

TIPE PEKERJAAN SEBAGAI EFEK RELIGIUSITAS PEKERJA MUSLIM

Lola Fitria Sari^{1*}

¹Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Keuangan Pembangunan dan Perbankan (STIE “KBP”),
Indonesia

lolafitria.lf@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efek religiusitas terhadap jenis pekerjaan di kalangan pekerja muslim. Sebanyak 420 kuesioner dibagikan kepada pekerja Muslim di Kota Padang. Religiusitas yang merupakan variabel eksogen dalam penelitian berdampak terhadap pemilihan jenis atau tipe pekerjaan yang dilakukan oleh para pekerja muslim. Religiusitas diukur dengan menggunakan Indeks religiusitas islam (*Islamic Religiosity Index*). Hasil penelitian dapat dilihat dari nilai probability sebesar 0.000 dengan nilai koefisien sebesar 1.4 angka ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara tingkat religiusitas dengan tipe pekerjaan yang dipilih oleh para pekerja muslim di Kota Padang.

Kata kunci: *Religiusitas; Tipe pekerjaan; Pekerja muslim*

Abstract: This study aims to identify the effect of religiosity on the type of work among Muslim workers. A total of 420 questionnaires were distributed to Muslim workers in Padang City. Religiosity which is an exogenous variable in the study has an impact on the selection of the type or type of work carried out by Muslim workers. Religiosity was measured using the Islamic religiosity index. The results of the study can be seen from the probability value of 0.000 with a coefficient value of 1.4 this number shows a positive and significant influence between the level of religiosity and the type of work chosen by Muslim workers in the city of Padang.

Keywords: *Religiosity; Type of work; Muslim workers*

Article History:

Received: 17-06-2022

Revised : 20-06-2022

Accepted: 27-06-2022

Online : 29-06-2022



This is an open access article under the
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Copyright © 2022 JMS

PENDAHULUAN

Nilai spiritual dianggap sebagai variabel penting dalam sosiologi dan psikologi yang akan mempengaruhi perilaku ekonomi (Allport, 1965). Visi ekonomi seseorang tercermin dalam keputusan ekonomi yang dibuatnya sebagai konsep yang lahir dari pemikiran ideologis (Schumpeter, 1955). Hubungan Ekonomi dan agama lebih dekat daripada yang

diyakini oleh sebagian orang. Konsekuensi sosio-ekonomi dari agama dengan menggunakan teori ekonomi dan alat statistik merupakan penelitian yang lebih baru harus difokuskan pada. Karena dengan tersedianya data baru, baik historis maupun kontemporer, perhatian pada identifikasi efek

religiusitas menjadi lebih jelas (Iyer, 2016).

Sebuah penelitian tentang salah satu suku di Amerika “Suku Amish” dimana praktik ekonomi yang mereka lakukan diatur berdasarkan interpretasi mereka terhadap Alkitab, mereka lebih memilih bertani sebagai pekerjaan dan memiliki aset yang lebih besar, dan sebagai hasilnya, penelitian ini menunjukkan bukti bahwa orang Amish memiliki tingkat produktivitas yang lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang bukan petani Amish (Cosgel, 1993). Sebuah studi serupa menganalisis bagaimana etika agama Jepang-Amerika memengaruhi peluang dan pilihan pekerjaan mereka. Studi ini menemukan bahwa agama mereka secara signifikan berkontribusi pada pencapaian ekonomi mereka yang diukur dengan pendapatan tahunan dan wirausaha selama dekade evakuasi dan interniran sebelum Perang Dunia II (1932–1941). Penelitian Woodrum juga melaporkan bahwa indikator agama memiliki pengaruh positif yang signifikan lebih kuat terhadap pendapatan dan kewirausahaan dibandingkan dengan variabel non-agama seperti pendidikan dan latar belakang keluarga (Woodrum, 1985).

Religiusitas adalah ideologi dan elemen kunci budaya yang membentuk perilaku individu dalam membuat keputusan ekonomi. Keputusan seorang Muslim dan seorang Yahudi untuk tidak memakan babi membuktikan adanya pengaruh agama terhadap perilaku ekonomi (Fam et al., 2002).

Ketidakpuasan terhadap kehidupan yang irasional dan materialistis individu membuat seseorang mengalami kecemasan dalam hidup, meskipun secara ekonomi dianggap mapan (Kenny & Kenny, 2006). Masalah ini mendorong mereka untuk mencari kedamaian dan kebahagiaan dalam hidup melalui pendalaman ilmu agama.

Dinamika pemahaman Umat Islam saat ini memberikan fenomena baru yang disebut “hijrah”. Komunitas Hijrah terdiri dari mayoritas Muslim terpelajar. Tumbuh sangat pesat dalam berbagai bentuk metode pengajaran seperti komunitas Salafi, Tarbiyah, dan berbagai komunitas hijrah lainnya di Indonesia, yang menarik perhatian publik (Fajriani & Sugandi, 2019). Ajaran menyatakan: “Seorang Muslim adalah orang yang menyelamatkan Muslim lainnya dari mulut dan tangannya dan orang yang berhijrah adalah orang yang menghindari apa yang dilarang oleh Allah” (HR. Bukhari) (Khan, 2009). Pemahaman agama terhadap ajaran tersebut memberikan semangat yang kokoh terhadap berkembangnya fenomena hijrah yang bahkan menarik partisipasi berbagai kalangan termasuk tokoh pujaan masyarakat yang menjadi *trend-forming* di masyarakat. Peran media sosial juga didukung agar komunitas hijrah berkembang pesat di kalangan anak muda milenial.

Sebagai faktor budaya, agama merupakan salah satu pranata sosial yang paling universal dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap, nilai, dan perilaku manusia,

baik individu maupun masyarakat (Fam et al., 2002). Agama mempengaruhi keputusan ekonomi dalam produksi dan konsumsi (Essoo & Dibb, 2004). Agama merupakan faktor budaya yang penting untuk pembelajaran karena merupakan salah satu lembaga sosial yang paling umum dan berpengaruh. Ini memiliki dampak yang signifikan pada sikap, nilai, dan perilaku orang di tingkat pribadi dan sosial. Apakah itu bekerja secara langsung melalui tabu dan kewajiban, atau melalui pengaruhnya terhadap budaya, masyarakat, dan nilai-nilai dan kepercayaan agama mempengaruhi ritual dan perilaku simbolis manusia. Kepercayaan juga mempengaruhi preferensi konsumen dan produsen untuk menentukan pilihan (Mokhlis, 2009).

Dunia telah mencatat bahwa hampir 80% populasi orang mengikuti gaya hidup yang tercerahkan secara agama (PEW Research Center, 2008). Sekitar 70% orang Amerika mengatakan bahwa agama menentukan perilaku mereka (PEW Research Center, 2012). Nilai keyakinan agama atau keyakinan agama mempengaruhi perilaku manusia dalam arti ritual dan simbolik (Khraim, 2010). Sejauh mana agama dan kepercayaan mempengaruhi perilaku seseorang tercermin dalam tingkat keyakinan agama dan status agama pribadi (Sood & Nasu, 1995). Oleh karena itu, agama adalah fenomena jangka panjang, sebuah konstruksi yang berharga untuk memahami perilaku individu dalam konsumsi dan produksi.

Penelitian ini mengkaji dampak religiusitas terhadap perbedaan pilihan jenis pekerjaan pada para pekerja muslim. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada bagaimana tingkat religiusitas mempengaruhi jenis pekerjaan yang dipilih. jenis pekerjaan yang berbeda sebagai akibat dari perbedaan tingkat pemahaman agama, yang akan berdampak pada produktivitas dan kesejahteraan menjadi hal yang penting untuk dibahas. Karena pilihan Individu dalam satu daerah akan berdampak terhadap kondisi ekonomi secara agregat.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Religiosity

Agama sebagai subbidang ekonomi yang relatif baru, berbagai literatur menjelaskan teori dan definisi agama. Bagi para ekonom definisi sangat penting untuk proses pemodelan. Ada banyak definisi yang berbeda tentang Agama, ada yang substantif dan ada juga yang fungsional (Iyer, 2016). Sistem kepercayaan, praktik, ritual, dan tanda yang terorganisir yang dirancang untuk (a) mempromosikan kontak intim dengan kepercayaan suci atau agama Transendensi (Tuhan, kekuatan yang lebih tinggi atau kebenaran/realitas tertinggi), dan (b) meningkatkan pemahaman tentang hubungan antarpribadi, dan Tanggung Jawab kepada orang lain yang hidup bersama dalam komunitas (George et al., 2000). Iman kepada Tuhan disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-

prinsip yang Tuhan pikirkan (Wilkes et al., 1986).

Agama mendefinisikan dan menjelaskan nilai kehidupan, dan nilai kehidupan tercermin dalam nilai dan sikap sosial dan kemanusiaan. Nilai dan sikap tersebut membentuk perilaku lembaga dan anggota budaya (Fam et al., 2002). Komitmen agama menunjukkan seberapa besar seseorang bersikeras pada dirinya sendiri. Nilai-nilai agama, kepercayaan dan adat istiadat serta menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari (Worthington et al., 2003). Agama menunjukkan komitmennya terhadap kelompok agama sebagai kekuatan budaya (Delener, 1990). Komitmen seseorang terhadap agamanya, seperti sikap dan perilaku, mencerminkan ketaatannya pada agamanya (Johnson et al., 2001).

Agama memiliki arti kesalehan, ortodoksi, iman, keyakinan, keadilan dan ketaatan (Bjarnason, 2007). Komitmen keagamaan menunjukkan sejauh mana seseorang mengamati nilai-nilai agama, kepercayaan dan adat istiadat mereka dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari (Worthington et al., 2003). Pandangan dunia jelas menunjukkan bahwa agama itu suci dan dianggap penting (Rehman & Shabbir, 2010). Agama memberi setiap orang percaya seperangkat keyakinan yang unik, termasuk seperangkat sistem yang menjangkau jauh, pandangan sakral, ritual, gaya hidup, pandangan dunia dan nilai-nilai berikutnya, serta

komunitas keyakinan yang dianggap penting (Mathras et al., 2016). Agama menjelaskan nilai kehidupan, dan nilai kehidupan akan tercermin dalam nilai dan sikap manusia (Vitell, 2009).

Ekonomi Islam melingkupi "tiga sektor ekonomi" dimana ketiga sektor ini akan dipercaya untuk bekerja sama: (i) Sektor Swasta, dimotivasi oleh keuntungan, "Pasar", (ii) Sektor Altruistik, dimotivasi oleh nilai-nilai moral dan kesejahteraan sosial rakyat, tanpa motif keuntungan, yaitu "Relawan", dan (iii) Sektor Publik, "Pemerintah atau Negara". Semua sektor ini akan bekerja sama dalam batas-batas; hak kepemilikan pribadi, tanggung jawab sosial, mekanisme penetapan harga, dan undang-undang pasar yang akan bekerja dalam batas-batas yang koheren. Melayani kepentingan pribadi akan ditekankan pada kewajiban moral dan penegakan moral persaudaraan (BHAT, 2016).

Islam berarti penyerahan mutlak kepada Tuhan Sang Pencipta. Sumber kekuatan dalam Islam adalah Allah dan semua ciptaan-Nya. Sistem kehidupan Islam disebut Syariah, kunci kebijakan Islam sebagai bentuk kepatuhan dan keberhasilan dengan kehendak Tuhan. Islam menyatakan hal-hal yang terlarang untuk dilakukan dan hal-hal yang diperbolehkan disebut halal (Aydin, 2013). Melanggar nilai-nilai Islam disebut kejahatan, sedangkan pendapatan melalui syariah halal dianggap sebagai ibadah. Praktik riba seperti bunga di perbankan dilarang dalam Islam dan Muslim

tidak oleh mendapatkan penghasilan dengan membebaskan bunga.

Selain itu, Islam melarang memperoleh keuntungan yang tidak wajar dari transaksi bisnis dan melarang penumpukan kekayaan (Nasr, 2006). Islam mengajarkan untuk tidak memisahkan antara agama dari aspek kehidupan lainnya yang kontradiktif. Relevansi dan sentralitas Islam bagi umat Islam tidak terikat oleh periode waktu dalam evolusi manusia tetapi memiliki nilai, standar, dan kriteria yang mutlak. Agama bukanlah ciptaan manusia dari, dan untuk, manusia, tetapi representasi cara hidup sepanjang masa. Istilah yang digunakan untuk menyebut agama dalam Al-Qur'an adalah din dan tidak membatasi diri pada ritual dan kepercayaan pribadi atau dogma tetapi mengatur semua aspek kehidupan (Haneef, 1997).

Sumber Penghasilan yang dilarang oleh Islam meliputi: Suap (Al-Baqarah: 188), merampas milik orang lain (Al-Baqarah: 188), penipuan (Al-Imran: 161), mencuri dan merampok (Al-Maida: 38), pendapatan dari sumber Vulgar (Al-Nur: 19), perjudian (Al-Maida: 90), anggur dan bisnisnya (Al-Maida: 90), bunga tabungan (Al-Baqarah: 275) (Shaikh, 2011). Tujuan Ekonomi dalam Islam (maqashid al-Shari'ah), berdasarkan immaterial. Namun lebih didasarkan pada konsep kesejahteraan manusia (falah) dan kehidupan yang baik (tayyibah) yang mengutamakan persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi yang memberikan kepuasan yang seimbang antara kebutuhan material

dan spiritual seluruh manusia (Chapra, 1995).

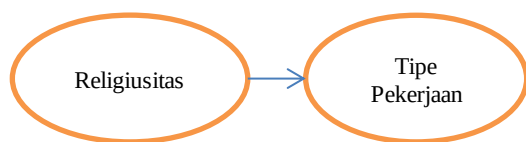
Perspektif syari'at seorang muslim dalam melakukan kegiatan ekonomi adalah upaya memelihara kemaslahatan. Kegiatan ekonomi yang mengandung kemaslahatan bagi umat Islam yang disebut dengan kebutuhan (needs) adalah sesuatu yang harus dipenuhi. Perspektif Islam yang ada adalah memenuhi kebutuhan bukan memuaskan keinginan. Kegiatan ekonomi dalam perspektif Islam tidak memerintahkan manusia untuk mencapai segala keinginan dan keinginannya. Memaksimalkan kepuasan bukanlah nilai dalam perilaku konsumsi Ekonomi Islam, karena bertentangan dengan konsep masalah dan justru membawa manusia pada peradaban materialistis (Haneef, 1997; Raysuni, 2013).

Pemahaman agama membuat orang-orang dalam kelompok "hijrah" meninggalkan kegiatan yang dilarang dan lebih memilih untuk mentaati ajaran Islam. Sebagaimana dipahami bahwa Allah tidak membuat hukum tetapi untuk tujuan kemaslahatan dunia dan akhirat agar manusia mendapatkan kesejahteraan dan keamanan. Ajaran tentang hijrah dinyatakan dalam Al-Qur'an Sura An-Nisa berbunyi: "Dan barang siapa berhijrah di jalan Allah, dia akan memiliki banyak kesempatan dan kelapangan rezeki di bumi. Dan siapa pun yang keluar dari rumahnya berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya kemudian meninggal, dicatat pahalanya, dan Allah Maha

Pengampun lagi Maha Penyayang" (QS,4:100). Hijrah saat ini tidak lagi diartikan sebagai pindah tempat tetapi telah dimaknai sebagai perubahan dari sikap dan perilaku yang buruk menjadi perilaku taat kepada perintah Allah. Sesuai dengan ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual penelitian ini hanya melibatkan dua variabel penelitian, dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 1, dalam penelitian ini memiliki hipotesis, yaitu hipotesis Null yaitu menjelaskan bahwa tidak ada kovarians antara religiusitas dan tipe pekerjaan, sedangkan Hipotesis Alternatif menjelaskan ada kovarians antara keduanya.

METODE PENELITIAN

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari hasil kuesioner. Kuesioner yang dirancang untuk dapat mengukur variabel penelitian seperti perilaku adalah dengan menggunakan skala likert 1-5. Adapun pernyataan yang bersifat perilaku dinyatakan dengan: 1. Tidak pernah 2. Jarang 3. Kadang-kadang 4. Sering 5. Selalu.

Data diolah dengan teknik statistik Structural Equation Modeling (SEM) yang paling umum

digunakan dalam ilmu perilaku. Teknik ini dapat menjelaskan keseluruhan hubungan antar variabel dalam penelitian (Jöreskog et al., 2016). Sampel yang dibutuhkan dalam analisis SEM adalah 5-10 kali jumlah variabel parameter, yang dapat disesuaikan dengan jumlah variabel parameter. Penelitian ini memiliki 20 variabel parameter, sehingga sampel yang diambil adalah $20 \times 10 = 200$, uji Chi-Square pada SEM sangat sensitif terhadap jumlah sampel, dengan jumlah sampel berkisar antara 100-200 sampel untuk teknik estimasi yang maksimal dapat dilakukan (Jöreskog et al., 2016).

Penelitian ini dilakukan di ibu kota provinsi Sumatera Barat, yaitu Kota Padang. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Dari keseluruhan total penduduk Sumatera Barat, 98% penduduknya memeluk agama Islam. Hal ini diabadikan dalam falsafah budayanya "adat basandi syara', syara' basandi Kitabullah", falsafah ini berarti pedoman hidup, adat budaya dan agama yang bersumber dari satu pedoman yaitu melalui kitab suci Al-Qur'an yang merupakan pedoman hidup. pedoman untuk hidup. dasar budaya Minangkabau. Kota Padang memiliki luas wilayah 694,96 km² yang terdiri dari 11 kecamatan. Kecamatan terluas adalah Kecamatan Koto Tengah (232,25 km²) dengan luas sepertiga luas Kota Padang, sedangkan kecamatan dengan luas terkecil adalah Kecamatan Padang

Barat (7 km²). Jumlah sampel yang diambil di setiap kecamatan dibagi secara proporsional sesuai dengan jumlah penduduk per kecamatan.

Untuk membandingkan tingkat keyakinan agama yang berbeda, hasil studi pada elemen ini akan menunjukkan kesimpulan inferensial bagi populasi. Penduduk golongan hijrah (N1= 7.771 jiwa) adalah strata 1 dan Penduduk golongan non-hijrah (N2 = 223.561) strata 2 berdasarkan data statistik BPS Kota Padang, Sumatera Barat tahun 2019 tentang jumlah tenaga kerja di sektor tenaga kerja/karyawan/karyawan.

Sedangkan untuk data N1 orang yang hijrah diperoleh dari keanggotaan di berbagai kelompok Hijrah yang ada di kota Padang. Kami mengambil sampel dari individu dengan keyakinan agama yang lebih tinggi (yaitu, orang-orang yang termasuk dalam kelompok hijra dan orang-orang dari kelompok non-hijrah, dari orang-orang biasa dengan standar usia yang sama) untuk mengharapkan kelompok Ada 210 sampel dalam hijra dan 210 sampel pada kelompok non-hijrah, sehingga jumlah sampel menjadi 420 sampel

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Freq	Persentase	Cum.
<i>Jenis Kelamin</i>			
Laki-laki	350	83.33	83.33
Perempuan	70	16.67	100.00
<i>Usia</i>			
16 – 24	10	2.38	2.38
25 – 34	126	30.00	32.38
35 – 49	234	55.71	88.10
50 – 64	42	10.00	98.10
>65	8	1.90	100.00
<i>Pekerjaan</i>			
Wirausaha	224	53.33	53.33
Karyawan Swasta	70	16.67	70.00
ASN	42	10.00	80.00
Profesional	28	6.67	86.00
Pedagang	56	13.33	100.00

Sumber: Data diolah

Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa 53,33 persen dari total sampel memilih pekerjaan sebagai wiraswasta, sedangkan yang memilih sebagai pegawai swasta 16,67 persen, pegawai negeri 10 persen profesional 6,67 persen dan pedagang 13,33 persen. Terlepas dari profesi responden, kita akan melihat kriteria jenis pekerjaan yang

dilakukannya menurut tingkat religiusitasnya.

Secara konseptual, semua variabel dijelaskan dalam diagram jalur dan dijelaskan oleh model struktural dan pengukuran. Langkah ini merupakan proses penting yang dapat dilakukan dengan program Stata 14.0 sebagai alat analisis. Diagram jalur dibuat setelah melakukan kajian teoritis

sehingga hipotesis disajikan secara visual dan skema pengukuran dilakukan sesuai dengan acuan teori. Langkah ini merupakan proses penting yang dapat dilakukan dengan program Stata 14.0 sebagai alat analisis. Hubungan asosiatif dan prediktif antara variabel laten dan variabel yang diamati ditunjukkan oleh panah yang menggambarkan hubungan antara semua variabel.

Hubungan yang ditunjukkan dalam diagram jalur dimasukkan ke dalam persamaan linier yang menghubungkan dan juga mendefinisikan model pengukuran. Tahap spesifikasi model bertujuan untuk memberikan identifikasi dan estimasi yang menegaskan instruksi dari alat analisis dan menghasilkan model yang direpresentasikan dalam model struktural dan pengukuran.

1. Model Struktural

Model struktural memiliki variabel eksogen (independen) dan variabel endogen (dependen). Variabel eksogen dilambangkan dengan (ξ) sedangkan variabel terikat (endogen) dilambangkan dengan (η). Tanda panah dari variabel eksogen ke variabel endogen lain atau variabel endogen dilambangkan dengan (γ). Epsilon atau kesalahan (ϵ) yang dimasukkan untuk setiap persamaan mewakili jumlah kesalahan spesifikasi dan kesalahan pengukuran acak.

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_3 \xi_2 + \epsilon_1$$

$$\eta_2 = \beta_1 \eta_1 + \gamma_2 \xi_1 + \gamma_4 \xi_2 + \epsilon_2$$

2. Model Pengukuran

Adapun pengukuran masing-masing variabel:

a. Exogenous Variable

$$x_{11} = \lambda_{11} \xi_1 + \epsilon_{11}$$

$$x_{21} = \lambda_{21} \xi_1 + \epsilon_{21}$$

$$x_{31} = \lambda_{31} \xi_1 + \epsilon_{31}$$

$$x_{41} = \lambda_{41} \xi_1 + \epsilon_{41}$$

$$x_{51} = \lambda_{51} \xi_1 + \epsilon_{51}$$

$$x_{61} = \lambda_{61} \xi_1 + \epsilon_{61}$$

b. Endogenous Variable

$$x_{321} = \lambda_{321} \xi_2 + \epsilon_{321}$$

$$x_{322} = \lambda_{322} \xi_2 + \epsilon_{322}$$

$$x_{323} = \lambda_{323} \xi_2 + \epsilon_{323}$$

Tujuan utama dari teknik SEM adalah untuk menganalisis teori yang berlaku, kemudian menghasilkan model teoritis yang signifikan secara statistik yang diinterpretasikan secara praktis dan substantif dengan menggunakan kriteria model fit atau goodness of fit (Schumacker & Lomax, 2010). Semakin baik goodness of fit, semakin kuat peluang konfirmasi hipotesis yang mewakili hubungan antar variabel (Byrne, 2010). Jika nilai kedua matriks lebih dekat, semakin baik. Model tersebut dapat dinyatakan model fit (Huber, 2016). Berbagai tindakan yang dirancang untuk menilai kesesuaian model terdiri dari:

- a. Likelihood Ratio Chi-squared Test (χ^2_{ms})
- b. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
- c. Akaike's Information Criterion (AIC) Swartz's Bayesian
- d. Information Criterion (BIC)
- e. Comparative Fit Index (CFI)
- f. Tucker-Lewis Index (TLI)
- g. Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)
- h. Coefficient of Determination (R^2)

Model dikatakan fit jika salah satu ukuran absolut seperti (Chi-

square, SRMR, RMSEA) dan salah satu ukuran perbandingan (CFI, TLI) terpenuhi, maka model tersebut dapat dikatakan fit (Malhotra, 2010).

Uji validitas dan reliabilitas indikator pembentuk konstruk laten dengan menggunakan confirmatory factor analysis (CFA) perlu dilakukan untuk memastikan model terhindar dari kesalahan pengukuran dengan loading factor. Semakin besar nilai loading factor menunjukkan bahwa indikator tersebut semakin baik dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika nilai loading factor $> 0,5$ maka indikator tersebut dinyatakan valid (Hair Jr, 2014).

Validitas item pertanyaan ditentukan berdasarkan besarnya loading factor (λ), jika besaran loading factornya $> 0,70$ maka butir soal tersebut dinyatakan valid. Reliabilitas butir soal (δ) dihitung berdasarkan rumus: $1 - \lambda^2$ jika nilainya $> 0,50$. Indikator dianggap valid jika hasil pengujian menunjukkan signifikansi dan memiliki nilai variance extract (AVE) $> 0,50$. maka indikator soal

dinyatakan valid. Validitas konstruk ditentukan berdasarkan rumus:

$$AVE = \frac{\sum \lambda^2}{(\sum \lambda)^2 + \Sigma^e}$$

Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah jika nilai reliabilitas konstruk $CR > 0,70$ maka butir-butir pertanyaan dalam angket dinyatakan reliabel. Reliabilitas menguji bagaimana suatu alat ukur dapat menunjukkan hasil yang hampir sama jika subjek yang sama diukur ulang. Keandalan dijelaskan berdasarkan rumus:

$$CR = \frac{(\Sigma \lambda)^2}{(\Sigma \lambda)^2 + \Sigma^e}$$

PEMBAHASAN

Secara khusus, bagian ini berisi uraian tentang data yang dikumpulkan dan hasil analisis statistik dalam bentuk tabel, gambar, grafik untuk mempermudah penyajian data. Hasil penelitian terhadap 200 responden membuktikan bagaimana ritualitas mempengaruhi alokasi waktu. Dijelaskan dalam tabel 2:

Tabel 2: Covariance of Rituals with Time Allocation

	Coef	Std. Err	z stat.	P> z .	[95% Conf. Interval].	
Structural						
Jenis Pekerjaan	1.42025	.0758259	18.73	0.000	1.271634	1.568866
<- Religiusitas						

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 2, model Struktural dapat dijelaskan bahwa koefisien dibagi std. kesalahan menghasilkan statistik z sebesar 18,73. maka kita mendapatkan hasil dari $P > |z|$ sebagai nilai probabilitas

0,000 maka nilai probabilitas yang dihasilkan sangat kecil yaitu $< 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas mempengaruhi tipe pekerjaan secara positif dan signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini memutuskan untuk

menolak hipotesis null dan menerima hipotesis alternative, karena ada kovarians dengan nilai positif dan signifikan antara ritual dan tipe pekerjaan.

Setelah mengestimasi parameter model, dilanjutkan dengan menentukan kesesuaian data dengan model. Untuk melihat seberapa jauh data sampel dapat mendukung model teoritis. dengan melakukan beberapa uji kesesuaian model secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah goodness of fit (GOF). Dalam analisis SEM, ada banyak kriteria untuk model fit

index. Untuk menganalisis pemahaman secara statistik dan substantif model yang dijelaskan dalam teori (Schumacker & Lomax, 2010). Informasi tentang ukuran model fit sangat dibutuhkan dalam analisis SEM karena menjelaskan sejauh mana model secara keseluruhan cocok dan dapat diterima untuk data yang diperoleh (Sreejesh.S & Sanjay, 2013). Berikut ringkasan beberapa model fit (fit index) yang diperoleh dari hasil penelitian menggunakan program Stata 14.0:

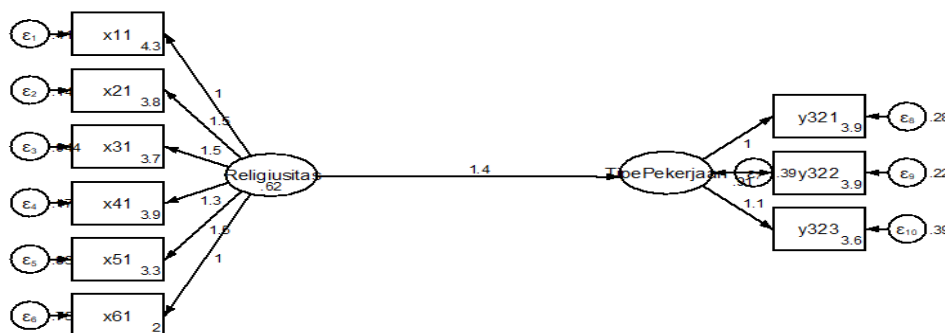
Tabel 3: Result of Goodness of Fit

Fit statistic	Value.	Description.
Likelihood ratio		
chi2_ms(80).	536.217	model vs. saturated.
p > chi2.	0.000	
chi2_bs(120).	4910.034	baseline vs. saturated.
p > chi2.	0.000	
Population error		
RMSEA.	0.216	Root mean squared error of-
90% CI, lower bound.	0.200	approximation.
upper bound.	0.232	Probability RMSEA. <= 0.05
pclose.	0.000	
Information criteria		
AIC.	8117.849	Akaike's information criterion.
BIC.	8230.976	Bayesian information criterion.
Baseline comparison		
CFI.	0.895	Comparative fit index.
TLI.	0.855	Tucker-Lewis index.
Size of residuals		
SRMR.	0.043	Standardized root mean-
		squared residual.
CD.	0.983	Coefficient of determination.

Data: diolah

Untuk menemukan model yang lebih fit, dapat dilakukan melalui proses pembentukan model yang dimodifikasi (Hoyle, 1994). Hasil goodness of fit pada bagian sebelumnya telah melalui tahap

modifikasi model, dengan menggunakan metode indeks modifikasi pada program STATA 14.0. Berikut diagram jalur keluaran hasil dari modifikasi model.



Gambar 1: Full Structural Model

Berdasarkan Gambar 1 diagram jalur menunjukkan bahwa terdapat kovarians antara error terms masing-masing variabel manifes, dimana pengaruh dan arah hubungan ditunjukkan pada nilai probabilitas $P > |z|$ dan arah hubungan dapat dilihat pada nilai koefisiennya. Dari diagram jalur hasil solusi standar terlihat bahwa hampir semua parameter dalam model signifikan, dilihat dari nilai probabilitas $< 0,05$. Setelah melalui beberapa tahapan statistik, diperoleh persamaan struktural sebagai berikut:

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \varepsilon_1$$

$$\text{Tipe Pekerjaan} = 1,4 * \text{Religiusitas} + \varepsilon_1$$

Interpretasi: Tipe pekerjaan secara langsung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel Religiusitas.

Adanya perbedaan tingkat religiusitas diartikan juga sebagai perbedaan pemahaman tidak hanya dalam ritualitas beribadah namun juga perbedaan dalam penerapan kehidupan perekonomiannya. Dengan berpegang teguh kepada prinsip aqidah Islam. Individu yang religius akan mengorbankan pekerjaan ataupun penghasilan yang mungkin menjanjikan suatu keuntungan yang lebih secara materi. Demi menjalani hidup yang

sesuai dengan syariat. Terbukti dari hasil olah data terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas dan perilaku ekonomi terhadap produktifitas dengan arah pengaruh yang negatif. Diartikan bahwa jika terjadi peningkatan terhadap religiusitas dan perilaku ekonomi mengakibatkan terjadinya penurunan terhadap produktifitas.

Ilmuwan sosial berpendapat bahwa kita harus mengevaluasi peran budaya lebih dalam untuk menjelaskan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Landes, 1998; Norris & Inglehart, 2004). Ilmuwan sosial berpendapat bahwa kita harus mengevaluasi peran budaya lebih dalam untuk menjelaskan ekonomi suatu negara. pertumbuhan dan sebagai ekonom, harus memperhatikan konsekuensi moral dari pertumbuhan ekonomi (B. M. Friedman, 2005). Yang lain berpendapat bahwa budaya, dan institusi, termasuk agama, perlu dipelajari bersama dengan evolusi pasar dan evolusi moral (Bowels, 1998; D. Friedman, 2008).

Penelitian sebelumnya telah meneliti religiusitas yang dikaitkan dengan salah satu variabel dalam perekonomian. Namun penelitian

ini mencoba untuk mengevaluasi pengaruh nilai-nilai agama yang terkait dengan ibadah ritual dan menggabungkannya dengan tipe pekerjaan, beberapa aspek variabel ekonomi tersebut diuji secara simultan melalui pemodelan persamaan struktural.

Sistem ekonomi yang berdasarkan ketaatan dalam beragama ini sudah ada sejak manusia mengenal teologi dalam kehidupannya. Dari sini kemudian berkembang dan melahirkan kehidupan sosial, termasuk dalam bidang ekonomi. Ekonomi Spiritual juga merupakan bagian dari aliran ekonomi normatif, yaitu aturan ekonomi yang mensyaratkan bahwa setiap transaksi ekonomi memuat nilai moral dan etika yang juga memiliki arti melibatkan aturan Tuhan sebagai pengawas dalam sistem pelaksanaan ekonomi.

PENUTUP

Kesimpulan

Perbedaan tingkat religiositas tersebut ditandai dengan ketaatan seseorang dalam menjalankan ritual ibadah yang diatur dalam agamanya. Terbukti dari hasil pengolahan data terdapat pengaruh positif yang signifikan antara religiositas terhadap tipe pekerjaan. Artinya tipe pekerjaan seseorang tergantung pada pemahaman agamanya. Semakin religius seseorang maka mereka akan selektif dalam memilih pekerjaan yang sesuai dengan syariat agama Islam.

Saat ini, arus ekonomi perekonomian global adalah arus ekonomi positif. Merupakan aliran

ekonomi yang melahirkan aturan-aturan ekonomi yang didasarkan pada keuntungan material (keuntungan). Ekonomi spiritual diakui kembali sebagai jawaban atas kegagalan sistem ekonomi positif atau konvensional (kapitalis-neoliberal) yang berkembang pesat sejak abad 18 dan 19. Ekonomi spiritual telah menjadi antitesis dari ekonomi positif. Apalagi sejak memasuki abad 21, ekonomi spiritual kembali berkembang pesat dan bersiap untuk memposisikan kembali mainstream ekonomi global secara perlahan tapi pasti. Pada abad ini juga di negara-negara yang semula mendukung bahkan menjadi basis sistem ekonomi konvensional (kapitalis dan neoliberal) mulai beralih ke sistem ekonomi spiritual, terutama negara-negara yang mayoritas memiliki keyakinan agama yang kuat.

Saran

Perbedaan pemahaman agama tidak hanya dalam ritual peribadatan tetapi juga perbedaan dalam segala aspek kehidupan, termasuk pencapaian ekonomi. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip Islam, pekerja muslim yang taat beragama dan taat beribadah akan mampu menyeleksi pekerjaan yang dijalannya dalam rangka mencari rezeki yang halal dan baik. Jangan sampai rezeki yang di berikan kepada keluarganya merupakan hasil dari pekerjaan yang dilarang dalam agama Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Allport, G. W. (1965). *The Individual*

- and His Religion* (Collier-Ma). The Macmillan Company, New York. <https://www.pdfdrive.com/the-individual-and-his-religion-a-psychological-interpretation-d187962699.html>
- Aydin, N. (2013). Redefining Islamic Economics as a New Economic Paradigm. *Islamic Economics Studies*, Vol.21, 1–34. <http://www.irti.org/English/Research/Documents/IES/024.pdf>
- BHAT, N. N. (2016). the Economic Thought of Khurshid Ahmad. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 3(2), 1–1. <https://doi.org/10.15238/tujise.2016.3.2.1-11>
- Bjarnason, D. (2007). Concept analysis of religiosity. *Home Health Care Management and Practice*, 19(5), 350–355. <https://doi.org/10.1177/1084822307300883>
- Bowels, S. (1998). Endogenous Preferences: the cultural consequences of markets and other economic institutions. *Journal of Economic Literature*, 36(March), 75–111.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS* (2nd ed.). Taylor & Francis Group. <http://crispindia.org/wp-content/uploads/2016/11/Structural-equation-modeling-with-AMOS.pdf>
- Chapra, M. U. (1995). Islam and the Economic Challenge. In *The Islamic Foundation The International institute of Islamic Thought* (17th ed.). International Islamic Publishing House I.I.P.H. [http://eprc.sbu.ac.ir/File/Article/Islam and the Economic Challenge_93524.pdf](http://eprc.sbu.ac.ir/File/Article/Islam%20and%20the%20Economic%20Challenge_93524.pdf)
- Cosgel, M. M. (1993). Religious culture and economic performance: agricultural productivity of the Amish, 1850–80. *Journal of Economic History*, 53(2), 319–331. <https://doi.org/10.1017/S0022050700012948>
- Delener, N. (1990). The effects of religious factors on perceived risk in durable goods purchase decisions. *Journal of Consumer Marketing*, 7(3), 27–38. <https://doi.org/10.1108/EUM000000002580>
- Essoo, N., & Dibb, S. (2004). Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. *Journal of Marketing Management*, 20, 683–712. <https://doi.org/10.1362/0267257041838728>
- Fam, K. S., Waller, D. S., & Erdogan, B. Z. (2002). The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products. *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 537–555. <https://doi.org/10.1108/03090560410529204>
- Friedman, B. M. (2005). *The Moral Consequences of Economic Growth*. Vintage Books.
- Friedman, D. (2008). *Moral and Market: An Evolutionary Account of the Modern World*. (1st ed.). Palgrave Macmillan.
- George, L. K., Larson, D. B., Koenig, H. G., & McCullough, M. E. (2000). Spirituality and health: What we know, what we need to know. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(1), 102–116. <https://doi.org/10.1521/jscp.2000.19.1.102>
- Hair Jr, J. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Pearson Education Limited (ed.); 7th ed.). <https://files.pearsoned.de/inf/ext/9781292035116>
- Haneef, M. A. M. (1997). Islam , the Islamic Worldview , And Islamic Economics. *IJUM Journal of Economics & Management*, 5(1),

- 39–65. <http://lib.iiu.edu.my/mom2/cm/content/view/view.jsp?admin=1&key=A51jqy6w33wLSxc4XQcJ4NYpGJyYBqbX20070328151304984>
- Hoyle, R. H. (1994). Introduction to the Special Section: Structural Equation Modeling in Clinical Research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 62*(3), 427–428. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.62.3.427>
- Huber, C. (2016). Introduction to Structural Equation Modeling. *Applied Structural Equation Modeling Using AMOS, 1*–16. <https://doi.org/10.4324/9781003018414-1>
- Iyer, S. (2016). The New Economics of Religion. *Journal of Economic Literature, 1*, 1–5. https://www.researchgate.net/publication/281637625_The_New_Economics_of_Religion
- Johnson, B. R., Jang, S. J., Larson, D. B., & De Li, S. (2001). Does adolescent religious commitment matter? A reexamination of the effects of religiosity on delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency, 38*(1), 22–44. <https://doi.org/10.1177/0022427801038001002>
- Jöreskog, K. G., Olsson, U. H., & Wallentin, F. Y. (2016). Multivariate Analysis with LISREL. *Journal of Statistical Software, 78*(Book Review 1), 1–3. <https://doi.org/10.18637/jss.v078.b01>
- Kenny, A., & Kenny, C. (2006). *Life, Liberty, and The Pursuit of Utility*. Imprint Academic. https://doi.org/10.1111/j.1468-2265.2009.00564_26.x
- Khan, M. M. (2009). Shahih Bukhari. *Shahih Muslim, 149*, 24–21.
- Khraim, H. (2010). Measuring Religiosity in Consumer Research From an Islamic Perspective. *International Journal of Marketing Studies, 26*(1), 52–78. <https://doi.org/10.1108/10264116201000003>
- Landes, D. S. (1998). *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich and Some So Poor* (Vol. 34, Issue 2). W. W. Norton. <https://doi.org/10.2307/2606732>
- Malhotra, N. K. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation. In *Prentice Hall* (sixth, Vol. 31, Issue 1). Prentice Hall. <https://doi.org/10.2307/3151953>
- Mathras, D., Cohen, A. B., Mandel, N., & Mick, D. G. (2016). The effects of religion on consumer behavior: A conceptual framework and research agenda. *Journal of Consumer Psychology, 26*(2), 298–311. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.08.001>
- Mokhlis, S. (2009). Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research. *International Business Research, 2*(3), 75–84. <https://doi.org/10.5539/ibr.v2n3p75>
- Nasr, S. H. (2006). *Islamic Philosophy From its Origin to the Present*. State University of New York Press. <https://www.pdfdrive.com/islamic-philosophy-from-its-origin-to-the-present-philosophy-in-the-e16683605.html>
- Norris, P., & Inglehart, R. (2004). *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*. Cambridge University Press.
- PEW Research Center. (2008). *U.S. Religious Landscape Survey: Religious Beliefs and Practices / Pew Research Center*. <https://www.pewforum.org/2008/06/01/u-s-religious-landscape-survey-religious-beliefs-and->

- practices/
 PEW Research Center. (2012). *The Global Religious Landscape / Pew Research Center*. <https://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-exec/>
- Raysuni, A. Al. (2013). *Imam Al-Shatibi's Theory of the Higher Objectives and Intents of Islamic Law*. The International Institute of Islamic Thought (IIIT). https://www.academia.edu/7120140/Imam_al-Shatibi_s_Theory_of_the_Higher_Objectives_and_Intents_of_Islamic_Law_Ahmad_al_Raysuni
- Rehman, A., & Shabbir, M. S. (2010). The relationship between religiosity and new product adoption. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 63–69. <https://doi.org/10.1108/17590831011026231>
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginners guide to Structure Equating Modeling*. <https://doi.org/10.4324/9780203851319>
- Schumpeter, J. A. (1955). *History of Economic Analysis*. (Vol. 22). Routledge. <https://doi.org/10.2307/2626853>
- Shaikh, S. A. (2011). Proposal for a New Economic Framework Based on Islamic Principles. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1618202>
- Sood, J., & Nasu, Y. (1995). Religiosity and nationality. An exploratory study of their effect on consumer behavior in Japan and the United States. *Journal of Business Research*, 34(1), 1–9. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(94\)00015-7](https://doi.org/10.1016/0148-2963(94)00015-7)
- Sreejesh.S, & Sanjay, M. (2013). Business Research Methods. In *Business Research Methods*. <https://doi.org/10.22573/spg.020bk/s/026>
- Vitell, S. J. (2009). The role of religiosity in business and consumer ethics: A review of the literature. *Journal of Business Ethics*, 90(SUPPL. 2), 155–167. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0382-8>
- Wilkes, R. E., Burnett, J. J., & Howell, R. D. (1986). On the meaning and measurement of religiosity in consumer research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 14(1), 47–56. <https://doi.org/10.1007/BF02722112>
- Woodrum, E. (1985). Religion and economics among japanese americans: A weberian study. *Social Forces*, 64(1), 191–204. <https://doi.org/10.1093/sf/64.1.191>
- Worthington, E. L., Wade, N. G., Hight, T. L., Ripley, J. S., McCullough, M. E., Berry, J. W., Schmitt, M. M., Berry, J. T., Bursley, K. H., & O'Connor, L. (2003). The Religious Commitment Inventory-10: Development, refinement, and validation of a brief scale for research and counseling. *Journal of Counseling Psychology*, 50(1), 84–96. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.50.1.84>