari rezeki dalam upaya mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat kelak, antara lain:

فاذا قضيت الصلوة فانتشروا فى الارض وابتغوا من فضل الله واذكروا الله كثيرا لعلكم تفلحون.

"Apabila kamu telah selesai menunaikan shalat, maka bertebaranlah di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". [22](Q.S. *al-Jumu ah*, 62:10).

---

[21] Max Weber, ***Sikap-sikap Agama Dunia Lain Terhadap Orde Sosial dan Ekonomi***" dalam Taufik Abdullah ***(ed.,) Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekononi***, (Jakarta: LP3ES, 1986), hlm. 81.

[22] Al-Qur'an dan Terjemahannya, ***Departemen Agama Republik Indonesia***, Jakarta: PT. Intermasa, 1986), hlm. 933.

وابتغ فيما آتاك الله الدار الآخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا

واحسن كما احسن الله إليك.

"Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan kebahagiaan duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu...". [23](Q.S. *al-Qasas*, 28: 77).

إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بانفسهم

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasip suatu kaum kecuali kaum tersebut berusaha mengubah keadaan pada dirinya sendiri".[24] (Q.S. *ar-Ra d*, 13: 11).

قل ياقوم اعملوا على مكانتكم إني عامل فسوف

تعلمون

"Katakanlah wahai kaumku, bekerjalah kamu sesuai dengan kedudukanmu, Aku pun akan bekerja, maka kelak kamu akan mengetahui".[25] (Q.S. *az-Zumar*, 39:39).

فاذا فرغت فانصب وإلى ربك فارغب

"Maka apabila kamu telah selesai dari sesuatu urusan, kerjakanlah dengan sunggu-sungguh urusan lain. Dan hanya kepada Tuhanmu, hendaknya kamu berharap". [26] (Q.S. *al-Insyirah*, 94:7-8).

Menyikapi makna yang terkandung dalam beberapa ayat di atas, dapat di pahami bahwa dalam mencapai suatu kesuksesan, Islam bukan hanya sekadar memanggil (*calling*) akan tetapi juga ikut mendorong umatnya untuk bekerja keras. Pemahaman bahwa orang saleh adalah orang yang menyeimbangkan antara *ushalli* dan usaha secara tersirat menunjukan bahwa kesalehan merupakan sumber energi pendorong gairah kerja atau sebagai motivasi dalam bekerja.

---

[23] ***Ibid.***, hlm. 623.
[24] ***Ibid.***, hlm. 370.
[25] ***Ibid.***, hlm. 751.
[26] ***Ibid.***, hlm. 1073.

Dari penjelasan tersebut di atas dapat diketahui bahwa kedalaman pemahaman keagamaan mempengaruhi semangat kerja. Dalam sebuah penelitian yang di lakukan oleh Afif Rifa'i berjudul, *"Etos Kerja Pengrajin Perak Kota Gede Yogyakarta"* yang meneliti tentang pengaruh agama dan budaya terhadap Etos Kerja Para Pengrajin Perak Kota Gede Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara tingkat keagamaan dengan etos kerja.[27]

Sementara itu, Irwan Abdullah, dalam penelitiannya yang berjudul: *"Agama dan Perkembangan Ekonomi*: Kasus Pedagang Muslim Jatinom Klaten" menyatakan bahwa agama akan memiliki kekuatan penggerak atau perubahan, jika agama melembaga dan memiliki bentuk-bentuk pengamalan yang langsung menjawab tantangan kehidupan masyarakat. Tetapi apabila agama hanya sampai pada tingkat keyakinan yang dimiliki oleh setiap individu, tanpa ada dialog antar individu yang memiliki kesamaan sistem gagasan, maka etika agama tidak akan memiliki kekuatan di dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat.[28]

Selain yang telah disebutkan di atas, ada pula sebuah penelitian yang erat kaitannya dengan pedagang Rumah Makan Padang di Yogyakarta, yakni penelitian yang dilakukan oleh Hamruni, yang mencoba melihat *Agama dan Etos kerja Pedagang (Pengusaha) Rumah Makan di Yogyakarta*. Hasil penelitiannya menunjukan bahwa, ada hubungan yang nyata antara tingkat keagamaan dengan

---

[27] Afif Rifa'i, ***Etos Kerja Pengrajin Perak Kota Gede Yogyakarta*** dalam ***Jurnal Penelitian Agama***, nomor 18, th vii, (Yogyakarta: pusat penelitian IAIN Sunan Kalijaga, 1998), hlm 1-16.

[28] Irwan Abdullah, ***Agama dan Perkembangan Ekonomi: Kasus Pedagang Muslim Jatinom, Klaten***, Makalah Seminar, "Agama dan perubahan sosial" dalam Hamruni, *Agama dan Etos Kerja Pedagang (Pengusaha) Rumah Makan Padangdi Yogyakarta*, Laporan penelitian Individual, Proyek Penelitian Perguruan Tinggi Agama, (Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 1999), hlm. 11.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

etos kerja. Jika tahap perkembangan keagamaan seseorang berada pada tahap keyakinan, yang mempercayai agama sebagai kebenaran tanpa syarat, maka akan berbeda dengan etos kerja seseorang yang beragama pada tahap penemuan yang memantapkan kebenaran aktifitas keagamaan pada kedalaman hati nuraninya sendiri.[29]

Lebih lanjut Misnal Munir dalam penelitiannya, berjudul: *Etika Bisnis : Studi Kasus Tentang Usaha Rumah Makan Minang Di Yogyakarta*, menyatakan bahwa: Seorang pengusaha akan berhasil dengan baik dan bermanfaat bagi semua pihak, jika dilandasi oleh norma-norma moral yang dinamakan etika bisnis. Misalnya etika bisnis Rumah Makan Minang. Bertuk bisnis ini bersumber pada nilai-nilai budaya dan agama yang terdapat dalam pepatah adat Minangkabau "adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah" sedangkan untuk hubungan kebersamaan antara pengusaha diungkapkan dalam pepatah "ado samo dimakan, indak samo dicari"[30]

Dengan melihat beberapa penelitian terdahulu, tampak bahwa masalah yang diajukan dalam penelitian ini berbeda dengan masalah-masalah yang pernah di ungkap oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang penulis lakukan adalah mencoba mengangkat tema dengan wilayah yang lebih spesifik, yakni masyarakat perantau Minangkabau yang bergerak dalam usaha Rumah Makan Padang yang tersebar di Kota Yogyakarta.

---

[29] Hamruni, ***Agama dan Etos Kerja Pedagang (Pengusaha) Rumah Makan Padangdi Yogyakarta***, Laporan Penelitian Individual, Proyek Penelitian Perguruan Tinggi Agama, (Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 1999).

[30] Munir, Misnal, ***Etika Bisnis : Studi Kasus Tentang Usaha Rumah Makan Minang Di Yogyakarta***, (Yogyakarta: UGM, 1998), hlm. 15

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Oleh karena itu penelitian yang akan dilakukan ini didasarkan pada analisis bahwa ada pengaruh keagamaan terhadap motivasi kerja dengan asumsi bahwa agama membentuk atau setidaknya memberi pengaruh pada perilaku, sekaligus memberi napas pada kegiatan dagang. Selain itu, dengan sikap beragama yang kuat dapat mendorong seseorang untuk bekerja keras dalam segala lapangan kehidupan termasuk dalam bidang perdagangan.

Sepanjang pengetahuan penulis, penelitian tentang pengaruh keagamaan terhadap motivasi kerja, khususnya yang berkaitan langsung dengan pedagang Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta, belum pernah dilakukan.

F. Kerangka Teoritik

Untuk melakukan studi terhadap aktualisasi nilai-nilai budaya masyarakat Minangkabau, khususnya yang bergerak di bidang usaha Rumah Makan Padang diawali dengan melihat keterikatan mereka terhadap nilai-nilai budaya itu sendiri.

Nenek moyang orang Minangkabau telah mewariskan nilai-nilai luhur yang sangat membanggakan dan mengagumkan. Nilai-nilai luhur tersebut di antaranya adalah nilai-nilai dasar universal, seperti:

1. Orang Minangkabau beradat dan beragama, sebagaimana diungkapkan dalam pepatah: *adat basandi syara'*, *syara' basandi kitabullah*. Nilai hidup yang baik dan tinggi ini telah menjadi pendorong bagi orang Minangkabau untuk selalu berusaha, berprestasi, hidup dinamis dan kreatif.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Sejarah telah membuktikan bahwa keuletan dan kegigihan orang Minangkabau dalam berusaha telah dapat membuat kebahagiaan, kemakmuran, mencerdaskan dan menenteramkan diri pribadi, keluarga serta masyarakatnya. Menurut M. Nasroen, ada empat syarat untuk mencapai kebahagiaan bagi manusia yaitu apabila manusia dalam keadaan perimbangan :

1. Perimbangan dalam diri manusia itu sendiri, sebagaimana faktor-faktor penting dalam diri manusia itu adalah pikiran dan *raso pareso.*
2. Perimbangan dalam pergaulan hidup, seperti di ungkapkan dalam pepatah adat : *nan tuo dihormati, nan mudo di sayangi, samo gadang hormat-menghormati.*
3. Perimbangan hidup dalam alam nyata, yaitu selalu memelihara, memanfaatkan serta mengolah isi alam dengan baik, agar tidak timbul kerusakan, karena alam adalah sebagai tempat bagi manusia untuk hidup. Seperti di ungkapkan dalam pepatah adat *satitiak jadikan lawik, sakapa jadikan gunuang, alam takambang jadikan guru.*
4. Perimbangan dengan alam gaib, yaitu percaya kepada Allah, yang sering di ungkapkan dengan, *Hambo Allah bersifat gawa, Allah bersifat qadim.* Manusia bersifat khilaf dan salah, sedangkan Allah bersifat kekal abadi.[31] *Syara' mangato adat mamakai, dimano bumi dipijak disitu langgik dijunjuang.* Adapun maksud falsafah di atas adalah, bahwa setiap perilaku masyarakat Minangkabau selalu berpedoman kepada agama, di manapun

[31] M. Nasroen, ***Dasar-dasar Falsafah Adat Minangkabau***, (Djakarta: Bulan Bintang, 1871) Hlm. 182.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Agama, petuah serta nasihat yang dijadikan pedoman hidup bagi masyarakat Minangkabau, telah menimbulkan motivasi atau dorongan psikis dari dalam diri mereka, sehingga dorongan tersebut memberi semangat untuk terampil dan maju dalam segala bidang. Sesungguhnya keunggulan bisnis orang Minangkabau bukan hanya terletak pada sikap kewiraswastaan dan sikap tanggap terhadap peluang komersial semata, akan tetapi pilihan berdagang adalah merupakan suatu siasat untuk tetap dapat bertahan hidup. Maka dengan demikian motivasi yang muncul akan selalu dipelihara dan terus dikembangkan guna memenuhi kebutuhan yang di inginkan.

Motivasi dalam bahasa asing disebut '*motive*' adalah suatu kebutuhan atau keinginan yang mendorong atau mempengaruhi seseorang untuk melakukan gerak [34]. Winardi mengatakan bahwa: motivasi adalah keinginan yang terdapat pada diri seseorang yang merangsang dirinya untuk melakukan tindakan-tindakan.[35] Jadi motivasi adalah setiap perasaan dan keinginan yang sangat mempengaruhi kemauan seseorang dalam bertindak dan bertingkah laku untuk mencapai tujuan.

Hal serupa juga dikatakan oleh Kadarman SJ bahwa motivasi adalah, suatu dorongan psikis dari dalam diri seseorang yang menyebabkan ia berprilaku secara tertentu dalam suatu lingkungan pekerjaan.[36] Motivasi dapat juga dimanifestasikan dalam bentuk sikap mental (*attitude*) seseorang dalam mencapai tujuan.

---

[34] S. Pamudji, ***Kepemimpinan Pemerintah di Indonesia***, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 135.

[35] Winardi, ***Asas-Asas Manajemen***, (Bandung: 1997), hlm. 312.

[36] Kadarman SJ dan Jusuf Udaya, ***Pengantar Ilmu Manajemen***, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm. 110.

faktor dorongan yang berasal dari luar, disebut ekstrinsik yang dapat timbul oleh berbagai macam sumber berupa lingkungan, keluarga,orang lain dansebagainya.[39]

Dalam lingkungan kerja, dua dorongan tersebut akan selalu hadir dan selalu ada. Kuat lemahnya suatu dorongan sangat tergantung pada berbagai hal yang lebih merupakan latar belakang munculnya dorongan. Jika dorongan itu bersifat positif dan mengarah pada prestasi kerja tentu akan bermanfaat bagi individu, di samping juga bermanfaat bagi lingkungannya. Seperti keinginan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dengan menambah frekuensi kerja. Akan tetapi apabila dorongan tersebut bersifat negatif, tentu akan merugikan diri serta lingkungannya.

Bila pengertian motivasi kerja dikaitkan dengan agama, maka motivasi kerja merupakan sikap diri yang mendasar terhadap kerja dan merupakan manifestasi dari pendalaman dan pemahaman agama yang mendorong seseorang untuk mencari yang terbaik dalam suatu usaha. Motivasi kerja adalah merupakan semangat kerja yang dipengaruhi oleh cara pandang seseorang terhadap pekerjaan yang bersumber pada nilai agama yang dianutnya. Dengan demikian motivasi kerja adalah refleksi dari sikap hidup yang mendasar dalam menghadapi suatu pekerjaan.[40]

Gunnar Myrdal menyebutkan bahwa ada beberapa sikap yang menandai adanya motivasi kerja, yaitu kerajinan, kerapian, tepat waktu, kesederhanaan,

---

[39] Wahjosumidjo, *Kepemimpinan dan Motivasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996), hlm. 174.

[40] Hamruni, ***Op.Cit.***, hlm. 14.

Agama menurut mereka adalah sistem simbol, sistem keyakinan dan sistem perilaku yang melembaga dan seluruhnya berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati, hingga mengandung makna (*ultimate meaning*). Jadi keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai dimensi kehidupan manusia, yaitu : *ideological involvement, ritual involvement, Intellectual involvement, experiential involvement, consequential involvement.*

Dalam penelitian ini, untuk melihat kualitas keagamaan menggunakan konsep diatas, yaitu:

1. *Ideological involvement*: dimensi ini berisi pengharapan dari seseorang, ketika ia meyakini dan memegang teguh teologis (*akidah*) agamanya, seperti kepercayaan kepada keesaan Allah, percaya kepada Malaikat, Nabi dan Rasul, Kitab Suci, Hari Pembalasan dan Takdir.
2. *Ritual involvement*: dimensi ini mencakup perilaku ibadah, pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan seseorang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya, seperti melaksanakan shalat, puasa, zakat, haji dan qurban.
3. *Intellectual involvement*: dimensi ini mengarah kepada sejumlah pengetahuan tentang agama yang di anutnya, seperti pengetahuan tentang dasar-dasar ibadah (dalil-dalil tentang kewajiban shalat, puasa, zakat dan haji), kitab suci (*al-qur'an* serta *al-Hadist*) dan tradisi keagamaan.
4. *Experiential involvement*: dimensi ini memuat tentang hal-hal, peristiwa atau kejadian-kejadian spritual yang pernah di alami dan dirasakan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3. Perubahan yang terjadi pada suatu bagian masyarakat akan mengakibatkan perubahan pada bagian lain, dan pada gilirannya berpengaruh terhadap sistem secara keseluruhan.
4. Masing-masing bagian meskipun saling berkaitan, juga merupakan sebuah struktur tersendiri yang dapat dipelajari secara terpisah.[46]

Dalam melihat masalah sosial, Teori Fungsional mengatakan bahwa dalam masyarakat terdapat bagian-bagian yang memiliki struktur dan fungsi yang berbeda. Hal serupa juga dinyatakan oleh Emile Durkheim, yang melihat masyarakat sebagai suatu keseluruhan organis yang memiliki realitas tersendiri.

Dalam masyarakat terdapat berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan tersebut merupakan refleksi dari fungsi-fungsi yang terdapat dalam masyarakat. Bila mana sebuah fungsi tidak berjalan atau kebutuhan tidak terpenuhi, maka akan berkembang suatu keadaan yang bersifat patologis. Jadi, suatu masalah sosial akan terjadi, ketika ada organisme atau masing-masing subsistem tidak berfungsi dengan baik.

Ada beberapa tahapan yang lazim dilalui dalam teori Fungsionalisme Struktural, yaitu :

1. Membuat identifikasi tingkah laku sosial yang problematik dan mempunyai konsekuensi bagi kehidupan masyarakat. Penelitian tentang

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[45] Hamruni, ***Op. Cit.***, hlm. 17.
[46] ***Ibid.*** hlm. 18.

G. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada dua bentuk, yaitu dengan menggunakan hipotesis Ho (nol) dan hipotesis Ha (alternatif).

1. Menjelasan tentang hasil penelitian, bahwa agama tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja.
2. Menjelaskan tentang hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat keagamaan dan motivasi kerja.

H. Metode Penelitian

Adapun yang dimaksud dengan metode penelitian adalah corak atau cara berfikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan sebaik-baiknya untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian. Sesuai dengan tujuannya, penelitian merupakan usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu peristiwa atau pengetahuan dengan memakai metode ilmiah.

Metode-metode ilmiah yang akan digunakan dalam penelitian, dikelompokan ke dalam metoda penelitian secara fisologis. Adapun yang dimaksud dengan metode ilmiah adalah cara-cara dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau pengetahuan dengan memakai metoda ilmiah atau dapat digolongkan kepada pengetahuan yang bersifat ilmiah. Oleh karena itu metoda ilmiah adalah merupakan sintetis antara berfikir rasional dan bertumpu pada data empiris.[48]

---

[48] ***Proyek Pengembangan Institut Pendidikan Tinggi Filsafat Ilmu***, (Jakarta: Dikjen Dikti, tt), hlm. 64.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

6. Operasional
7. Mengembangkan indikator.

Penelitian dikelompokan menjadi dua bagian, didasarkan kepada tujuannya, yaitu penelitian deskriptif dan penelitian analisis. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar mengenai suatu objek tertentu. Seperti dikatakan oleh Traver, penelitian dengan menggunakan metode deskriptif, bertujuan untuk menggambarkan suatu sifat, sesuatu yang terjadi berlangsung saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Menurut Mohammad Nasir, metode deskriptif adalah suatu metode yang meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu situasi kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang atau di mana sesuatu perbuatan sedang berlangsung. Sedangkan penelitian analisis bertujuan untuk menguji kebenaran suatu pendapat.[51]

1. Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan terhadap masyarakat Minangkabau yang mata pencariannya sebagai pedagang Rumah Makan Padangdi daerah Kota Yogyakarta. Mereka adalah orang-orang Minangkabau, baik yang lahir di daerah asal (Minangkabau), atau mereka yang lahir dan besar di perantauan. Berdasarkan data sementara dari hasil dan wawancara dengan pemuka masyarakat Minangkabau di Yogyakarta, bahwa jumlah pedagang Rumah

[51] Mohammad Nasir, ***Metode Penelitian***, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hal. 63.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Menurut Sutrisno Hadi, *Area sampling* adalah pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu. Dalam *area sampling*, semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama, diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.[54]

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpul data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan beberapa metode (teknik), yaitu: angket, wawancara dan pengamatan. Metode angket menjadi alat utama dalam pengumpulan data, sedangkan wawancara dan pengamatan befungsi sebagai pelengkap. Adapun data yang akan digali melalui metode tersebut adalah sebagai berikut:

1) Angket

metode ini digunakan untuk menggali data utama penelitian, yaitu pengaruh keagamaan terhadap motivasi kerja pedagang Rumah Makan Padangdi Kota Yogyakarta.

2) Wawancara

Metode ini digunakan untuk menggali data yang berhubungan dengan gambaran umum pedagang, keadaan ekonomi dan hal-hal lain yang berkaitan lansung dengan masalah penelitian. Dalam wawancara ini juga akan menggali data tentang pendapat, pandangan dan sikap para pedagang mengenai nilai-nilai kerja dan perilaku keagamaan mereka. Wawancara dilakukan terhadap beberapa orang pemuka masyarakat

[54] Sutrisno Hadi, ***Metodologi Research***, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi, Universitas Gaja Mada, 1987), hlm. 76.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

rumusan: jawaban (a) diberi nilai (3), jawaban (b) diberi nilai (2), dan jawaban (c) diberi nilai (1).

b. Tabel Frekuensi, digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian.

c. Analisis Statistik, yakni menganalisis pengaruh variabel penelitian dengan teknik analisis chi-square.

d. Interpretasi, yaitu dengan melakukan diskusi teoritik dan penafsiran terhadap hasil analisis Chi-square, korelasi product moment dan regresi untuk memperoleh temuan penelitian yang bermakna lebih luas, sehingga bisa dibuat kesimpulan yang akurat. Interpreasi dilakukan dengan menggunakan dasar teori Fungsional Struktural.

Adapun data yang diperoleh dari wawancara akan dianalisis dengan metode kualitatif. Metode ini dipergunakan untuk menutupi kelemahan analisis kuantitatif yang datanya diperoleh dari angket. Data angket yang cenderung bersifat subjektif akan dikontrol oleh data kualitatif yang bersumber dari perilaku yang dapat diamati dari sejumlah responden.

Pengamatan digunakan karena penelitian ini menyangkut masalah perilaku dan nilai, terutama yang terkait dengan tingkat keagamaan dan motivasi kerja. Maka dengan demikian akan dilihat secara langsung aktivitas keagamaan dan perilaku para pedagang, sehingga dapat mengungkap corak pandangan hidup dan aktivitas mereka secara lebih rinci dan mendalam.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Bab II : Gambaran Umum Pedagang Rumah Makan Padang. Menyajikan karakteristik pedagang, deskripsi tentang tingkat keagamaan pedagang dan deskripsi tentang tingkat motivasi kerja pedagang.

Bab III : Analisis. Berisi uraian pengaruh keagamaan terhadap motivasi kerja, dengan menggunakan analisis uji statistik *crosstab* (tabulasi silang), analisis uji korelasi dan uji regresi.

Bab IV : Penutup. Berisikan kesimpulan dan saran.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II
GAMBARAN UMUM TENTANG PEDAGANG RUMAH MAKAN PADANG KOTA YOGYAKARTA

A. Deskripsi Karakteristik Pedagang Rumah Makan Padang

Dalam pembahasan ini akan digambarkan tentang karakteristik pedagang yang mencakup beberapa karakter, yaitu karakter umur, pendidikan, lama menjadi pedagang, asal kecakapan, tingkat kepasrahan pada nasib, kepuasan kerja dan keanggotaan dalam organisasi keagamaan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian terdahulu bahwa yang menjadi subjek atau responden penelitian adalah para pedagang pemilik rumah makan padang yang ada di Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa populasi pedagang rumah makan padang secara keseluruhan berjumlah sekitar 200 rumah makan yang tersebar di berbagai tempat, terutama dekat persimpangan jalan dan tempat-tempat yang padat penduduk.

Berhubung populasi lebih dari seratus orang, maka tidak semua responden menjadi subjek penelitian, jumlah populasi yang dijadikan sebagai sampel adalah sebanyak 25%, dengan semikian jumlah populasi yang diambil sebanyak 50 orang dengan menggunakan teknik random sampling. Ke-50 populasi diberi angket, kemudian pada waktu dilakukan penarikan, hanya 47 responden yang mengisi dan mengembalikan angket tersebut. Berdasarkan hasil observasi, angket dan wawancara dapat digambarkan karakteristik responden pedagang rumah makan padang sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

1. Kelompok Umur

Berdasarkan hasil angket dapat diketahui keadaan umur responden sebagaimana tersaji pada tabel. Pada tabel tersebut umur responden dikelompokan menjadi tiga kategori, yaitu kelompok umur yang berusia kurang dari 30 tahun, 30-40 tahun dan kelompok umur yang berusia lebih dari 40 tahun.

Data dalam tabel tersebut mengambarkan bahwa proporsi terbesar dari responden adalah pada kelompok umur di atas 40 tahun yaitu sebesar 61,70%, kemudian kelompok umur antara 30-40 tahun sebesar 27,66%, dan kelompok umur kurang dari 30 tahun menempati urutan terakhir, yaitu sebesar 10,64%. Jika responden dibagi kepada dua kelompok, yakni kelompok 40 tahun ke atas dan kelompok umur 40 tahun ke bawah, maka sebagian besar responden masih di dominasi oleh kelompok umur 40 tahun ke atas, yaitu sebesar 61,70% dan sisanya sebesar 28,30% berada pada kelompok umur 40 tahun ke bawah. Hasil data tersebut menunjukkan bahwa para pedagang Rumah Makan Padang yang menjadi responden sebagian besar berada pada usia di atas ambang produktif. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 1. Responen Menurut Kelompok Umur

Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase
< 30 tahun	5	10,64%
30-40 tahun	13	27.66%
> 40 tahun	29	61,70%
Jumlah	47	100,00%

Sumber: Data Primer

2. Tingkat Pendidikan

Secara umum pendidikan dijadikan sebagai parameter untuk menilai status sosial seseorang dan pendidikan juga merupakan salah satu faktor yang sering digunakan dalam analisis perilaku, terutama yang berhubungan dengan sikap dan tindakan terhadap suatu aktivitas yang dilakukan manusia. Oleh karena itu penulis juga mencoba mengkaji pengaruh tingkat keagamaan terhadap tingkat pendidikan para pedagang. Berdasarkan hasil angket, dapat diketahui bahwa mayoritas responden telah menempuh pendidikan tingkat menengah atas, bahkan 27.66% dari mereka sudah sarjana, sebagaimana terlihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	7	14,90 %
SMP	9	19,14 %
SMA	18	38,30 %
PT	13	27,66 %
Jumlah	47	100,00 %

Sumber: Data Primer

Tabel 2 di atas menunjukan bahwa 27,66% responden berpendidikan sarjana, 38,30% berpendidikan Sekolah Menengah Atas, 19.14% berpendidikan Sekolah Menengah Pertama dan yang berpendidikan Sekolah Dasar sebanyak 14,90 %. Tingginya tingkat pendidikan responden

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

(para pedagang Rumah Makan Padang) mungkin disebabkan kondisi perekonomian mereka yang cukup mapan, sehingga para pedagang beserta putra putri mereka bisa mengenyam tingkat pendidikan yang lebih memadai.

Tingginya tingkat pendidikan responden juga didukung oleh status kota Yogyakarta yang dikenal dengan kota pendidikan, sehingga terbuka peluang yang lebih besar bagi mereka untuk menempuh tingkat pendidikan yang lebih tinggi sesuai kemampuan mereka masing-masing.

3. Lama Menjadi Pedagang Rumah Makan

Pengalaman dapat dijadikan sebagai salah satu faktor untuk mengukur keberhasilan seseorang, tetapi dalam kenyataannya tidak semua orang yang sudah berpengalaman akan mencapai kesuksesan sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Keberhasilan atau kegagalan sangat bergantung pada masing-masing individu.

Keadaan responden dilihat dari lamanya menjadi pedagang rumah makan menunjukan variasi, sebagaimana tercantum pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Responden Menurut Lama Kerja Menjadi Pedagang

Lama Kerja	Frekuensi	Persentase
> 20 tahun	5	10,64%
10 – 20 tahun	17	36,17%
< 10 tahun	25	53,19%
Jumlah	47	100,00%

Sumber: Data Primer

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan bahwa kelompok responden terbesar adalah mereka yang bekerja kurang dari 10 tahun, yakni sebesar 53,19%, kemudian disusul kelompok berikutnya, mereka yang memiliki masa kerja antara 10-20 tahun, sebesar 36,19%, dan mereka yang memiliki masa kerja 20 tahun ke atas adalah kelompok yang proporsinya paling kecil, yakni 10,64%.

4. Asal Kecakapan Sebagai Pedagang Rumah Makan

Kemampuan seseroang tidak sama antara satu dengan yang lainnya. Hal ini juga berlaku bagi para pedagang yang mengelola Rumah Makan Padang di Kota Yogyakarta. Kemampuan bisa diperoleh dengan berbagai macam cara seperti belajar, secara khusus, kebiasaan dan sebagainya. Artinya dalam mengelola rumah makan, kecakapan atau kemampuan dapat diperoleh dengan belajar sendiri secara khusus kepada orang lain yang dipandang mampu dan ahli di bidang tersebut.

Kemampuan sebagai pengelola rumah makan dapat juga diperoleh melalui orang tua atau sanak famili yang bekerja sebagai pedagang Rumah Makan Padang. Dengan kata lain, kemampuan dalam mengelola rumah makan tidak perlu belajar secara khusus kepada orang lain, kemampuan tersebut muncul dengan sendirinya akibat adanya interaksi yang terus menerus dan akhirnya menjadi suatu kebiasaan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Selain itu, ada pula kemampuan yang diperoleh dengan bakat spekulatif atau hanya sekedar coba-coba. Artinya, seseorang yang menjadi pedagang Rumah Makan Padang tidak pernah belajar secara khusus dan tidak pula punya keahlian atau pengalaman dalam bidang tersebut. Hal ini biasanya terjadi karena beberapa faktor; antara lain situasi dan kondisi yang dihadapi menuntut mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup, terbukanya peluang, adanya kesempatan, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi terdapat pula beberapa responden yang menjalankan usaha Rumah Makan Padang tidak berdasarkan kemampuan sebagaimana yang telah disebutkan di atas. Bagi mereka, membuka atau mengelola rumah makan bukan karena terpaksa atau tertarik dengan keuntungan yang berlipat ganda, akan tetapi hanya sekedar menyalurkan hobi yang mereka miliki. Hal tersebut dilakukan karena memang mereka gemar masak-memasak, sekaligus untuk memanfaatkan waktu luang.

Selanjutnya akan disajikan penjelasan tentang asal kecakapan atau kemampuan para pedagang rumah makan padang Kota Yogyakarta, sebagaimana tergambar dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4. Responden Menurut Asal Kecakapan Sebagai Pedagang

Asal kecakapan	Frekuensi	Persentase
Belajar	27	57,45%
Warisan	14	29,79%
Coba-coba	6	12,76%
Jumlah	47	100,00%

Sumber: Data Primer

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Para pedagang lebih mengenal konsep tawakal yang telah merasuk dalam diri mereka, sehingga mengharuskan mereka untuk bekerja terlebih dahulu baru kemudian menyerahkan hasilnya kepada Allah. Untuk lebih jelasnya, bagaimana tingkat kepasrahan responden terhadap nasib dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. Tingkat Kepasrahan Responden Kepada Nasib

Tingkat Kepasrahan	Frekuensi	Persentase
Tinggi	9	19,15%
Rendah	38	80,85%
Jumlah	47	100,00%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukan bahwa sikap responden terhadap kepasrahan pada nasib sangat rendah, yakni mencapai 80.85%, hanya 19.15% yang berada pada kategori tinggi. Dengan demikian dapat diperoleh gambaran bahwa masyarakat Minangkabau perantauan khususnya para pedagang rumah makan padang adalah salah satu contoh kelompok masyarakat yang giat, ulet dan pantang menyerah.

6. Kepuasan Kerja.

Pada umumnya manusia tidak pernah merasa puas terhadap kemapanan yang telah dicapai. Berbagai macam cara selalu diusahakan untuk menciptakan kondisi yang lebih baik dari kondisi sebelumnya. Oleh karena itu tidak mudah untuk menilai tingkat kepuasan seseorang atas

Dari tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 40,43% responden menyatakan sudah merasa puas dengan pekerjaan yang sedang mereka jalani, sementara 59,57% mengatakan belum puas dan merasa perlu untuk mengembangkan usaha atau mencari pekerjaan sampingan lainnya. Sedangkan kelompok yang mengatakan tidak puas dengan pekerjaannya sekarang adalah 0,00%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden termasuk pada kelompok masyarakat yang memiliki rasa syukur yang tinggi terhadap nikmat yang telah diberikan Allah.

7. Semangat Kerja Pedagang

Keberhasilan pedagang Minang perantauan dalam bidang ekonomi terletak pada ciri kerja keras, kerja keras tersebut mereka wujudkan dengan bekerja serius, ulet dan rajin. Budaya kerja keras,rajin dan ulet di kalangan masyarakat Minangkabau tidak hanya ditunjukan pada waktu mereka miskin, tetapi juga ketika mereka sudah menjadi kaya atau sudah cukup dalam artian materi. Mereka tetap selalu menjaga semangat kerja. Semangat kerja keras ini juga didukung oleh upaya untuk memperoleh masa depan yang lebih baik sehingga kemakmuran dan kenyamanan hidup di hari tua dapat tercapai.

Faktor lain yang mendukung semangat kerja orang Minangkabau perantauan adalah gengsi sosial yang berlaku dalam sistem budaya mereka. Pada umumnya orang Minangkabau yang sudah merantau merasa

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

8,51% bekerja 6 hari. Jika dibagi, maka rata-rata para pedangang bekerja dalam satu minggu adalah 305:47=6,91 hari.

Dengan menggunakan ukuran 6 hari kerja yang lazim berlaku di Indonesia, berarti para pedagang rumah makan padang bekerja di atas standard. Hal ini menunjukan bahwa semangat kerja mereka sangat tinggi. Berikut ini akan dijelaskan tentang masa kerja pedagang dalam satu hari, sebagaimana tergambar dalam tebel 8 berikut:

Tabel 8. Masa Kerja Responden Dalam Satu Hari

Lama Kerja	**Frekuensi**	**Persentasi**
> 10 jam	12	25,53%
8 – 10 jam	28	59,57%
< 8 jam	7	14 90%
Jumlah	47	100,00%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan data tabel 8 di atas menunjukan bahwa 25,53% pedagang bekerja lebih 10 jam dalam satu hari, kemudian yang bekerja 8-10 jam sebanyak 59,57%, dan yang bekerj akurang dari 8 jam sebanyak 14,90%. Dengan menggunakan ukuran jam kerja yang lazim berlaku di Indonesia (8 jam per hari) dapat diartikan bahwa jam kerja para pedagang Rumah Makan Padang cukup tinggi. Ini ditunjukkan dengan jam kerja mereka yang berada di atas standard yang berlaku di Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 9. Responden Menurut Keanggotaan Organisasi Keagamaan

Organisasi	Frekuensi	Persentasi
Muhammadiyah	33	70,21 %
NU	0	0,00 %
Tidak Ikut	14	29,79 %
Jumlah	47	100,00 %

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa terdapat 70,21 % responden yang ikut menjadi anggota organisasi Muhammadiyah. Adapun sisanya sebanyak 29,79 % mengaku tidak menjadi anggota organisasi agama manapun.

B. Deskripsi Tingkat Keagamaan Pedagang

Dalam pembahasan ini akan dideskripsikan bagaimana tingkat keagamaan responden, dilihat dari berbagai karakteristik sebagaimana yang telah dipaparkan pada penjelasan sebelumnya.

1. Tingkat Keagamaan Responden

Sebagaimana yang telah dikemukakan pada Bab terdahulu, bahwa indikator untuk mengukur variabel tingkat keagamaan ada lima dimensi: yaitu dimensi keyakinan, dimensi ibadah, dimensi pengetahuan, dimensi pengalaman dan dimensi sosial. Dari skoring terhadap indikator tersebut, variabel tingkat keagamaan ini kemudian dikelompokan menjadi tiga kategori: yakni kategori tinggi, sedang dan kategori rendah. Berikut akan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

sangat ditentukan oleh pribadi masing-masing. Namun kalau melihat dari proporsi yang dihasilkan, dapat diketahui bahwa tingkat keagamaan responden berada pada kategori "cukup tinggi". Hal ini tidak terlalu mengherankan, karena diakui atau tidak, masyarakat Minangkabau pada umumnya memang dikanal sebagai masyarakat yang cukup religius.

Selain berpegang teguh kepada norma-norma agama mereka juga patuh pada ketentuan yang telah digariskan oleh ketentuan adat. Antara agama dan adat menurut mereka tidak bisa dipisahkan satu sama lainnya, sebagaimana *pituah* adat Minang mengatakan "*Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah, Adat Mangato Adat Mamakai*".

2. Tingkat Keagamaan Responden Menurut Kelompok Umur

Perjalanan hidup manusia di dunia akan melalui tiga tahapan, yakni lahir, hidup dan mati. Kemudian pada hari berbangkit, salah satu pertanyaan yang muncul adalah berkaitan dengan usia atau umur. Islam mengajarkan agar manusia selalu memperhatikan pertambahan usianya agar tidak terlena dengan kehidupan dan kemegahan duniawi.

Pengamatan dari segi usia memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan dalam tingkat keagamaan, artinya tingkat keagamaan responden jika dipersentasekan hampir sama rata. Kecuali pada kelompok umur 30-40 tahun tingkat keagamaan responden berada pada kategori tinggi. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel 11 berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

berpendidikan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan Perguruan Tinggi tidak menunjukkan perbedaan.

Hal tersebut berindikasi bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat keagamaan responden. Hasil uji *chi-square* menunjukan bahwa nilai chi-square lebih rendah dibanding taraf signifikan 5%. Artinya tidak ada pengaruh antara perbedaan pendidikan dengan tingkat keagamaan. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 12 berikut:

Tabel 12. Tingkat Keagamaan Responden Menurut Tingkat Pendidikan.

Tingkat Keagama	**Tingkat Pendidikan**				**Total %**
	SD	**SMP**	**SMA**	**PT**	
Tinggi	3 (6.52%)	4 (8.70%)	7 (15.22%)	4 (8.70%)	18 (39.13%)
Sedang	1 (2.17%)	3 (6.52%)	6 (13.04%)	6 (13.04%)	16 (34.78%)
Rendah	4 (8.51%)	2 (4.35%)	5 (10.87%)	2 (4.35%)	13 (27.66%)
Jumlah	8 17.02%)	9 (19.15%)	18(39.13%)	12 (26.09%)	47(100.000
Chi-square = 4.225		Db = 6		Prob= 0.646	

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hitungan yang tertera dalam tabel 12 di atas diketahui bahwa, *chi-square* hitung hasil uji chi-square menunjukkan tidak terdapatnya hubungan yang signifikan. Hal ini bisa diketahui dari nilai *chi-square*, derajat kebebasan dan taraf signifikan yang diperoleh, yakni dengan derajat kebebasan 6, maka nilai *chi-square* yang dihasilkan adalah 4.225, nilai ini berada jauh di bawah taraf signifikan 5%, yakni 12.592.

4. Tingkat Keagamaan Responden dan Sikap Pasrah

Berdasarkan hasil data yang terkumpul menunjukan bahwa sikap pasrah tidak populer bagi para pedagang Rumah Makan Padang. Hal ini terlihat pada umumnya sikap pasrah responden berada pada kategori rendah, yakni mencapai 80.85%, hanya 19.25% yang berada pada kategori tinggi. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Tingkat Keagamaan dan Sikap Pasrah

Tingkat Keagamaan	**Kepasrahan Pada Nasib**		**Total**
	Tinggi	**Rendah**	**%**
Tinggi	2 (4.26%)	16 (34.04%)	18 (39.13%)
Sedang	2 (4.26%)	14 (29.79%)	16 (34.04%)
Rendah	5 (10.64%)	8 (17.02%)	13 (27.66%)
Jumlah	9 (19.15%)	38 (80.85%)	47 (100.00%)
Chi-Square = 4.340	Db = 2	Prob = 0.114	

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil hitungan pada tabel 13 di atas dapat diketahui bahwa ternyata hubungan tinggi rendahnya sikap pasrah pada nasib dan tingkat keagamaan tidak signifikan. Hal ini terlihat dengan hasil *chi-square* yang dihasilkan, yakni 4.340 dengan derajat kebebasan 2. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 5%, yakni 5.991. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya sikap kepasrahan hidup

responden tidak berhubungan atau tidak berkaitan dengan tingkat keagamaan responden.

5. Tingkat Keagamaan Menurut Keanggotaan Dalam Organisasi

Berdasarkan dari hasil hitungan data yang diperoleh, diketahui bahwa pada kelompok responden yang ikut organisasi keagamaan, proporsi terbesar dari mereka mempunyai kategori tingkat keagamaan tinggi, yaitu sebesar 31.91% disusul yang berada pada kategori sedang sebanyak 27.66, sedangkan pada kategori rendah adalah 10.64%. Adapun pada kelompok yang tidak ikut organisasi keagamaan sangat berbeda dengan kelompok yang ikut organisasi keagamaan. Proporsi terbesar dari responden bahkan berada pada tingkat kategori rendah, yakni sebesar 17.02%, kelompok kategori sedang sebesar 6.38% dan sisanya sebanyak 6.38 % berada pada kelompok kategori tinggi. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 14 berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 14. Tingkat Keagamaan Menurut Afiliasi Dalam Organisasi

Tingkat Keagamaan	**Afiliasi Organisasi Keagamaan**		**Total**
	Tinggi	**Rendah**	**%**
Tinggi	15 (31.91%)	3 (6.38%)	18 (38.30%)
Sedang	13 (27.66%)	3 (6.38%)	16 (34.04%)
Rendah	5 (10.64%)	8 (17.02%)	13 (27.66%)
Jumlah	33 (70.21%)	14 (29.79%)	47 (100.00%)
Chi-Square = 8.680	Db = 2	Prob = 0.013	

Sumber: Data Primer

31 serta skor maksium = 23. Selanjutnya dikelompokan menjadi tiga kategori, tinggi, sedang dan rendah:

M + 0.25 SD = 27.1489 + (0.25 x 1.5976) = 27.8225

M - 0.25 SD = 27.1489 + (0.25 x 1.5976) = 26.4753

Dengan demikian dapat diketahui bahwa distribusi skor dengan nilai 27.8225 ke atas berada pada kategori tinggi, distribusi skor antara 26.4753 – 27.8225 berada pada kategori sedang dan distribusi skor 26.4753 kebawah berada pada kategori rendah.

Berdasarkan rumusan di atas dibuat tabel tingkat motivasi kerja responden sebagai berikut:

Tabel 15. Tingkat Motivasi Kerja Responden

Tingkat Motivasi Kerja	Frekuensi	Persentase
Tinggi	19	40.43%
Sedang	22	46.80%
Rendah	6	12.77%
Total	47	100.00%

Sumber: Data Primer

Data tabel 15 di atas menunjukkan bahwa tingkat motivasi kerja responden berada pada level kategori tinggi terdapat 40.43%, kemudian yang berada pada kategori sedang terdapat 46.80% dan sisanya 12.77% berada pada kategori rendah. Dengan demikian dapat diketahui bahwa tingkat motivasi kerja responden mayoritas berada pada ketegori sedang (cukup tinggi).

1. Tingkat Motivasi Kerja Responden Dilihat dari Kelompok Umur

Tingkat Motivasi kerja responden dilihat dari kelompok umur, tidak menunjukkan perbedaan yang cukup berarti. Perbedaan terlihat pada kelompok umur 40 tahun ke atas dan kelompok umur di bawah 30 tahun, yang menunjukkan propoesi responden pada tingkat tingkat motivasi kerja tinggi lebih banyak dibanding kategori rendah. Namun perbedaan ini tidak signifikan, sebagaimana tergambar pada tabel 16 berikut:

Tabel 16. Motivasi Kerja Responden Menurut Kelompok Umur

Tingkat Motivasi Kerja	**Kelompok Umur**			**Total**
	< 30 tahun	**30 - 40 tahun**	**> 40 tahun**	**%**
Tinggi	1 (2.13%)	5 (10.64%)	13 (27.66%)	19 (40.43%)
Sedang	2 (4.25%)	5 (10.64%)	15 (31.91%)	22 (46.81%)
Rendah	2 (4.25%)	3 (6.38%)	1 (2.13%)	6 (12.77%)
Total	5 (10.64%)	13 (27.66%)	29 (61.70%)	47 (100.00%)
Chi-Square= 7.020		Db = 4		Prob = 0.135

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 16 di atas diketahui bahwa nilai *chi square* yang diperoleh dengan derajat kebebasan 4, lebih kecil dari taraf signifikan 5%, yakni 9.488. Sehingga dapat dikatakan bahwa perbedaan pada usia (kelompok umur) responden tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2. Motivasi Kerja Dilihat Dari Tingkat Pendidikan

Motivasi kerja responden jika dilihat dari tingkat pendidikan juga tidak menujukkan terdapatnya perbedaan. Hal ini terlihat dari kecilnya taraf signifikan yang diperoleh sehingga tidak sesuai dengan taraf signifikan yang diharapkan. Sebagaimana tergambar pada tabel 17 berikut:

Tabel 17. Tingkat Motivasi Kerja Responden dilihat Dari Tingkat Pendidikan

Tingkat Mot. Kerja	**Tingkat Pendidikan**				**Total %**
	SD	**SMP**	**SMA**	**PT**	
Tinggi	4 (8.70%)	3 (6.38%)	9 (19.15%)	3 (6.38%)	19 (40.43%)
Sedang	3 (6.38%)	4 (8.51%)	7 (14.89%)	8 (17.02%)	22 (46.81%)
Rendah	0 (0.00%)	2 (4.25%)	2 (4.25%)	2 (4.25%)	6 (12.77%)
Jumlah	7 (15.22%)	9 (19.15%)	18 (39.13%)	13 (27.66%)	47(100.00%
Chi– Square = 4.482		Db = 6		Prob= 0.612	

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 17 di atas diketahui bahwa nilai *chi square* yang diperoleh dengan derajat kebebasa 6 lebih kecil dari taraf signifikan 5%, yakni 12.592. Begitu juga dengan probabilitas yang diperoleh lebih kecil dari taraf signifikan 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perbedaan pada tingkat pendidikan responden tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja pedagang.

3. Motivasi Kerja dan Masa Kerja.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian terdahulu bahwa masa kerja responden dikelompokkan pada tiga kategori; kurang dari 10 tahun, 10 – 20 tahun dan lebih dari 20 tahun. Responden yang masa kerjanya kurang dari 10 tahun mencapai 53.79%, sedangkan kelompok yang mempunyai masa kerja 10 – 20 tahun sekitar 36.17% dan kelompok yang mempunyai masa kerja 20 tahun ke atas sebanyak 10.64%. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 18 berikut:

Tabel 18. Motivasi Kerja Ditinjau Dari Masa Kerja

Tingkat Mot.kerja	**Masa Kerja**			**total %**
	< 10 TAHUN	**10-20 TAHUN**	**> TAHUN**	
Tinggi	14 (29.79%)	3 (6.38%)	2 (4.26%)	19 (40.43%)
Sedang	7 (14.89%)	13 (27.66%)	2 (4.26%)	22 (46.81%)
Rendah	4 (8.70%)	1 (2.13%)	1 (2.13%)	6 (12.77%)
Jumlah	25 (53.19%)	17 (36.17%)	5 (10.64%)	47 (100.00%)
Chi-quare = 9.857		Db = 4	Prob = 0.043	

Sumber: Data Primer

Hasil perhitungan uji *chi-square* di atas menunjukkan bahwa masa kerja dengan motivasi kerja memiliki hubungan yang signifikan. Hal tersebut diketahui dengan nilai *chi-square* 9.857 dengan derajat kebebasan 4 lebih besar dari taraf signifikan 5% yakni 9.448 dan probabilitas yang

lebih kecil dari taraf signifikan 0.05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa lamanya masa kerja ikut berpengaruh terhadap motivasi kerja responden.

4. Motivasi Kerja Ditinjau dari Asal Kecakapan.

Pada bagian sebelumnya dijelaskan bahwa asal kecakapan responden terbagi pada tiga kelompok, yakni belajar sendiri pada orang yang ahli dalam bidang tersebut kemudian belajar secara sungguh-sungguh, ada pula yang melanjutkan keahlian atau kebiasaan keluarga yang sudah lebih dahulu menjalankan usaha rumah makan sehingga dengan interaksi sehari-hari pengaetahuan dalam mengelola romah makan secara tidak langsung diwarisi (warisan) dan kelompok yang tidak pernah belajar secara khusus. Namun karena keadaan tertentu (tuntutan ekonomi atau sekedar memanfaatkan peluang) sehingga dengan pengatahuan yang minim mereka mencoba untuk mengelola usaha rumah makan sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui bahwa responden yang mengelola rumah makan dengan berlajar secara khusus adalah sebanyak 47.45%, yang mengelola rumah makan melalui warisan sebanyak 29.79% dan sifatnya coba-coba sebanyak 12.77%. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 19 berikut:

pedagang harus menghindari kesalahan agar tidak memetik kegagalan. Kegagalan dalam dunia dagang bukan saja akan menderita kerugian secara ekonomi (materi), tetapi juga akan mengalami penderitaan dan tekanan perasaan (batin).

Berpedoman pada motivasi kerja yang tinggi dan kerja keras yang maksimal, seorang pedagang akan menuai hasil yang diinginkan, sehingga dalam dunia bisnis (perdagangan) tidak dikenal adanya sikap menyerah atau pasrah dengan keaadaan. Untuk mengetahui tinggi rendahnya tingkat kepasrahan responden pada nasib dan bagaimana pengaruhnya terhadap motivasi kerja mereka dapat dilihat pada tabel 20 berikut:

Tabel 20. Tingkat Motivasi Kerja dan Sikap Pasrah

Tingkat Motivasi kerja	**Sikap Pasrah**		**Total %**
	Tinggi	**Rendah**	
Tinggi	2 (4.26%)	17 (36.17%)	19 (40.43%)
Sedang	2 (4.26%)	20 (42.55%)	22 (46.81%)
Rendah	5 (10.64%)	1 (2.13%)	6 (13.04%)
Jumlah	9 (19.15%)	38 (80.85%)	47 (100.00%)
Chi-Square = 18.315	Db = 2	Prob = 0.000	

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil hitungan data pada tabel 20 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kepasrahan yang rendah, yakni sebedar 80.85%, hanya 19.15% yang berada pada kategori tinggi. Jadi

dapat dinyatakan bahwa tinggi rendahnya tingkat kepasrahan responden (para pedagang Rumah Makan Padang) pada nasib, sangat berpengaruh terhadap tingkat motivasi kerja mereka.

Hasil uji *chi square* menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan. Hal ini bisa dilihat dari nilai *chi-square*, derajat kebebasan dan taraf signifikan yang diperoleh, yakni dengan derajat kebebasan 2, maka nilai *chi-square* yang dihasilkan adalah 18.315. Nilai ini berada di atas taraf signifikan 5%, yakni 5.991.

Kemudian nilai probabilitas juga jauh lebih kecil dari taraf signifikan 0.05, yakni 0.000. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin rendah tingkat kepasrahan pada nasib, maka motivasi kerja akan semakin tinggi. Sebaliknya semakin tinggi tingkat kepasrahan pada nasib maka akan berakibat makin rendahnya tingkat motivasi kerja.

6. Motivasi Kerja Menurut Organisasi Keagamaan

Berdasarkan hasil data yang terkumpul memperlihatkan bahwa kelompok responden yang ikut organisasi keagamaan terbagi pada tiga kategori, yakni tinggi, sedang dan rendah. Pada proporsi kategori tinggi terdapat 29.79%, sementara pada proporsi sedang terdapat 34.04%, dan sisanya berada pada proporsi rendah, yakni sebesar 6.38%.

Adapun pada kelompok responden yang tidak ikut organisasi keagamaan, pada kategori tinggi terdapat 10.64%, yang berada pada kategori sedang sebesar 12.77%, kemudian yang berada pada kategori rendah sebesar 6.38%. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tingkat

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

motivasi kerja responden ditinjau dari keikutsertaan dalam organisasi keagamaan berada pada kategori sedang. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 21 berikut:

Tabel 21. Motivasi Kerja Menurut Keanggotaan Organisasi Keagamaan

Tingkat Motivasi Kerja	Afiliasi Organisasi Keagamaan		Total %
	Tinggi	Rendah	
Tinggi	14 (29.79%)	5 (10.64%)	19 (40.43%)
Sedang	16 (34.04%)	6 (12.77%)	22 (46.81%)
Rendah	3 (6.38%)	3 (6.38%)	6 (13.04%)
Jumlah	33 (70.21%)	14 (29.79%)	47 (100.00%)
Chi-Square = 1.349	D.F = 2	Prob = 0.513	

Sumber: Data Primer

Berdasarkan data tabel 21di atas, dan didukung oleh hasil statistik, diketahui bahwa *chi-square* yang diperoleh sebesar 1.349. Hasil ini ternyata lebih kecil dari taraf signifikan 5% dengan derajat kebebasan 2, yaitu 5,991 dan probabilitas 0.513 juga lebih besar dari taraf signifikan 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa ikut tidaknya seseorang pada organisasi keagamaan tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja mereka.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB III
ANALISIS

A. Analisis Pengaruh Keagamaan Terhadap Motifasi Kerja

Tingkat keagamaan responden sebagaimana telah dijelaskan pada bagian terdahulu menunjukan bahwa 72.34% mempunyai tingkat keagamaan kategori tinggi dan sedang. Rinciannya, pada kategori tinggi terdapat 38.30%, pada kategori sedang terdapat 34.04% dan kategori rendah terdapat 27.66%. Bila penggabungan dirubah menjadi kelompok tingkat keagamaan kategori sedang dan rendah, maka dapat dikatakan mayoritas tingkat keagamaan responden berada pada kategori sedang dan rendah.

Apabila melihat dua kutup ekstrim, yakni level tinggi dan rendah, ternyata persentase responden yang memiliki tingkat keagamaan kategori tinggi lebih banyak dari pada kategori rendah, tetapi perbedaannya tidak terlalu besar, hanya sekitar 10.94%. Dengan demikian secara umum dapat dinyatakan bahwa tingkat keagamaan responden cukup baik dan berada pada kategori cukup tinggi.

Demikian pula dengan hasil pengolahan data tingkat motivasi kerja responden, menunjukan bahwa lebih dari 87% responden memiliki tingkat motivasi kerja kategori tinggi dan sedang, rinciannya, 40.43 % berada pada level kategori tingkat motivasi kerja tinggi, kemudian 46.81% yang berada pada level kategori tingkat motivasi kerja sedang dan sisanya sebanyak 12.77% berada pada level kategori tingkat motivasi kerja rendah.

Bila pengelompokan dirubah dengan menggabungkan level kategori sedang dan rendah, maka ditemukan bahwa hampir 60% responden berada pada

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

level kategori sedang dan rendah. Dengan rincian, 46.81% responden berada pada level kategori tingkat motivasi kerja sedang dan 12.77% berada pada level kategori rendah, sehingga diketahui bahwa tingkat motivasi kerja responden berada pada ketegori sedang dan rendah.

Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat motivasi kerja responden berada pada kategori cukup tinggi (sedang) dengan persentase perbedaan yang sangat besar, yakni 29.66%. Tinggi rendahnya tingkat keagamaan responden ternyata tidak diikuti oleh naik turunnya tingkat motivasi kerja responden.

Analisis berikut akan menjelaskan bagaimana tingkat keagamaan ditinjau dari besar kecilnya pengaruh yang dihasilkan terhadap motivasi kerja responden. Oleh karena itu akan dilakukan analisis *crosstab* (tabulasi silang) dan analisis statistik uji korelasi terhadap data tingkat keagamaan dan data tingkat motivasi kerja responden.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

1. Analisis Uji *Chi-Square* (Tabulasi Silang)

   Uji *chi-square* diawali dengan memasukan data tentang tingkat motivasi kerja, dan tingkat keagamaan ke dalam program *crosstab*. Dalam pengolahannya, data distribusi skor tingkat keagamaan di *crosstab* dengan tingkat motivasi kerja responden, untuk melihat apakah tingkat keagamaan

berpengaruh terhadap tingkat motivasi kerja. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 22. Tingkat Keagamaan dan Tingkat Motivasi Kerja

Tingkat Keagamaan	Tingkat Motivasi Kerja			Total %
	Tinggi	Sedang	Rendah	
Tinggi	8 (17.02%)	7 (14.89%)	3 (6.38%)	18 (38.30%)
Sedang	5 (10.64%)	10 (21.28%)	1 (2.13%)	16 (34.04%)
Rendah	6 (12.77%)	5 (10.64%)	2 (4.26%)	13 (27.66%)
Total	19 (40.43%)	22 (46.81%)	6 (12.770	47 (100.00%)
Chi-Square = 2.605	db = 4		Prob = 0.626	

Sumber: Data Primer

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Berdasarkan data pada tabel 22 di atas menunjukkan bahwa tingkat keagamaan tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja responden. Nilai *chi-square* yang diperoleh jauh di bawah taraf signifikan 5%, dengan derajat kebebasan 4 dan tingkat probabilitas yang lebih besar dari taraf signifikan 0.05%, yakni sebesar 0.625.

Karena nilai *chi-square* lebih kecil dari taraf signifikan 5%, maka tidak terdapat pengaruh antara dua indikator tersebut. Namun hasil uji *chi-square* ini belum bisa menjelaskan kategori dan arah hubungan yang tidak saling berkaitan serta berapa besar tidak berpengaruhnya tingkat keagamaan terhadap motivasi kerja responden. Untuk mengetahui hal

tersebut diperlukan uji korelasi (korelasi parsial) antara dimensi keagamaan dan tingkat motivasi kerja.

2. Analisis Korelasi dan Regresi

Setelah memasukan data (distribusi skor) variabel tingkat keagamaan dan variabel motivasi kerja ke dalam teknik korelasi *product moment*, maka diperoleh koefisien korelasi, sebagaimana tergambar pada tabel berikut:

Tabel 23. Korelasi Antara Tingkat Keagamaan dan Motivasi Kerja

	Tingkat Keagamaan	Tingkat Motivasi Kerja
Tingkat Keagamaan	1.000	0.040
Tingkat Motivasi Kerja	0.040	1.000
Critical value (1-Tail, 0.05) = + or - 0.288 N = 47		

Sumber: Data Primer

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Setelah diperoleh hasil antara tingkat keagamaan dan tingkat motivasi kerja, seperti yang tertera pada tabel 23 di atas, selanjutnya dilakukan interpretasi sebagai berikut:

Pertama, besarnya koefisien korelasi antara tingkat keagamaan dan tingkat motivasi kerja adalah 0.040. Nilai tersebut berarti labih kecil dari harga kritik (1-tail) 0.288 pada taraf alpha 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi antara tingkat keagamaan dengan motivasi kerja. Kesimpulan ini menerima hipotesis, (Ho) Tidak

pada kategori tinggi. Adapun dimensi keyakinan, ibadah dan dimensi pengalaman berada pada kategori rendah. Jika dibuat ranking intensitas hubungan, maka posisi pertama ditempati oleh dimensi pengetahuan, urutan kedua dimensi sosial, urutan ketiga dimensi ibadah, urutan keempat dimensi pengalaman dan urutan kelima dimensi keyakinan.

Selanjutnya, jika dilihat kategori hubungan antara tingkat dimensi keagamaan dengan tingkat motivasi kerja responden, maka dimensi pengetahuan menempati posisi pertama dengan kategori hubungan berada pada taraf signifikan 0.028, kedua dimensi sosial dengan taraf signifikan 0.032, ketiga dimensi ibadah dengan taraf signifikan 0.239, keempat dimensi pengalaman dengan taraf signifikan 0.288 dan kelima dimensi keyakinan dengan taraf signifikan 0.574. Data selanjutnya akan menjelaskan pengaruh dimensi keagamaan terhadap motivasi kerja responden, sebagaimana terlihat pada tabel 24 berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 24. Dimensi Keyakinan dan Motivasi Kerja

	Tingkat Motivasi Kerja	Dimensi Keyakinan
Tingkat Motivasi Kerja	1.0000	
Dimensi Keyakinan	- 0.0882	1.0000
Critical Value (2-tail, 0.05) = + or - 0.288 N = 47		

Sumber: Data Primer

Tabel 26. Dimensi Pengetahuan dan Motivasi Kerja

	Tingkat Motivasi Kerja	Dimensi Pengetahuan
Tingkat Motivasi Kerja	1.0000	
Dimensi Pengetahuan	0.3358	1.0000
Critical Value (2-tail, 0.05) = + or - 0.288 N = 47		

Sumber: Data Primer

Tabel 26 di atas menunjukkan koefisien korelasi antara dimensi pengetahuan dan tingkat motivasi kerja adalah 0.3359, sedangkan nilai kritik pada taraf alpha 5% adalah 0.288. Hasil koefisien korelasi tersebut berada di atas taraf signifikan 0.05, sehingga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingginya tingkat pengetahuan responden ikut berpengaruh terhadap motivasi kerja mereka. Kesimpulan ini menerima hopotesis; "(Ha) Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi pengetahuan dengan motivasi kerja responden".

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 27. Dimensi Pengalaman dan Motivasi Kerja

	Tingkat Motivasi Kerja	Dimensi Pengalaman
Tingkat Motivasi Kerja	1.0000	
Dimensi Pengalaman	0.1659	1.0000
Critical Value (2-tail, 0.05) = + or - 0.288 N = 47		

Sumber: Data Primer

Tabel 27 di atas menunjukan koefisien korelasi antara dimensi pengalaman dan tingkat motivasi kerja adalah 0.1659, sedangkan nilai kritik pada taraf alpha 5% adalah 0.228. Jadi koefisien korelasi yang dihasilkan berada dibawah taraf signifikan. Dengan demikian ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antara dimensi pengalaman dengan tingkat motivasi kerja.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 28. Dimensi Sosial dan Motivasi Kerja

	Tingkat Motivasi Kerja	Dimensi Sosial
Tingkat Motivasi Kerja	1.0000	
Dimensi Pengetahuan	-0.3269	1.0000
Critical Value (2-tail, 0.05) = + or – 0.288 N = 47		

Sumber: Data Primer

Tabel 28 di atas menunjukkan koefisien korelasi antara dimensi sosial dan tingkat motivasi kerja adalah -0.3269, sedangkan nilai kritik pada taraf alpha 5% adalah 0.288. Hasil koefisien korelasi tersebut berada di atas taraf signifikan 0.05 sehingga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingginya tingkat sosial responden ikut berpengaruh terhadap motivasi kerja mereka. Kesimpulan ini menerima hopotesis; "(Ha) Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi pengetahuan dengan motivasi kerja responden".

B. Pembahasan dan Interpretasi

Berdasarkan dskripsi variabel dan analisis hubungan antar variabel dengan menggunakan teknik uji-square, korelasi dan korelasi parsial, diperoleh beberapa temuan penelitian yang menarik untuk dibahas. Dalam pembahasan ini, temuan hasil penyebaran angket akan diperkuat dengan temuan hasil observasi dan wawancara. Beberapa temuan yang dapat dirangkum adalah sebagai berikut:

Pertama, pada umumnya tingkat keagaman para pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta berada pada level kategori cukup tinggi (sedang). Temuan ini didasarkan pada fakta bahwa responden yang mempunyai tingkat keagamaan kategori tinggi sebesar 38.30%, yang berada pada ketegori sedang sebesar 34.04% dan yang berada pada tingkat kategori rendah sebesar 27.66%.

Kedua, tingkat motivasi kerja pedagang Rumah Makan Padang cukup baik dan berada pada ketegori cukup tinggi (sedang). Hal ini didukung oleh fakta yang

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

menunjukan bahwa 40.43% responden berada pada level kategori tinggi, 46.81% berada pada kategori sedang dan 12.77% berada pada level kategori rendah.

Ketiga, tingkat keagamaan dan tingkat motivasi kerja responden sama-sama berada pada kategori cukup baik (sedang), tetapi keduanya tidak menunjukan adanya hubungan atau pengaruh yang signifikan. Kenyataan ini terlihat pada hasil chi-square yang berada dibawah taraf signifikan 5%, yakni 2.605 dan nilai probabilitasnya berada di atas taraf signifikan 0.05, yakni 0.625.

Keempat, pada dimensi keagamaan terdapat dua varian yang ikut berpengaruh secara langsung terhadap motivasi kerja, seperti yakni dimensi pengetahuan dan dimensi sosial. Hal ini didukung oleh fakta bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh berada di atas taraf signifikan, yakni 0.3359. Sedangkan nilai kritik pada taraf alpha 5% adalah 0.288. Begitu juga pada dimensi sosial, koefisien korelasi antara dimensi sosial dan tingkat motivasi kerja adalah -0.3269, sedangkan nilai kritik pada taraf alpha 5% adalah 0.288.

Hasil koefisien korelasi tersebut berada di atas taraf signifikan 0.05 sehingga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingginya tingkat pengetahuan atau tingkat sosial responden ikut berpengaruh terhadap motivasi kerja. Kesimpulan ini menerima hopotesis; "(Ha) Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi pengetahuan dan dimensi sosial dengan motivasi kerja responden".

Sementara dimensi keagamaan yang lain tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap motivasi kerja, seperti dimensi keyakian, ibadah dan dimensi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pengalaman. Karena koefisen yang dihasilkan berada dibawah tafar signifikan. Hasil ini menerima hopotesis (Ho).

Kelima, keikutsertaan responden pada organisasi keagamaan, ternyata berpengaruh terhadap tingginya tingkat keagamaan. Temuan ini didukung oleh fakta yang menunjukan bahwa proporsi terbesar dari responden mempunyai kategori tingkat keagamaan cukup tinggi, yaitu sebesar 31.91% disusul yang berada pada kategori sedang sebanyak 27.66, sedangkan pada kategori rendah adalah 10.64%. Adapun pada kelompok yang tidak ikut organisasi keagamaan sangat berbeda dengan kelompok yang ikut organisasi keagamaan.

Proporsi terbesar dari responden bahkan berada pada tingkat kategori rendah, yakni sebesar 17.02%, kelompok kategori sedang sebesar 6.38% dan sisanya sebanyak 6.38 % berada pada kelompok kategori tinggi. Hasil *chi-square* yang diperoleh sebesar 8.680 berada di atas taraf signifikan 5% dan nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari taraf signifikan 5%. Dengan demikian *chi-square* hitung lebih besar dari taraf signifikan, yakni 5.991 dan nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan, yakni sebesar 0.013.

Keenam, rendahnya sikap pasrah responden terhadap nasib ternyata berpengaruh terhadap motivasi kerja mereka. Temuan ini didukung oleh fakta yang menunjukan bahwa 80.85%, memiliki tingkat kepasrahan yang rendah, hanya 19.15% yang memiliki tingkat kepasrahan yang tinggi. C*hi-square* yang dihasilkan adalah 18.315. Nilai ini berada di atas taraf signifikan 5%, yakni 5.991.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin rendah tingkat kepasrahan pada nasib, maka motivasi kerja akan semakin tinggi. Sebaliknya semakin tinggi tingkat kepasrahan pada nasib maka akan berakibat rendahnya tingkat motivasi kerja. Temuan ini menerima hipotesis; "Ha, terdapat pengaruh yang signifikan antara kepasrahan pada nasib dengan motivasi kerja".

Berdasarkan hasil temuan diatas dan mengacu kepada rumusan masalah, maka pembahasan selanjutnya adalah menjelaskan pengaruh keagamaan terhadap motivasi kerja dengan menggunakan teori Fungsional Struktural. Teori ini sebagaimana telah disinggung dalam kerangka teoritik, menyatakan bahwa dalam masyarakat terdapat bagian-bagian yang memiliki struktur yang berbeda. Masing-masing struktur terpisah dan dapat dipelajari sendiri-sendiri. Oleh karena itu sebuah aktivitas sosial yang bersifat fungsional bagi suatu kelompok, boleh jadi bersifat disfungsional bagi kelompok lain.

Sebagai inti dari cara pandang Fungsional Struktural adalah bahwa proses sosial adalah fungsional dalam arti membantu terpeliharanya struktur sosial, yaitu serangkaian peran yang keberadaannya diatur oleh nilai dan norma sosial. Dengan menggunakan dasar teori Fungsional Struktural, bisa dipahami bahwa intensitas keagamaan dan etos kerja responden dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel lain. Artinya, bila sebuah sistem tidak bisa berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka diduga kuat ada beberapa subsistem yang tidak fungsional, sebagaimana penjelasan berikut :

Pertama, tingkat keagamaan responden pada umumnya berada pada ketegori cukup tinggi (sedang) Kenyataan ini tidak sesuai dengan prediksi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

sebelumnya. Dugaan sebagai kelompok masyarakat yang secara kultural berjiwa religius seperti terungkap dalam pepatah: *adat bersandi syarak, syarak bersandi kitabullah, syarak mengata adat memakai.* Maka tingkat keagamaan para pedagang rumah makan padang seharusnya berada pada kategori tinggi. Tetapi hasil penelitian menunjukan bahwa tingkat keagamaan pedagang pada umumnya hanya berada pada kategori sedang.

Berdasarkan analisis terhadap temuan yang diperoleh dalam penelitian ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat keagamaan rensponden. Antara lain usia, pendidikan, mengikuti organisasi keagamaan, mengikuti pengajian, kepasrahan pada nasib ,membaca buku-buku islam, berinfak dan sadakah. Setelah dianalisis ternyata variabel usia dan pendidikan bersifat disfungsional terhadap tingkat keagamaan.

Hasil data menunjukan meskipun mayoritas pedagang rumah makan padang sudah mengenyam tingkat pendidikan sekolah lanjutan atas, ternyata tidak berpengaruh terhadap tingkat keagamaan mereka. Hal ini didukung oleh fakta yang menunjukan bahwa responden yang mempunyai pendidikan Perguruan Tinggi ternyata masih memiliki tingkat keagamaan rendah (4.35%) sebaliknya responden yang mempunyai pendidikan SD ternyata memiliki tingkat keagamaan yang tinggi (6.52%). Begitu pula dengan tingkat usia responden, kelompok usia 40 tahun keatas yang diduga memiliki tingkat keagamaan kategori tinggi ternyata tidak terbukti secara meyakinkan.Tingkat keagamaan mereka bervariasi dengan frekuensi dan persentase yang tidak begitu jauh berbeda dengan kelompok umur dibawahnya.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Variabel usia yang tidak fungsional terhadap tingkat keagamaan, menurut hemat penulis, disebabkan oleh kurangnya mendalami ajaran agama yang dianut; mungkin karena kesibukan sebagai pedagang cukup banyak menyita waktu mereka.

Variabel pendidikan yang tidak fungsional dan tidak berpengauh secara signifikan terhadap tingkat keaganaan responden, dari hasil pengamatan penulis disebabkan oleh jenis pendidikan formal yang ditempuh pada umumnya adalah pendidikan umum yang memiliki jam pelajaran agama sangat minim. Artinya dengan rentang waktu dua jam dalam seminggu, apa yang dapat dipahami oleh responden dari pelajaran agama yang disuguhkan, sementara nilai-nilai yang terkandung dan harus dipelajari dan dipahami sangat banyak sekali.

Keaktifan responden dalam organisasi keagamaan, seperti Muhammadiyah seharusnya bisa menambah pengetahuan mereka dalam bidang keagamaan sebab setiap organisasi keagamaan telah menyusun berbagai kegiatan untuk memantapkan akidah dan tingkat keagamaan para anggotanya. Misalnya dengan mengadakan pengajian, diskusi, seminar dan tanyajawab tentang berbagai persoalan keagamaan Hasil analisis *chi-square* menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keanggotaan pada organisasi dengan tingkat keagamaan.

Kedua, motivasi kerja responden dan faktor yang mempengaruhinya. Secara umum, sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian terdahulu, diketahui bahwa tingkat motivasi kerja responden (para pedagang Rumah Makan

Padang Kota Yogyakarta) berada pada level kategori cukup tinggi (sedang). Beberapa indikator yang mendukung tingkat motivasi kerja adalah jam kerja rata-rata dalam satu minggu dan dalam satu hari, sikap menghargai waktu, disiplin, sikap ingin maju, sikap pasrah, kepuasan, semangat serta ulet dan rajin.

Berdasarkan hasil temuan angket, diketahui bahwa rata-rata para pedagang adalah pekerja keras. Hal ini didukung oleh fakta yang menunjukan bahwa sebanyak ± 91 % para pedagang rumah makan padang bekerja 7 hari dalam satu minggu dan hanya ± 9% yang bekerja 6 hari. Begitu pula dengan jam kerja yang digunakan untuk berdagang, dari hasil temuan angket diketahui bahwa sekitar 25.53% pedagang bekerja lebih 10 jam dalam satu hari, kemudian yang bekerja 8-10 jam sebanyak 59.57%, dan yang bekerja kurang dari 8 jam sebanyak 14,90%. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa para pedagang umumnya bekerja lebih dari 8 jam setiap harinya.

Sikap menghargai waktu, sikap ingin maju, semangat serta ulet dan rajin ditunjukan dengan keaktifan dalam mengevaluasi terhadap apa yang telah dilakukan, termasuk menghitung hasil dan keuntungan yang diperoleh pada hari tersebut. Hal ini juga didukung oleh sikap disiplin tinggi yang ditunjukan dengan berusaha menepati jam buka dan jam tutup rumah makan dan menyediakan selalu menu yang disukai oleh konsumen setrta selalu menepati janji apabila ada pemesanan dalam partai tertentu.

Beberapa pedagang yang berhasil diwawancarai mengatakan selalu menepati janji sesuai dengan waktu pemesanan yang telah disepakati, karena menurut mereka "sekali saja kita ingkar atau pernah membuat pelanggan kecewa,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

maka kita akan rugi dan pelanggan akan lari. Lebih dari itu jangan sekali-kali menyuguhkan masakan yang sudah basi (menu yang rasanya sudah berubah atau tidak layak untuk dimakan oleh konsumen)".

Indikator lain yang mendukung motivasi kerja para pedagang rumah makan padang adalah rendahnya sikap pasrah mereka pada nasib dan semangat kerja mereka yang cukup tinggi. Hal ini didukung oleh kejelian melihat dan memanfaatkan peluang serta terampil menggunakan kesempatan.

Pada umumnya para pedagang tidak mengenal adanya sikap menyerah atau pasrah dengan keaadaan. Hal ini didukung oleh fakta yang menunjukkan bahwa ± 81%, responden memiliki tingkat kepasrahan yang rendah, hanya ± 20% yang memiliki tingkat kepasrahan yang tinggi. Dilihat dari hasil uji *chi square* yang diperoleh, yakni sebesar 18.315, menunjukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan. Nilai ini berada jauh di atas taraf signifikan 5%, yakni 5.991.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin rendah tingkat kepasrahan pedagang pada nasib, maka akan semakin tinggi tingkat motivasi kerja mereka, sebaliknya semakin tinggi tingkat kepasrahan pada nasib maka akan berakibat rendahnya tingkat motivasi kerja.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bagian terdahulu, maka penulis mencoba menyimpulkan hasil penelitian ini, sebagai berikut:

Pertama, Tingkat keagamaan para perantau Minangkabau yang bergerak dalam usaha Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta secara umum berada pada kategori cukup tinggi (sedang) dengan rincian; 38.30 % berada pada kategori tinggi, 34.04% berada pada kategori sedang dan 27.66% berada pada kategori rendah. Kenyataan ini tidak sesuai dengan prediksi sebelumnya bahwa secara kultural masyarakat Minangkabau berjiwa religius sebagaimana terungkap dalam pepatah: "adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah – syarak mangato adat memakai", Demikian pula halnya dengan tingkat motivasi kerja para pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta, juga berada pada kategori cukup tinggi (sedang) dengan rincian; 40.43 % berada pada kategori tinggi, 46.80% berada pada kategori sedang dan 12.77% berada pada kategori rendah.

Kedua, Dimensi keyakinan, ibadah dan dimensi pengalaman sebagai bagian indikator tingkat keagamaan, ternyata tidak memperlihatkan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja. Sementara dimensi pengetahuan dan dimensi sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja pedagang Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta. Hal ini bisa dipahami bahwa

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

keyakinan, ibadah dan pengalaman sangat erat hubungannya dengan Allah, Adapun dimensi pengetahuan dan dimensi sosial adalah indikator keagamaan yang erat hubungannya dengan manusia, artinya pengetahuan seseorang tentang sesuatu akan mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan dan sikap sosial yang tinggi akan memudahkan gerak mereka dalam memunculkan ide-ide baru serta memperkuat jaringan dalam kehidupan bermasyarakat.

Ketiga, terdapat beberapa variabel yang bersifat fungsional terhadap variabel lain sesuai dengan apa yang diharapkan. Kemudian ada pula beberapa variabel yang bersifat disfungsional yang tidak sesuai dengan keiginan. Variabel yang bersifat fungsional terhadap variabel lain adalah, organisasi keagamaan, masa kerja, semangat kerja, rendahnya sikap pasrah. Tingginya tingkat kerajianan dan keaktifan pedagang Rumah Makan Padang dalam berusaha serta memiliki sikap pantang menyerah sangat menentukan dalam mencapai tujuan yang mereka inginkan. Adapun variabel yang tidak fungsional dan tidak mempengaruhi variabel lain adalah, variabel umur, pendidikan dan asal kecakapan.

Keempat, ada beberapa kelemahan yang terdapat dalam metode penelitian yang digunakan. Hal ini terjadi karena pemilik Rumah Makan Padang Kota Yogyakarta yang dijadikan sebagai objek penelitian tidak seluruhnya mendapatkan kesempatan untuk menjadi responden, mereka hanya diwakili 50 orang atau 25%, dari jumlah keseluruhan dan dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak. Ke-50 responden tersebut dalam hal tertentu mungkin dapat mewakili, tetapi disisi lain untuk mengetahui secara pasti tentang keterwakilan mereka agak sulit dipastikan. Sehingga metode tersebut akan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

memberi dampak kepada hasil penelitian, artinya hasil penelitian yang diperoleh bisa positif dan bisa pula negatif.

B. Saran-saran

Pertama, tingginya tingkat keagamaan dan motivasi kerja para pedagang Rumah Makan Padang dapat dijadikan contoh bagi para pedagang lainnya, dengan mengambil sisi positif dan meninggalkan dampak negatif yang mungkin terdapat didalamnya.

Kedua, semangat dan keberhasilan para pedagang dalam menjalankan usahanya mengelola Rumah Makan Padang dapat dijadikan pedoman bagi pelaku bisnis amatiran dalam rangka pemberdayaan ekonomi kerakyatan yang bernilai sosial dan religius.

Ketiga, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang pemahaman keagamaan dan tingkat motivasi kerja dari individu atau masyarakat yang akan diteliti. Hal ini sangat penting kerena agama dan motivasi akan mengalami perkembangan dan setiap perkembangan yang terjadi akan memunculkan hasil yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Keempat, berdasarkan berbagai keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, tentunya penelitian ini tidak lepas dari kelemahan dan kekurangan, artinya penelitian ini belum tentu sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran guna perbaikan dan kesempurnaan penelitian ini. Semoga hasil penelitian tesis ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu sosiologis dan ilmu ekonomi, khususnya dalam studi ilmu ekonomi Islam.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Irwan. (1999), ***Agama dan Perkembangan Ekonomi: Kasus Pedagang Muslim Jatinom, Klaten***, Makalah Seminar, "Agama dan perubahan sosial" dalam Hamruni, *Agama dan Etos Kerja Pedagang (Pengusaha) Rumah Makan Padang di Yogyakarta*, Laporan Penelitian Individual, Proyek Penelitian Perguruan Tinggi Agama, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga.

Abdullah, Taufik. (1979), ***Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi***, Jakarta: LP3ES.

Arikunto, Suharsini. (1990), ***Manajemen Penelitian***, Jakarta: Renika Cipta.

As'ad, Aley. (1984), ***Garis-Garis Besar Pembinaan dunia Islam***, Bandung: Risalah.

As'ad, Mohammad. (1986), ***Kepemimpinan Efektif Dalam Perusahaan Suatu Pendekatan Psikologik***, Yogyakarta: Liberty.

Asy'arie, Musa. (1997), ***Islam, Etos Kerja dan Perkembanngan Ekonomi Umat***, Yogyakarta: Lesfi.

Basyir, Ahmad Azhar. (1976), ***Hukum Islam Tentang Asas-Asas Muamalat***, Yogyakarta: Tansil.

Chapra, M. Umer. (2000), ***Islam dan Pembangunan Ekonomi***, Jakarta: Gema Insani Press.

Departemen Agama Republik Indonesia, ***Al-Qur'an dan Terjemahannya***, Jakarta: PT. Intermasa.

Fromm, Erich. (1996), ***Revolusi Harapan: Manuju Masyarakat Teknologi yang Manusiawi***, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Geertz, Clifford. (1974), ***The Interpretation of Cultures***, New York: Basic Books.

Green, Robert W. (1959), (ed.), ***Protestantism and Capitalism: The Weber Thesis and Its Critics***, Boston: DC. Heath and Company.

Glock, Charles Y. (1968), ***Religion and Society in Transition***, Chicago: Rand McNally.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Hamruni. (1999), ***Agama dan Etos Kerja Pedagang (Pengusaha) Rumah Makan Padang di Yogyakarta***, Laporan Penelitian Individual, Proyek Penelitian Perguruan Tinggi Agama, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga.

Hadi, Sutrisno. (1993), ***Bimbingan Menulis Skripsi dan Thesis***, Yogyakarta: Andi Offset.

Hadi, Sutrisno. (1987), ***Metodologi Research***, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi, Universitas Gaja Mada,

Hamalik, Oemar. 1993, ***Psikologi Manajemen, Penuntun Bagi Pemimpin,*** Bandung: Triganda Karya.

Kadarman SJ dan Jusuf Udaya, 1996, ***Pengantar Ilmu Manajemen,*** Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Koenjtoroningrat, (1982), ***Kebudayaan Mentalitas dan Pembagunan,*** Jakarta: Gramedia.

Khallaf, Abdul Wahhab. (1994), ***Kaidah-Kaidah Hukum Islam"Ilmu Ushulul Fiqh,*** Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Muslich, M. (1993), ***Metode Kuantitatif,*** Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Naim, Mochtar. (1984), ***Merantau, Pola Migrasi Suku Minangkabau,*** Yogyakarta: Gajah Mada University Perss.

Nasir, Mohammad. ***Metode Penelitian,*** (1988), Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nasroen, M. (1871), ***Dasar-dasar Falsafah Adat Minangkabau,*** Djakarta: Bulan Bintang.

Navis, A.A. (1986), ***Alam Terkembang Jadi Guru***, Jakarta: Grafiti Pers.

Nurullah Dt. P. Nan Tuo, (1999), ***Kewajiban dan Hak Generasi Penerus Menurut Adat Minangkabau,*** Padang: LKAAM.

Pamudji, S. (1992), ***Kepemimpinan Pemerintah di Indonesia***, Jakarta: Bumi Aksara.

Proyek Pengembangan Institut Pendidikan Tinggi Filsafat Ilmu, Jakarta: Dikjen Dikti.

Rahardjo, M. Dawam. (1999), ***Intelektual Inteligensia dan Perilaku Politik Bangsa, Risalah Cendekiawan Muslim,*** Bandung: Mizan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Rais, Kamardi. Dt. P.Simulie, (1999), ***Sejarah dan Falsafah Adat Miangkabau***, Padang: LKAAM.

Rifa'i, Afif. (1998), ***Etos Kerja Pengrajin Perak Kota Gede Yogyakarta*** dalam ***Jurnal Penelitian Agama***, nomor 18, th vii, Yogyakarta: pusat penelitian IAIN Sunan Kalijaga.

Singaribun, Masri dan Sofyan Efendi, (1996), ***Metodologi Penelitian Survey***, Jakarta: LP3ES.

Sobary, Mohamad. (1996), ***Kebudayaan Rakyat: Dimensi Politik dan Agama***, Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.

Tasmara, Toto. (1995), ***Etos Kerja Pribadi Muslim,*** jakarta : Dana Bhakti Wakaf.

Udaya, Jusuf dan Kadarman SJ (1996), ***Pengantar Ilmu Manajemen,*** Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Weber, Max. (1974), ***The Protestant Etnic and The Spirit of Capitalism,*** New york: Charles Scribner Son's.

Weber, Max. (1986), (ed.), ***Sekte-Sekte Protestan dan Semangat Kapitalisme,*** dalam ***Taufik Abdullah, Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi***, Jakarta: LP3ES.

Weber, Max. (1986), ***Sikap-sikap Agama Dunia Lain Terhadap Orde Sosial dan Ekonomi***" dalam Taufik Abdullah, (1986), (ed.), ***Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi***, Jakarta: LP3ES.

Winardi, ***Asas-asas Manajemen,*** (1997), Bandung.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA