

# Buku Monografi Literature Ekonomi

by Buku Monografi Literature Ekonomi Buku Monografi Literature  
Ekonomi

---

**Submission date:** 17-Jul-2021 10:15AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1620561344

**File name:** Buku\_Monografi\_Teknik\_Membuat\_Literature\_Review.pdf (2.44M)

**Word count:** 22601

**Character count:** 142542

Dr. H. Asyari, S.Ag., M.Si., CSS., CRP.



# Teknik Membuat Literature Review Bidang **Kajian Ekonomi**



**TEKNIK MEMBUAT  
LITERATURE REVIEW  
BIDANG KAJIAN EKONOMI**

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dr. H. Asyari, S.Ag., M.Si., CSS., CRP.

**TEKNIK MEMBUAT  
LITERATURE REVIEW  
BIDANG KAJIAN EKONOMI**



**TEKNIK MEMBUAT LITERATURE REVIEW BIDANG KAJIAN EKONOMI**

**H. Asyari**

Desain Cover :  
**Dwi Novidiantoko**

Sumber :  
www.shutterstock.com

Tata Letak :  
**Gofur Dyah Ayu**

Proofreader :  
**Mira Muarifah**

Ukuran :  
**vi, 105 hlm, Uk: 15.5x23 cm**

ISBN :  
**978-623-02-3077-6**

Cetakan Pertama :  
**Juli 2021**

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2021 by Deepublish Publisher**  
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH**  
**(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**  
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman  
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581  
Telp/Faks: (0274) 4533427  
Website: www.deepublish.co.id  
www.penerbitdeepublish.com  
E-mail: cs@deepublish.co.id

## **Kata Pengantar**

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah Swt. atas segala kekuatan yang telah diberikan-Nya sehingga buku ini dapat selesai disusun. Tujuan penyusunan buku ini adalah untuk membantu para mahasiswa baik strata S-1, S-2 dan S-3 dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik dalam bentuk karya ilmiah seperti skripsi, tesis dan disertasi serta jurnal dan juga membantu para peneliti dalam menyusun laporan penelitian atau dalam mempublikasikan dan menyebarluaskan hasil-hasil penelitian khususnya dalam bidang ekonomi.

Penulis sangat menyadari, buku ini masih banyak kekurangan. Penulis yakin sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan sebuah manfaat bagi pembaca terutama yang akan dan sedang menulis karya-karya akademik.

Akhirulkalimat, tak ada gading yang tak retak maka untuk penyempurnaan buku ini, segala kritikan dan saran konstruktif dari pembaca yang budiman sangatlah berguna untuk kesempurnaan buku ini.

Bukittinggi, Juni 2020

Penulis



## Daftar Isi

Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi .....	vi
<b>Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
<b>Konsep Dasar <i>Literature Review</i>.....</b>	<b>9</b>
✓ Kenapa Kita Menulis <i>Literature Reviews</i> ? .....	12
✓ Kapan Kita Menulis <i>Literature Review</i> ? .....	13
✓ Strategi Menulis <i>Literature Review</i> .....	15
✓ Proses Pengerjaan <i>Literature Review</i> .....	16
<b>Karakteristik Kajian Bidang Ekonomi.....</b>	<b>27</b>
<b>Contoh-Contoh Teknik Kerja Membuat <i>Literature Review</i>.....</b>	<b>44</b>
<b><i>Literature Review</i> sebagai Artikel (<i>Full Paper</i>) .....</b>	<b>77</b>
<b>Contoh: <i>Literature Review</i> Terpisah dari Bagian Pengantar:.....</b>	<b>84</b>
✓ <i>Literature Review</i> dari Kajian Perilaku Berorientasi Wirausaha dan <i>Religiosity</i> .....	86
✓ <i>Review literature</i> dari Kajian Perilaku Berorientasi Wirausaha dan <i>SMEs Performance</i> .....	88
✓ Perilaku Berorientasi Wirausaha dan <i>SMEs Performance</i> serta <i>Religiosity</i> sebagai Moderasi.....	90
Penulis .....	105



## **Pendahuluan**

Secara umum dan alamiah eksistensi seseorang dapat diukur melalui keberadaannya secara fisik di suatu tempat. Namun bagi insan akademik, eksistensinya selain diukur dengan keberadaan secara fisik juga dapat diukur melalui kualitas gagasan, pikiran dan ide yang disebarluaskan dan hadir dimana melampaui waktu, tempat dan ruang baik di skala lokal, nasional dan internasional. Sehingga bisa jadi secara fisik seseorang penulis, peneliti atau akademisi berada di Palembayan, sebuah nagari kecil di pedalaman di Kabupaten Agam, Sumatera Barat namun ia bisa hadir di Palembang Sumatera Selatan. Di skala internasional, seorang yang berada di Sei Puar, sebuah nagari di Kab. Agam berbatasan dengan Kota Bukittinggi namun ia bisa hadir di Singapura karena tulisan atau artikel hasil penelitiannya dibaca orang di negeri tersebut.

Untuk dapat menghasilkan karya dalam bentuk jurnal atau artikel hasil penelitian dengan baik perlu didukung oleh metode penelitian yang baik. Metode penelitian yang baik merupakan variabel input yang penting untuk menghasilkan publikasi akademik yang berkualitas. Untuk itu metode menjadi krusial dan penting dikuasai dengan baik oleh setiap akademisi, peneliti dan penulis dalam publikasi artikel penelitian atau artikel akademik.

Banyak buku-buku metode penelitian dan panduan penulisan karya ilmiah dalam berbagai ranah kajian sebagai *guideline* bagi akademisi dan peneliti telah ditulis dan diterbitkan. Setiap bidang ilmu memiliki kekhasan bidang dan menuntut kekhasan dalam gaya selingkung dalam membuat karya akademik.

Sebuah Ilmu hadir bukan dalam ruang hampa dan terisolasi dari lingkungan yang bergerak dan berkembang dinamis. Untuk itu,

metode penelitian pun harus menyahuti kedinamisan yang terjadi. Ilmu ekonomi sebagai salah satu cabang ilmu telah berkembang dengan pesat. Diawali dari Periode Zaman Pra-Klasik, Klasik Neo-Klasik, Keynes dan Neo-Keynes. Berlanjut ke berbagai mazhab atau aliran, seperti Moneteris dan Ekspektasi Rasional serta terus berkembang mengikuti berkembangnya persoalan-persoalan ekonomi yang muncul.

Teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli di setiap periode tersebut mencakup tiga alur pemikiran; *pertama*; alur mainstream yang mengusung persoalan yang berbega pada teori Ekonomi Makro dan Mikro seperti yang lazim diajarkan sekarang di berbagai level dunia pendidikan, *kedua* alur pemikiran mengikuti mazhab, seperti Mazhab Hedonisme dan Historian serta Institusionalis. Masing-masing mazhab memiliki pendekatan dan perspektif yang berbeda dalam menjelaskan persoalan atau peristiwa ekonomi yang sama. Terakhir alur pemikiran yang berkaitan dengan siklus ekonomi dan analisis jangka panjang (*long term*).

Interaksi yang dinamis dengan beraneka ragam persoalan yang dihadapi sesuai dengan masanya telah melahirkan pula tokoh-tokoh dan teori-teori yang monumental di masa tokoh tersebut untuk *overcome* masalah dan menjelaskan peristiwa-peristiwa ekonomi yang terjadi.

Masing-masing tokoh dalam ilmu ekonomi dalam menjelaskan dan menyelesaikan berbagai fenomena dan peristiwa ekonomi yang terjadi di masanya ditopang oleh pendekatan dan metode yang sekaligus menjadi ciri tokoh tersebut. Adam Smith (1723-1790) memiliki pokok pikiran yang bertumpu pada tata susunan masyarakat didasarkan pada hukum alam secara nyata dan berlaku di dalam kehidupan. Ada berbagai kerja dan spesialisasi. Pembagian hasil produksi, dan kebebasan individu serta kemandirian. Sementara Jhon Maynard Keynes (1883-1946) beserta generasi sesudahnya melakukan perumusan pemikiran yang berbeda dengan pemikiran Adam Smith yang dikenal dengan era klasik.

Keadaan depresi ekonomi sebagai kondisi yang nyata terjadi di masa Keynes terus membuat ekonomi lebih terpuruk. Kapasitas produksi tidak sepenuhnya digunakan. Pengangguran sangat tinggi. Konsumsi rumah tangga turun. Tentu kondisi ini mesti diperbaiki. Keynes hadir mengusung tiga pokok pikirannya; hasrat berkonsumsi, tingkat suku, uang berkaitan dengan likuiditas dan efisiensi marginal dari investasi modal. Tata kelola pengeluaran secara *aggregate* dan permintaan dikendalikan secara efektif.<sup>1</sup>

Lain fase dan periode lain masalah dan peristiwa ekonomi. Dalam perkembangan mutakhir dan kontemporer terdapat problem fundamental yaitu ketidakmampuan ilmu ekonomi menyelesaikan dan menciptakan harmonisasi persoalan dalam kebutuhan ekonomi manusia. Teori-teori ekonomi yang ada tidak mampu mewujudkan ekonomi yang berkeadilan dan berkeadaban. Selain itu, ilmu ekonomi saat ini tidak mampu menyelesaikan masalah ketimpangan dan kemiskinan<sup>2</sup>. Keterbatasan ilmu ekonomi ini menuai kritik dari dalam, yaitu para ahli ekonomi. Ahli ekonomi peraih Nobel dari India, Amrtya Sen<sup>3</sup> menyatakan bahwa kondisi ketidakmampuan ilmu ekonomi ini karena ilmu ekonomi yang ada selama ini mengisolasi diri dari nilai etika. Sejatinya, ilmu ekonomi peduli kepada kebersamaan dan keadilan dan pemerataan. Kepentingan bersama mendapat tempat dan dihormati. Perhatian pada etika akan menjadi ilmu ekonomi lebih pro-keadilan dan berjalan dengan baik dan produktif. Untuk itu diperlukan suatu pendekatan yang bersifat holistik, dan interdisiplin agar ekonomi berkembang lebih manusiawi dan berkeadilan serta berkeadaban<sup>4</sup>

Di dunia akademik riset-riset dilakukan secara intens dan masif untuk ikut berkontribusi dalam memberikan penyelesaian berbagai masalah ekonomi yang muncul di masa ini yang semakin kompleks. Perkembangan kehidupan ekonomi tidak berlangsung

---

<sup>1</sup> Sumitro Djajoyahadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 1991, hal: viii.

<sup>2</sup> Euis Amelia, *Keadilan Distributif Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UMKM di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo, 2009, hal: 93-95

<sup>3</sup> Amrtya Sen, *On Ethic and Economics* Oxford: Basil Baleckell, 1991, hal: 5

<sup>4</sup> Euis Amelia, hal. 93-95

secara *smooth* melainkan ada gejolak dan pasang naik (*up*) dan turun (*down*) serta masa krisis Charles P. Kindleberger menyatakan bahwa salah satu topik yang tak pernah usang di dalam ranah kajian ilmu ekonomi adalah krisis. Periode perjalanan kehidupan kita tidak sunyi dari krisis ekonomi. Kondisi ini mendapat tempat dan menjadi pusat perhatian dengan dianalisis baik dalam jangka pendek (*short term*) dan jangka panjang (*long term*)<sup>5</sup>. Variabel-variabel yang berkontribusi pada pasang naik dan turun ekonomi diteliti dan banyak dan beragama temuan diungkap.

Banyak jurnal sebagai karya akademik yang dihasilkan dari penelitian. Bagi kalangan akademik penelitian menempati tempat yang sangat penting tidak hanya bagi pengembangan ilmu tapi juga untuk promosi yang bersangkutan di dunia jabatan dan karier akademik. Selain memiliki dampak secara personal, kegiatan penelitian dan publikasi hasil penelitian juga berdampak positif bagi lembaga pendidikan tempat dosen, peneliti dan mahasiswa terafiliasi dan berkarier<sup>6</sup>.

Hasil penelitian yang dipublikasikan di jurnal bereputasi akan disitasi dan diindeks dan akan dapat menaikkan dan meroketkan reputasi personal dan lembaga peneliti dan penulis. Di antara lembaga pengindeks di tingkat nasional seperti; Portal Garuda, Indonesian Publication Index (IPI), dan Indonesia Science and Technology Index (Inasti). Di Kementerian Riset dan Teknologi (sekarang Kemendikbud) dikenal dengan SINTA (Science and Technology Index). SINTA menjadi alat pengindeks internasional sebagai arsip jurnal, buku, artikel, dan karya ilmiah lainnya. Di Kementerian Agama dikenal dengan Moraref. Moraref menghimpun banyak jurnal dengan beragama latar keilmuan yang dikembangkan oleh perguruan di bawah Kemenag RI. Lembaga pengindeks di level internasional, di antaranya adalah Web of Science (WoS) dan Scopus serta Mora Peringkat lembaga di mana dosen, peneliti dan mahasiswa terafiliasi akan naik di Webo Metric. Nama perguruan

---

<sup>5</sup> Sumitro Djajoyahadikusumo, hal: viii.

<sup>6</sup> Atmazaki, *Kiat Mengarang dan Menyuting*, Padang: Budaya. Indonesia, 2006, hal.143-145

tinggi atau lembaga tersebut akan bersinar dan tenar serta menjadi rujukan bagi banyak akademisi terkait kajian atau bidang yang dipublikasikan.

Kegiatan penelitian dan publikasi menjadi bagian penting dalam pengembangan Tridarma Perguruan Tinggi; Pendidikan dan Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian. Kegiatan penelitian meski disebut di akhir namun bukan tidak penting. Urgensi penelitian terletak pada; (1) penelitian lebih tinggi dari kegiatan pengajaran dan pengabdian (2) produktivitas lebih menjadi indikator bagi pendidikan tinggi (3) penelitian yang berkualitas diukur dengan kuantitas dipublikasi (4) penelitian berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan masyarakat<sup>7</sup>.

Khusus dalam perspektif Islam arti penting penelitian terletak pada perlunya dilakukan kajian-kajian dan penyelidikan pada pokok ajaran yang hadir bersifat memberikan prinsip-prinsip umum dibanding memberikan penjelasan mendalam dan lengkap. Terhadap hal ini dituntut upaya menggunakan daya nalar yang kuat untuk menjawab setiap persoalan yang muncul akibat perkembangan dan perubahan masyarakat (perubahan sosial). Dalam Tradisi Sejarah Islam kegiatan penelitian merupakan tradisi yang telah tumbuh dan berkembang sepanjang sejarah Islam. Imam Bukhari (194-256 H). Nama lengkap beliau adalah al Imam Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin ak Mughirah bin Bazdbah. Daerah kelahiran beliau adalah di Bukhara. Ia lahir hari Jumat, 13 Syawal 194 H. Umur 16 tahun beliau telah mendatangi dan berdiskusi dengan hampir seluruh ulama yang ada di masanya. Kepintaran beliau telah menjadikannya ulama besar dan perawi hadis tersohor dari Bukhara. Imam Bukhari telah melakukan pengembaraan yang panjang dan menghabiskan waktu bertahun-tahun untuk mendapatkan keterangan yang lengkap dari

---

<sup>7</sup> J. Gary Knowles, Ardra L. Cole & Jennifer Sumsion, *Publish or Perish: The Role and Meaning of Research in Teacher Education Institution* (Teacher Education Quarreley Journal, California Council on Education of Teacher Volume 27, No. 2 Spring. 2000)

sebuah hadis baik dari segi rawi, sanad dan matannya. Daerah yang telusuri oleh Imam Bukhari di antaranya Syam, Mesir, Suriah, Hijaz, Basrah, dan Aljazair. Penggambaran panjang ini tak sia-sia, *Kitab Hadis Shahih Bukhari* merupakan karya monumental yang sampai sekarang tak henti-hentinya dikaji dan diteliti ulang oleh ahli hadis generasi belakangan. Bak sumur, kitab ini terus ditimba sebagai referensi dalam ilmu hadis. Penulisan *Kitab Hadis Shahih Bukhari* itu sendiri menghabiskan waktu lebih kurang 16 tahun. Ahli hadis menempatkan karya beliau ini pada papan atas pada urutan buku standar hadis dalam Kutub Sittah<sup>8</sup>. Dalam menyusun kitab hadis tersebut, Imam Bukhari menggunakan metode; perbandingan dengan riwayat lainnya, menguji kekuatan dan kecukupan syarat rawi (*dhabit*, adil, dan harus pernah bertemu walau hanya satu kali—pertemuan itu harus ada bukti) dan setiap pengambil keputusan untuk memasukkan hadis ke dalam karyanya beliau melakukan salat istikharah sambil minta petunjuk kepada Allah. Selain *Kitab Hadis Shahih Bukhari*, karya lainnya yang dihasilkan adalah: (1). *Al Adab al Mufrad*, (2). *Al Jamiah al Shahih*, (3). *Al Tarikh al Shagir*, (4). *Al Tarikh al Ausath*, (5). *Al Tarikh al Kabir*, (6). *Tafsir al Kabir*, (7). *Al Musnad al Kabir* (8) *Kitabul Ilal*, (9). *Kitabul Kuna*, (10) *Usamah Sahabah*, (11). *Kitabud Dhuafa*, (12) *al Quraah Khalfu Imam*, (13). *Kitabul Asyribah*, dan (14). *Birul Walidain Ibnu Rusyd* (520–594 H), pernah meneliti tentang penyebab terjadi perbedaan pendapat tentang praktik dan pengamalan ajaran ibadah dalam Islam. Di samping itu, beliau juga melakukan kritikan terhadap alasan berbagai pendapat ulama dalam masalah pelaksanaan ibadah. Hasil penelitian dan pembahasan masalah tersebut secara lengkap ditulis oleh Ibnu Rusyd dalam *Kitab Bidayatul Mujtahij wa Nihayah al Muqtasid*<sup>9</sup>.

Hasil pemikiran ahli-ahli Islam yang dirumuskan oleh tokoh-tokohnya seperti Ibnu Taimiyah, Ibnu Rusyd, Abu Yusuf, al-Farabi dan al-Maqrizi, merupakan respons dari masalah yang muncul di

---

<sup>8</sup> Abdul Aziz Dahlan..(et.al) *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid I, Jakarta: Ictiar Baru van Hoeven,

<sup>9</sup> *Ibid.*, Jilid II, hal: 620-632

masa itu. Tokoh Ekonomi Islam yang pernah menghasilkan karya gemilang dan penelitian terhadap pemikiran mereka menarik dijadikan kajian dalam penelitian ekonomi Islam<sup>10</sup>: Abu Yusuf (w 182 H) Yahya bin Adam (w 303 H), al-Gazali (w 505 H), Ibn Rusyd (w 595 H), al-Izz bin Abdus-Salam (w 660 H), al-Farabi (w 339 H), Ibnu Taimiyah (w 728 H), al-Maqrzi (w 845 H) dan Ibnu Khaldun (w 808 H)

Publikasi merupakan salah satu cara untuk menyebarluaskan hasil-hasil riset agar dapat dikonsumsi secara lebih luas dan dirasakan manfaat banyak oleh kalangan. Kekuatan sebuah publikasi hasil penelitian terletak pada *novelty* (kebaruan) dan kontribusi yang diberikan baik secara akademik maupun secara praktis terkait tema atau topik penelitian. Untuk mendapatkan kebaruan secara akademik, peneliti atau penulis harus memberikan perhatian lebih pada riset-riset sebelum yang relevan dengan topik penelitian atau publikasi. Sehingga dapat diketahui perkembangan mutakhir kajian terkait topik (*the state of the art*). Penelusuran ini dilakukan dengan *me-review* riset-riset sebelumnya terkait pertanyaan penelitian yang diajukan, metode yang digunakan dan *evidence* yang diperoleh. *Output review* adalah jawaban apa yang sudah dikaji atau jawaban apa yang sudah tersedia dan yang belum dikaji atau belum terjawab. Kondisi ini disebut *reseacrh gap*. Di sinilah *novelty* secara akademik diperoleh. *Literature Review* menjadi penting dalam membantu peneliti atau penulis menemukannya dan menentukan *riset gap* dan mendapat *novelty* dari hasil penelitian yang dipublikasi.

Buku-buku Metode Penelitian yang hadir dan beredar luas di kalangan akademik selama ini memberikan proporsi yang sedikit terkait bahasan *Literature Review*. Bahkan ada yang belum memuat bahasan *Literature Review* sekalipun hanya sedikit. Kehadiran buku adalah ini mengisi dan melengkapi kekurangan buku-buku metode penelitian yang ada sebelumnya. Buku memberikan perhatian khusus pada hal-hwal teknik membuat *Literature Review* dalam

---

<sup>10</sup> Mozer Kahf, *Op.cit.*, hal: 45

bidang kajian penelitian atau publikasi di bidang ilmu ekonomi. Pembahasan *Literature Review* dalam buku ini adalah mencakup *Literature Review* yang dimuat dalam *paper* baik terpisah dari latar belakang (*introduction*) atau menjadi bagian dari latar belakang dan *Literature Review* sebagai sebuah *full paper* yang bersifat konseptual atau *empirical*. Buku ini menghadirkan teknik membuat *Literature Review* dengan bahasa yang mudah dipahami dan penjelasan diikuti dengan contoh-contoh agar pembaca lebih mudah memahaminya. Semoga.

**Bukittinggi, Juli 2020**

**Zulhijah 1441 H**

**Daftar Bacaan**

Abdul Aziz Dahlan,(*et al*) *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid I, Jakarta: Ictiar Baru van Hoeven.

Amrtya Sen, *On Etis and Economics*, (Oxford: Basil Baleckell, 1991

Euis Amelia, *Keadilan Distributif Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UMKM di Indonesia*, Jakarta Raja Grafindo, 2009

Atmazaki, *Kita Mengarang dan Menyunting*, Padang: Budaya. Indonesia, 2006

Euis Amelia, *Keadilan Distributif Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UMKM di Indonesia*, Jakarta Raja Grafindo, 2009

Sumitro Djajoyahadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 1991

J. Gary Knowles, Ardra L Cole & Jennifer Sumsion, *Publish or Perish: The Role and Meaning of Research in Teacher Education Institution* (Teacher Education Quartele Journal, Califronia Council on Education of Teacher Volume 27, No. 2 Spring. 2000



## Konsep Dasar Literature Review

*Literature Review* terdiri dari dua kata *literature* dan *review*. *Literature* diartikan sebagai sumber rujukan atau bacaan yang digunakan sebagai bahan atau referensi untuk menulis sesuatu subjek pembahasan. *Review* terdiri dari kata; *re* dan *view*. *Re* merupakan kata yang dipakai untuk menunjukkan atau menggambarkan perbuatan yang dilakukan secara berulang/*repeatation* (pekerjaan pernah dilakukan sebelumnya). *View* memiliki arti meninjau atau memandang. Secara bahasa *review* berarti meninjau atau memandang atau melaporkan kembali atau juga berfikir sesuatu yang sudah terjadi<sup>11</sup>.

Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut dapat dikemukakan, pandangan dari ahli, di mana *Literature Review* diartikan sebagai *overview* dari ringkasan bagian yang penting dari suatu artikel dan menampilkannya secara lebih menonjol dalam pembahasan. Pembahasan berisikan analisis dan diskusi mendalam. Sedangkan yang dimaksud *literature* adalah tulisan akademik (*scholarly paper*). *Literature Review* adalah ringkasan dari riset terdahulu atau dari *research paper* sesuai topik yang ditentukan<sup>12</sup>. Ahli lainnya, mengemukakan bahwa *Literature Review*

---

<sup>11</sup> Oxford Advanced Learner's Dictionary, USA: Oxford University Press, 1996, hal: 1007. Anson, Chris M. and Robert A. Schwegler. *The Longman Handbook for Writers and Readers*. 6th edition. New York: Longman, 2010. Jones, Robert, Patrick Bizzaro, and Cynthia Selfe. *The Harcourt Brace Guide to Writing in the Disciplines*. New York: Harcourt Brace, 1997. Lamb, Sandra E. *How to Write It: A Complete Guide to Everything You'll Ever Write*. Berkeley, Calif.: Ten Speed Press, 1998, Rosen, Leonard J. and Laurence Behrens. *The Allyn and Bacon Handbook*. 4th edition. Boston: Allyn and Bacon, 2000., Troyka, Lynn Quitman. *Simon and Schuster Handbook for Writers*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2002.

<sup>12</sup> Kokil Jadika, dkk, *Literature review writing: how information is selected and transformed*, Aslib Proceeding, A New Information Perspective, Vol.66 No.3 2013.

merupakan peninjauan atau survei atas sumber-sumber informasi atas topik tertentu. Hasil dari peninjauan sumber tersebut adalah informasi tentang teori, metode dan *reseach gap* yang sesuai dengan topik yang ditentukan<sup>13</sup>

*Literature* yang akan di-*review* dapat bersumber dari<sup>14</sup>;

#### 1. **Review Serials**

Publkasi khusus tentang hasil *review* dalam lapangan keilmuan tertentu. Biasanya diterbitkan dalam waktu tertentu dalam setahun (*year*), 4 atau 3 kali. Karya yang tergolong *serial review* ini ada 8 bentuk.

- 1.1. *Annual Review*; berisikan perkembangan keilmuan tertentu dan diterbitkan 1 tahun sekali, seperti; *Annual Review of Biology*. Bentuk Ini merupakan *review* yang diterbitkan 1 kali setahun tentang Ilmu Biologi.
- 1.2. *Advanced*; berisikan selain perkembangan keilmuan juga *critical* yang diterbitkan secara reguler dalam bentuk buku 1 kali sebulan.
- 1.3. *Journal*; berisikan *critical review* dan diterbitkan 1 atau 2 kali sebulan dan terkadang diselingi dengan terbitan khusus dengan tema terbitan khusus pula.
- 1.4. *Journal Popular*; berisikan jurnal dengan *scope* yang lebih luas dan menyediakan artikel terkait bidang tertentu, seperti; *Scientific America*.
- 1.5. *Books* terbitan tahunan; berisikan perkembangan keilmuan terutama dalam bidang yang lebih spesifik, seperti kesehatan, seperti; *book of radiology*.
- 1.6. Monograf; berisikan karya yang terbit tidak dalam waktu beraturan namun berisi tentang perkembangan keilmuan atau berisikan *milestone* (perkembangan pencapaian per tahap) sebuah pengembangan keilmuan.

---

<sup>13</sup> Tuatul Mahfud dan Setya Budhi Indarto, *Tip Jitu Menembus Jurnal Internasional Bereputasi*, Bandung Alfabet, 2021. hal:107-110

<sup>14</sup> A.M.Woodward, *Review Literature: characteristics, source and output in 1972*, Aslib Proceeding, Vol.26 No.9

- 1.7. *Essay*; bentuk yang berisikan *literature* yang hadir di kalangan audiens lebih umum dan dengan topik lebih luas dan bukan topik yang spesialis.
- 1.8. Komentar; berisikan *review* singkat dan ringkas yang diambil dari jumlah kecil paper yang diambil/dipilih.

## **2. Primary Journal**

Jurnal-jurnal diindeks oleh lembaga pengindeks ternama, seperti; ISI atau Scopus. Tulisan yang dipublikasi pada jurnal ini melalui proses *submit* dan *review* yang ketat oleh editor dan editor *in chief* serta *reviewer* jurnal yang dituju.

## **3. Conference Proceeding**

Konferensi atau seminar-seminar yang digelar untuk mendiseminasi hasil-hasil penelitian yang ditulis melalui proses *review* minimal satu *reviewer*. Tulisan atau artikel dalam *proceeding* ini berkaitan dengan lapangan keilmuan tertentu yang kemudian dipublikasikan.

Ada 3 cara *proceeding conference* ini dipublikasikan; (1) hanya memuat abstrak, (2). memuat *full paper* dengan dukungan jurnal-jurnal terbaru, (3) hanya memuat kumpulan tulisan yang telah dipublikasi.

## **4. Books**

Buku-buku ini merupakan *output* dari pekerjaan menyelesaikan studi yang telah dicetak menjadi *textbooks* namun bukan hasil dari konferensi dan bukan pula termasuk jenis serial *review* dan laporan. Ditulis dengan memakai editor dan memiliki beberapa *chapter* di dalamnya.

## **5. Report**

Berisikan perkembangan keilmuan dan penjelasan di dalamnya bersifat *critical*. Pembahasan fokus pada *issue* dan musim tertentu isu *Research & Development* (R&D).

## 6. Layanan Sumber Sekunder (*Secondary Services*)

Bentuk ini berisikan kumpulan abstrak pada bidang spesifik dari ilmu tertentu, seperti ilmu kesehatan (*nutrition*) memuat abstrak yang berjumlah 200 per-tahun. Kumpulan abstrak ini memuat perkembangan ilmu pengetahuan terkait bidang keilmuan yang menjadi *concern* layanan.

Semua *literature* di atas dapat diakses secara terbuka (*open access*) atau secara terbatas. Untuk itu ada beberapa sarana yang dapat digunakan untuk mendapatkan *literature*, seperti; katalog pustaka. Katalog ini memuat daftar buku-buku dan jurnal yang ada disimpan di perpustakaan dan dijadikan bahan untuk layanan kepada setiap pemustaka. Dapat juga diperoleh melalui mesin pencari dengan menggunakan *key word*. Sumber *databased online* ini juga memuat abstrak atau *proceeding* seminar dan juga *textbook*.

### **Kenapa Kita Menulis *Literature Reviews*?**

*Literature Review* menempati posisi penting dan krusial sebagai *guide* bagi kita penulis terkait dengan topik yang dipilih untuk diteliti atau yang dipublikasi. Sebagai penulis, kita memiliki keterbatasan waktu. *Literature Review* dapat memberikan gambaran awal terhadap topik yang diteliti/ditulis. Bagi seorang profesional mereka menggunakan *Literature Review* sebagai data *up date* di lapangan. Sedangkan bagi seorang sarjana *Literature Review* yang dilakukan dapat memberikan gambaran untuk menilai kredibilitas seorang penulis dalam lapangan atau bidang yang ditelitinya.

Menulis *Literature Review* mendatangkan beberapa kegunaan; (1) membedakan apa yang telah dilakukan/diteliti terkait dengan yang akan dilakukan (2) mengidentifikasi variabel yang relevan dengan topik (3) menyintesis satu temuan atau ide dengan lain dan untuk memperoleh perspektif baru (4) untuk merasionalkan pentingnya atau signifikannya masalah yang dikaji (5) mengidentifikasi metode atau teknik pembahasan yang telah

digunakan (6) menempatkan riset dalam konteks perkembangan keilmuan yang terjadi dan terbaru<sup>15</sup>.

### **Kapan Kita Menulis *Literature Review*?**

Karya ilmiah akademik, seperti; tesis dan disertasi atau jurnal hasil penelitian memiliki komponen *Literature Review*. *Literature Review* diharuskan ada dalam karya akademik tersebut untuk menempatkan penelitian yang sedang dilakukan ke dalam perkembangan terkini bidang ilmu pengetahuan yang relevan dengan pembahasan/topik. *Literature Review* yang di dalam tesis dan disertasi berbeda dengan yang ada di laporan penelitian dalam bentuk artikel jurnal yang dipublikasi. Pada tesis atau disertasi, *Literature Review* berisikan pembahasan yang komprehensif mencakup semua riset pada topik. Sedangkan pada artikel jurnal dalam bentuk karya akademik laporan penelitian, *Literature Review* mencakup riset yang utama saja. yang terkini dan terkait erat dengan topik. Banyak cara menempatkan *Literature Review* dalam karya akademik tersebut; dapat diletakkan pada *introduction* atau ataupun dapat dipisahkan menjadi sebuah *chapter* sebelum pembahasan metodologi dan hasil.

Ketika menulis sebuah artikel akademik dari hasil penelitian *Literature Review* menjadi penting diperhatikan. Jika kita tidak dapat memperlihatkan apa yang telah dikerjakan maka kita tidak punya kredibilitas pada sebagai peneliti untuk merekomendasikan penelitian masa depan. Dan juga jika kita tidak mampu memetakan penelitian yang ada maka untuk membangun bahan penelitian baru yang akan dilaksanakan kita tidak dapat dilakukan. Sebagai konsekuensi dari kedua hal itu maka kita tidak dapat menjustifikasi posisi riset kita di antara riset lain yang pernah dilakukan sebelumnya. Begitu pula kita tidak dapat mendeteksi *gap* riset ataupun juga kelemahan penelitian orang lain sebelumnya. Kita tidak dapat melakukan kritik dengan baik jika pemahaman kita

---

<sup>15</sup> Kokil Jadika, dkk, *Literature review writing: how information is selected and transformed*, Aslib Proceeding, A New Information Perspective, Vol.66 No.3 2013.

tentang masalah yang telah dikaji orang sebelumnya belum dipahami secara komprehensif.

*Literature Review* juga dapat menghadirkan kepada pembaca sesuatu yang bersifat *up date* terkait bidang keilmuan Ekonomi yang terjadi. Selain itu juga meninjau dengan baik berbagai literatur terkait dengan topik tertentu. Memberikan kepada pembaca untuk mendapat interpretasi dan informasi yang *fresh* serta menggunakan temuan penelitian terkini terkait topik yang diminati.

Selain itu melakukan *literature review* juga memberikan tambahan nilai sesuai dengan fokus dan aksentuasi *literature review* yang dilakukan sebagai dapat dilihat di tabel bawah ini: <sup>16</sup>

No	Fokus	Hasil Utama
1	Pengujian Empiris	Perkembangan keilmuan terkini dan. <i>Gap</i> dalam <i>literature</i> yang tersedia dalam topik tertentu
2	Metodologi	Mengungkap dominasi metode yang digunakan Peluang menggunakan metode baru
3	Teori	Mengungkap teori utama yang digunakan Kekuatan dan kelemahan teori teri yang digunakan dan hasil yang didapat
4	Gap/Kekosongan Literatur	Kekosongan utama yang terjadi dalam literatur pada topik tertentu dan menjadi agenda untuk riset mendatang

Manfaat lainnya dari melakukan *Literature Review* adalah dapat melakukan pengembangan teori dan metodologi, analisis, sintesis dan evaluasi kritis isu-isu terkini suatu topik yang dipilih atau ditentukan serta memosisikan pendekatan yang akan digunakan<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Bert Van Wee. dan David Baister, *How to Make Literature Review Paper?* Transpoer Review, 2017 Vol 36 No 2 278-288

<sup>17</sup> Tuatul Mahfud dan Setya Budhi Indarto, *Tip Jitu Menembus Jurnal Internasional Bereputasi*, Bandung Alfabet, 2021. hal:109

## **Strategi Menulis *Literature Review***<sup>18</sup>

### **1. Pengumpulan Referensi**

Untuk dapat menghasilkan *Literature Review* yang baik penting untuk dilakukan terlebih dahulu sebelum menulis *Literature Review* adalah mencari *literature* atau referensi yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti atau yang relevan dengan topik. Hal ini dapat dijadikan arah kerja dan untuk menentukan perkembangan terkini dari masalah riset yang akan diteliti dan ditulis untuk publikasi.

Setelah melakukan pengumpulan referensi, penulis dapat melakukan penulisan *Literature Review* yang merupakan fondasi dan pendukung temuan baru yang akan diperoleh dari penelitian yang telah dilaksanakan penelitian. Fokus *Literature Review* menjadi sebuah kerangka dari kajian terdahulu penelitian yang sudah dilakukan terkait topik tanpa menambah informasi selain dari kontribusi dan analisis.

### **2. Menemukan Fokus**

Untuk selanjutnya setelah dikumpulkan referensi dari beragam sumber maka perlu ditemukan topik-topik yang menjadi fokus. Namun penting diperhatikan bahwa membuat *Literature Review* bukanlah sederhana yang dibayangkan. Bukan sekadar menghimpun topik terpilih terkait dengan tema penelitian. Lebih dari itu, *Literature Review* mengungkap apa solusi yang berbeda yang ditawarkan dan apa aspek yang belum dikaji orang atau peneliti sebelumnya? Apa perbedaan yang ada dalam area topik yang diteliti. Ambillah salah satu dari persoalan itu dan jadikan tema yang fokus dalam *literature review* yang akan dibuat.

### **3. Sampaikan Fokus Itu ke Pembaca**

*Literature Review* tidak memiliki *thesis statement* tapi kita menjelaskan ke pembaca apa yang diharapkan. Tuliskan sebuah

---

<sup>18</sup> Bert Van Wee. dan David Baister, *How to Make Literature Review Paper?* Transpoer Review, 2017 Vol 36 No 2 278-288

pernyataan sederhana yang mengantarkan pembaca untuk mengetahui apa ide utama yang akan dibahas lebih lanjut.

### **Proses Pengerjaan *Literature Review***<sup>19</sup>

#### **1. Evaluasi sumber informasi**

Buku yang dijadikan sumber informasi untuk membuat *Literature Review* haruslah buku yang baik, dengan kriteria;

- 1.1.1. Relevan dengan topik yang dipilih.
- 1.1.2. Buku ditulis oleh penulis yang memiliki kredibilitas dan kapabilitas dalam bidang keilmuan terkait erat dengan topik atau memiliki pengalaman dalam bidang atau subjek yang ditulis.
- 1.1.3. Buku tersebut dipublikasi atau diterbitkan dalam rentang waktu yang tidak dan masih tergolong *up date* (minimal 5 tahun terakhir).
- 1.1.4. Disajikan menurut kaidah keilmuan dan mudah dibaca serta jelas.

Jika sumber informasi dari mesin pencari maka mesin pencari yang baik itu adalah;

- 2.1.1. *Website* dikembangkan oleh lembaga atau. pengembang *website* yang relevan dengan topik riset.
- 2.1.2. Di laman *website* selalu disajikan informasi *up date*.
- 2.1.3. Dipublikasi atau diterbitkan dalam rentang waktu yang masih *up date* (minimal 5 tahun terakhir).
- 1.4. Disajikan dengan tunduk pada kaidah keilmuan, mudah dibaca dan jelas.

2. **Pembacaan sumber-sumber informasi** yang memenuhi standar membutuhkan teknik tersendiri karena artikel akademik berbeda dengan artikel ilmiah populer (artikel umum di media massa baik online maupun cetak).

---

<sup>19</sup> Jennifer Rowly dan Frances Slack, *Conducting a Literature Review*, *Management Research News*, Vol.27 Number 6 2004.



Untuk dapat membaca dan memahami isi artikel akademik dengan baik mengharuskan kita mesti familiar dengan riset-riset terbaru terkait tema yang dibaca. Sehingga kita dapat membedakan dan sekaligus mengintegrasikan antar riset-riset yang ada dalam tema yang sama. Ada beberapa langkah yang dapat dipedomani untuk dapat membaca dan memahami artikel akademik dengan baik<sup>20</sup>:

- 2.1. Membaca pengantar (*introduction*). Bagi pembaca yang belum familiar artikel akademik sangat disarankan hindari membaca abstrak terlebih dahulu. Karena di paragraf awal abstrak merupakan poin penting artikel akademik yang sangat saintifik dengan dukungan argumen akademik. Bagi yang belum terbiasa dengan artikel akademik butuh pemahaman argumen akademik terlebih dahulu sebagai *tool* untuk dapat memahami dengan baik artikel akademik yang dibaca. Membaca artikel akademik tanpa memahami argumen akademik merupakan praktik yang *terrible* (menyeramkan). Untuk itu perlu dihindari.
- 2.2. Identifikasi pertanyaan utama. Ketika artikel akademik siap untuk dibaca maka tidak perlu ditanyakan artikel itu tentang apa namun sangat disarankan langsung ke persoalan utama apa yang ingin dipecahkan dalam artikel ini.
- 2.3. Ringkaskan latar belakang. Untuk dapat memahami dengan baik di bagian latar belakang ini maka perlu ketahui apa yang ingin dijawab. Apakah pertanyaan yang sama belum dijawab melalui penelitian-penelitian sebelumnya dan bagaimana pandangan penulis.
- 2.4. Identifikasi pertanyaan spesifik. Apa pertanyaan yang ingin dijawab penulis di artikel ini, apakah ada satu atau lebih pertanyaan? Apa hipotesis dan model test yang digunakan untuk menjawab pertanyaan.

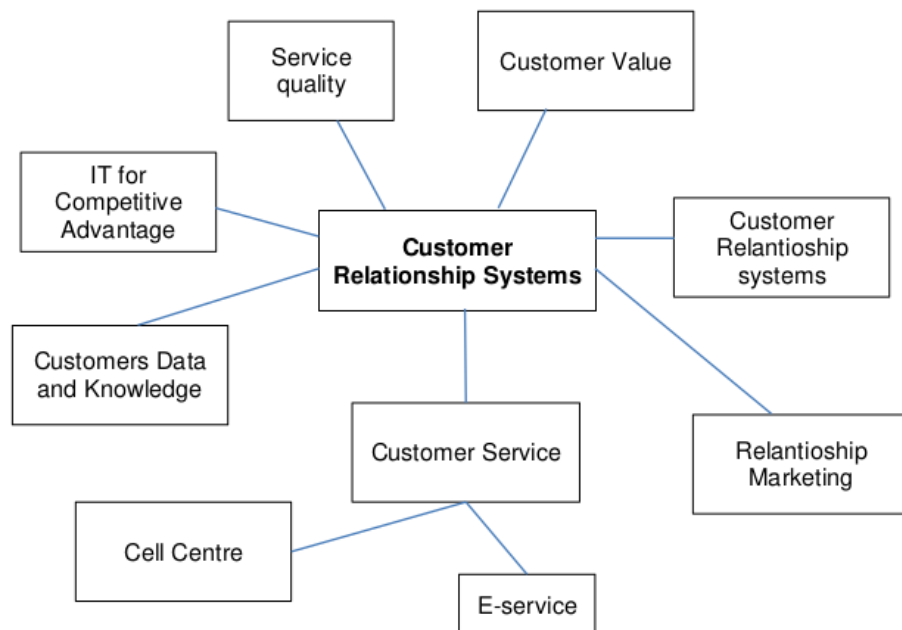
---

<sup>20</sup> Jennifer Raff, *How to Read and Understand a Scientific Paper: A Step by Step Guide for Non Saintists*, [www.huffpost.com](http://www.huffpost.com). Diakses 4 Agustus 2020, jam 14.30 Wib

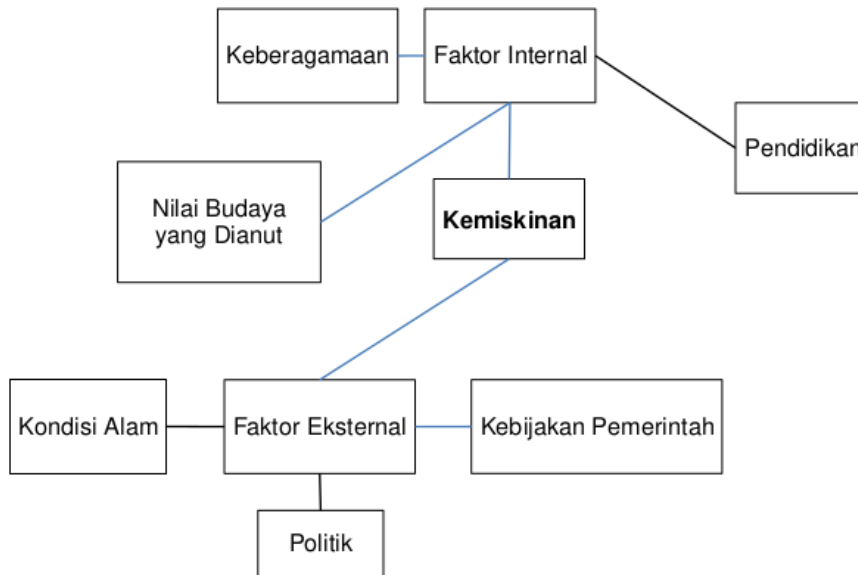
- 2.5. Identifikasi pendekatan. Perlu diketahui apa pendekatan yang dipakai oleh penulis terkait dengan upaya menjawab pertanyaan penelitian.
- 2.6. Baca bagian metode. Ketahui secara pasti metode apa yang dipakai untuk menjawab pertanyaan penelitian.
- 2.7. Baca bagian hasil.
- 2.8. Perhatikan apa isi artikel sudah menjawab pertanyaan penelitian.
- 2.9. Baca kesimpulan/diskusi dan interpretasi data
- 2.10. Kembali ke bagian awal dan abstrak
- 2.11. Temukan apa pendapat peneliti tentang temuan dari pertanyaan yang disampaikan di bagian latar belakang.

### 3. Pembangunan kerangka kerja dan *mind mapping*

**Gambar 1. Concept Map yang Berkaitan dengan Sistem Manajemen Hubungan dengan Konsumen**



**Gambar 2. Concept Map Penyebab Kemiskinan (Poverty):**



#### **4. Menulis *literature review***

Rangkaian kerja berikutnya adalah menulis *literature review*. Untuk itu pekerjaan ini diawali dengan:

- 4.1. *Scanning Documents*; mengelompokkan dokumen berdasarkan tema dan kesamaan tema. Pilih dokumen yang relevan dengan tema utama.
- 4.2. Buat catatan untuk tema utama, Perlu diingat sumber atau tempat pengambilan tema utama untuk mensitasi pada waktu penulisan.
- 4.3. Membuat struktur dalam penulisan *literature review* untuk mengorganisasikan konsep dari dokumen yang sudah terkumpul. Paling tidak sistematika *Literature Reviews* terdiri dari 3 bagian. Pertama, pengantar yang menjelaskan topik atau ide utama *literature review*, kedua, *body* yang berisikan diskusi tentang topik tersebut yang disusun secara historis atau kronologis. Jika me-*review* suatu topik dilakukan secara kronologis. Caranya dapat dengan mengurutkan waktu

secara sistematis berdasarkan tahun terbit atau tulisan tersebut dipublikasikan.

- 4.4. Tuliskan *literature review* sesuai dengan tema dan lakukan analisis yang *critical*.
- 4.5. Buat kesimpulan yang memuat dari apa yang telah didiskusikan terkait idea utama atau topik serta jelaskan apa kemungkinan diskusi berikutnya atau kemungkinan agenda riset masa depan.
- 4.5. Buat bibliografi yang dimulai sejak pekerjaan awal sampai akhir. Bagian ini berisi sumber-sumber yang disitasi untuk membuat *literature review* sesuai dengan tema.

Setelah tuntas pekerjaan membuat *literature review* alokasikan waktu untuk baca ulang dan melakukan revisi. Secara otodidak, di waktu membaca ulang, penulis dapat mengajukan pertanyaan dan menjawabnya untuk memastikan bahwa *Literature Review* yang ditulis telah baik dari sumber-sumber informasi terutama yang berasal dari jurnal. Di antara pertanyaan itu; (1) apa masalah yang dikaji peneliti, (2) apakah konsep utama yang dibicarakan dan bagaimana konsep tersebut didefinisikan, (3) apa teori utama atau model yang dibangun dalam riset, (4) apa hasil atau kesimpulan kajian atau penelitian, (5) bagaimana kaitan dengan publikasi atau tulisan lainnya, (6) bagaimana kontribusi temuan dari suatu publikasi atau tulisan berkontribusi pada topik yang dikaji, (7) apa kekuatan dan kelemahan riset tersebut.

#### **Cara menyusun *literature* yang baik dan efektif <sup>21</sup>:**

##### **1. Cari *literature* yang sesuai.**

Sebelum menyusun draf *Literature Review* penting untuk ditentukan terlebih dahulu adalah topik pilihan atau yang ditentukan untuk dibahas atau di-*review*. Karena topik yang ditentukan atau dipilih akan menentukan *literature* atau sumber yang akan kita cari. Kata kunci dari topik yang dipilih harus juga ditetapkan agar

---

<sup>21</sup> Tuatul Mahfud dan Setya Budhi Indarto, *Tip Jitu Menembus Jurnal Internasional Bereputasi*, Bandung Alfabet, 2021. hal:110-115

pencarian *literature* lebih jelas, fokus dan tidak melebar. Menurut Reitz<sup>22</sup> kata kunci (keyword) adalah kata atau frase yang menonjol (*significant*) pada judul, tajuk subjek, catatan isi, abstrak atau teks. Kata kunci dapat dimanfaatkan untuk pencarian dalam menemukan seluruh cantuman yang memuat kata kunci tersebut.

Ada beberapa sumber yang dapat digunakan untuk mencari *literature* untuk tema penelitian ekonomi:

**a. DOAJ (Directory of Open Access Journals)**

DOAJ merupakan sebuah situs yang memuat direktori jurnal dan artikel ilmiah bidang ekonomi dan lebih dari 3 juta artikel tersimpan pada situs ini.

**b. Microsoft Academic**

Situs yang menawarkan akses pada jurnal ilmiah ini menyediakan data jurnal dengan bahasa Indonesia dan juga bahasa Inggris termasuk bidang ekonomi. Dapat diakses link

**c. Academia.edu**

Situs ini dikenal di kalangan akademisi untuk berbagi hasil penelitian tak terkecuali juga terdapat bidang ekonomi. Untuk mendapatkan jurnal pada situs ini Anda harus memiliki akun di dalamnya dengan mendaftar dan sinkron dengan akun Google atau Facebook.

**d. Research Gate**

Research Gate ini adalah platform media sosial bagi peneliti dalam berbagai bidang ilmu dan termasuk ilmu ekonomi serta juga memuat forum diskusi dengan melibatkan peneliti dari seluruh dunia. Terdapat beberapa publikasi di platform ini membutuhkan izin dari pemiliknya jika akan digunakan.

**e. Google Scholar**

Google Scholar ini sangat familiar dan mudah serta dapat dikatakan paling mudah dan banyak diakses. Situs ini menyajikan berbagai macam paper, tesis, jurnal, artikel, *electronic books (ebook)*, dan literatur ilmiah dalam bidang ekonomi secara gratis.

---

<sup>22</sup> Reitz, Joan M. (2012) Online dictionary for library and information science. <http://www.abc-clio.com/ODLIS/>[Diakses 25mei 2021].

- f. **ProQuest**  
ProQuest sebagai pangkalan data menyediakan banyak sumber artikel dan jurnal ilmiah dalam disiplin ilmu ekonomi.
- g. **Ebsco**  
Ebsco ini situs ilmiah dalam pencarian referensi ilmiah dari berbagai interdisipliner termasuk juga ilmu ekonomi.
- h. **ScienceDirect**  
*Website* menyimpan dan menghidangkan ragam artikel ilmiah dengan akses yang berbayar termasuk artikel bidang ilmu ekonomi.
- i. **E-resources.perpusnas.go.id**  
Situs ini milik Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (PNRI) dan dapat diakses di mana pun oleh berbagai kalangan akademik dengan ragam keahlian.
- j. **LIPI.go.id**  
Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia sebagai lembaga pemerintah non kementerian menyediakan jurnal ekonomi yang bisa diunduh gratis dan berbahasa Indonesia.
- k. **ijern.com**  
Situs ini adalah Kontemporer Research Center (CRC Publications) yang menyediakan informasi akademik dalam bidang ilmu ekonomi bagi para peneliti dan akademisi.
- l. **Freefullpdf.com**  
Platform pencarian khusus untuk menemukan paper atau publikasi termasuk bidang paper ekonomi.
- m. **Citeseer <http://citeseer.ist.psu.edu/>.**  
Media ini merupakan mesin pencari publik dan perpustakaan digital untuk jurnal karya ilmiah, paper dan akademik, terutama dalam ilmu pengetahuan secara umum yang memuat bidang ekonomi.
- n. **PubMed Central <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/>:**  
PubMed Central merupakan basis data karya ilmiah teks lengkap digital gratis khusus ilmu alam dan biomedis. PubMed Central dikembangkan oleh U.S. National Library of

Medicine (NLM) sebagai arsip artikel jurnal biomedis di Internet.

- o. Economics** <http://economics-ejournal.org/>: Economics E-journal merupakan jurnal akademik yang berisi tentang bidang ilmu ekonomi dan mengadopsi pendekatan secara *open source* untuk publikasinya.
- p. IOSR Journals** <http://iosrjournals.org/>: International Organization of Scientific Research merupakan sebuah organisasi swasta yang independen. IOSR menyediakan dukungan dan layanan untuk para profesional pendidikan dan peneliti di seluruh dunia. IOSR merupakan jurnal akses terbuka berbasis luas.
- q. First Monday** <http://firstmonday.org/>: First Monday merupakan salah satu yang paling awal yang menerapkan jurnal akses terbuka (*open access journals*), *peer-review* jurnal di internet. Sejak dimulai pada Mei 1996 hingga saat ini telah mengumpulkan 233 isu serta lebih dari 1.507 artikel yang berhasil diterbitkan.
- r. Technology Innovation Management Review** <http://timreview.ca/>: TIM Review menyediakan konten wawasan jurnal tentang isu dan tren yang berkaitan dalam pertumbuhan bisnis teknologi. Isi dan ulasan berfokus pada teori-teori, strategi, dan alat-alat yang membantu perusahaan teknologi berkembang.
- s. International Journal of U- and E- Service, Science and Technology**  
<http://www.sersc.org/journals/IJUNESST/>: International Journal of U- and E- Service, Science and Technology menyediakan berbagai jurnal.

## 2. Evaluasi sumber.

Berbagai artikel atau paper akademik dalam bidang ekonomi yang sudah diperoleh dari berbagai sumber yang dapat diakses, tidak serta-merta membuat kita senang dengan sumber bacaan diperoleh. Hal penting dilakukan setekah mendapatkan artikel atau paper dari sumber adalah menguji artikel atau paper yang sudah didapat. Selain memedomani banyaknya jumlah sitasi dari sumber atau paper yang dikutip, ada beberapa pertanyaan mendasar yang harus diacukan terhadap sumber yang diperoleh agar lebih meyakinkan kita bahwa sumber tersebut dapat dikatakan kredibel dan memiliki *tuah* akademik. Di antara pertanyaan itu adalah<sup>23</sup>; (1) apa masalah penelitian yang dibahas? (2) apa konsep, teori, model dan temuan serta kesimpulan dalam penelitian ini? (3) bagaimana kaitan sumber ini dengan lainnya? (4) bagaimana sumber ini berkontribusi terhadap temuan sebelumnya? (5) apa kekuatan dan kelemahan sumber?

## 3. Temukan potensi *gap*.

Untuk menemukan potensi *gap* dapat dilakukan dengan<sup>24</sup>; (1) mempertanyakan apakah metode atau teori yang dipakai sudah mengikuti *trend* terkini dalam berkembang dalam riset-riset terkait ranah keilmuan topik yang dipilih. (2) apakah hal yang baru yang disampaikan dalam sumber tersebut berpengaruh pada bidang kajian topik yang dipilih?

Ada pendapat lain dalam menemukan riset *gap* dengan cara:<sup>25</sup>

- a. Menemukan fenomena yang belum sama sekali dijelaskan atau sudah dijelaskan namun belum tuntas.
- b. Menemukan konsep yang tidak atau kurang dijadikan perhatian serius untuk dibahas. Sejatinnya konsep

---

<sup>23</sup> Tuatul Mahfud dan Setya Budhi Indarto, *Tip Jitu Menembus Jurnal Internasional Bereputasi*, Bandung Alfabet, 2021. hal: 115-116

<sup>24</sup> Tuatul Mahfud dan Setya Budhi Indarto, *Tip Jitu Menembus Jurnal Internasional Bereputasi*, Bandung Alfabet, 2021. hal:117

<sup>25</sup> Nindya Intan, diakses dari, <https://jagoketik.com/blog/ini-dia-10-situs-jurnal-ilmiah-internasional-gratis/>, March 31, 2021/



berhubungan pembahasan namun belum menjadi fokus kajian.

- c. Temukan hal yang inkonsistensi dari temuan.
- d. Susun struktur kajian teori

Untuk menyusun *Literature Review* setelah semua sumber dikumpulkan maka selanjutnya disusun dengan mengikuti struktur yang baik. Format untuk struktur dapat dikemukakan, seperti kronologis, tema, metode dan teori.<sup>26</sup> Kronologis merupakan penyusunan dengan menitikberatkan pada isu perkembangan topik berdasarkan deret waktu sampai waktu terkini. Tema di mana penyusunan berdasarkan pada perkembangan tema-tema yang dibahas. Metode memiliki titik tumpu pada penyusunan berdasarkan metode yang digunakan dan menyusun berdasarkan teori penyusunan berdasarkan teori yang dipakai

**Daftar Bacaan:**

- A.M.Woodward, *Review Literature: characteristics, source and output in 1972*, *Aslib Proceeding*, Vol.26 No.9
- Anson, Chris M. and Robert A. Schwegler. *The Longman Handbook for Writers and Readers*. 6th edition. New York: Longman, 2010
- Bert Van Wee. dan David Baister, *How to Make Literature Review Paper?* *Transpoer Review*, 2017 Vol 36 No 2 278-288
- Jennifer Raff, *How to Read and Understand a Scientific Paper: A Step by Step Guide for Non Saintists*, [www.huffpost.com](http://www.huffpost.com). Diakses 4 Agustus 2020, jam 14.30 Wib
- Jennifer Rowly dan Frances Slack, *Conducting a Literature Review*, *Management Research News*, Vol.27 Number 6 2004.

---

<sup>26</sup> Tuatul Mahfud dan Setya Budhi Indarto, *Tip Jitu Menembus Jurnal Internasional Bereputasi*, Bandung Alfabet, 2021. hal: 119

- Jones, Robert, Patrick Bizzaro, and Cynthia Selfe. *The Harcourt Brace Guide to Writing in the Disciplines*. New York: Harcourt Brace, 1997
- Kokil Jadika, dkk, *Lietarature review writing: how information is selected and transformed*, *Aslib Proceeding, A New Information Perspektive*, Vol.66 No.3 2013.
- Lamb, Sandra E. *How to Write It: A Complete Guide to Everything You'll Ever Write*. Berkeley, Calif.: Ten Speed Press, 1998
- Oxfor Advanced Learner's Distionary, USA: Oxford University Press, 1996
- Rosen, Leonard J. and Laurence Behrens. *The Allyn and Bacon Handbook*. 4th edition. Boston: Allyn and Bacon, 2000
- Troyka, Lynn Quitman. *Simon and Schuster Handbook for Writers*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2002.

## ***Karakteristik Kajian Bidang Ekonomi***

Beda ilmu beda pendekatan dan beda gaya penulisan. Ilmu ekonomi sebagai bagian dari disiplin keilmuan memiliki kekhasan dibanding disiplin lain. Perbedaan itu dapat dilihat dari sisi pendekatan dan tugas keilmuan yang menjadi fokus ilmu ekonomi.

Kehidupan manusia di periode-periode awal, baik sejak kehidupan di mulai di atas dunia atau di mulai sejak manusia lahir relatif tidak menemui masalah-masalah dalam pemenuhan kebutuhannya. Alam dengan segala kekayaan yang ada atau lingkungan di mana manusia bertempat tinggal siap melayani berbagai kebutuhan. Manusia dalam rangka memenuhi rasa lapar mereka pergi ke hutan untuk berburu binatang. Hasil buruan dibakar dan disantap. Begitu juga untuk kebutuhan perlindungan kulit dari sengatan matahari, manusia mengambil kulit-kulit kayu besar dan menjadikan kulit tersebut sebagai penutup dan pelindung diri dari terik panas di siang hari atau rasa dingin di malam hari.

Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan populasi muncul beragam masalah dan kebutuhan terutama terkait kemampuan untuk mengolah sumber daya alam yang ada untuk memenuhi kebutuhan manusia. Populasi yang bertambah kalah cepat dari kemampuan menyediakan kebutuhan. Ditambah, penyebaran titik-titik atau daerah serta pulau-pulau tempat domisili manusia semakin meluas juga melahirkan kebutuhan baru yang belum muncul sebelumnya yaitu kebutuhan transportasi. Berbagai kebutuhan akan terus lahir seiring dengan penambahan populasi. Kondisi ini kemudian lahir terkait dengan apa. yang dikenal dengan masalah ekonomi.

Perkembangan pemikiran dalam ilmu ekonomi dapat dibedakan ke dalam tiga era utama<sup>27</sup>. Pertama, era *precursor* atau pelopor atau dikenal dengan pelopor. Era ini sampai pertengahan abad 19. Era kedua dikenal dengan sebutan revolusi ilmu ekonomi dalam berbagai pendekatan dan masa untuk era kedua ini adalah Perang Dunia Kedua (*The Second World War*). Terakhir adalah era di mana berbagai analisis, teori, pendekatan keilmuan, analisis statistik dan matematika serta melakukan berbagai pengujian statistik dengan data yang terkumpul. Periode ini dikenal dengan sebutan kajian ekonomi sebagai *true science*.

Embrio kelahiran ilmu ekonomi diawali dengan persoalan kelangkaan (*scarcity*) dan rasionalitas. Kelangkaan atau *scarcity* menjadi embrio lahirnya persoalan dan berujung masalah ekonomi. *Scarcity* secara bahasa berarti kelangkaan. Kelangkaan sebagai problem ekonomi digambarkan sebagai kondisi di mana lebih besarnya jumlah keinginan (*wants*) dari sumber daya (*resources*) yang tersedia untuk memuaskan berbagai keinginan manusia<sup>28</sup>.

Masalah ekonomi yang ada harus diselesaikan dengan berbagai pengambilan keputusan dan pilihan (*choice*) yang diambil dalam mempertahankan (*survive*) hidup. Maka pertanyaan pokok dalam Ilmu Ekonomi yang harus dijawab dan dijelaskan adalah; apa jenis barang dan jasa yang diproduksi, bagaimana proses yang dilalui untuk produksi tersebut, kapan waktu yang tepat untuk melakukan produksi, di mana dilakukan dan siapa konsumen dari barang dan jasa yang diproduksi tersebut<sup>29</sup>.

Dalam pengambilan keputusan, pelaku ekonomi diasumsikan rasionalitas dan didasari oleh insentif. Setiap pelaku (*agents*) ekonomi dalam mengambil atau menentukan pilihan dan keputusan ketika menghadapi kelangkaan untuk mempertahankan kehidupan

---

<sup>27</sup> Maurices Allais, *Economics as Science*, Cahier Vilfredo Pareto, 1968, No.16/16 (1968) 5-25, dapat diakses di <https://www.jstor.org/stable/40368894>

<sup>28</sup> Douglas Mc Tanggor, Christoper Finday dan Michael Partani, *Economics*, Footh Edition, Pearson Publication, Australia 2003, hal. 4., University de Girona: *Writng Economis at University Guide for Writing Specific Disipline*, 2020

<sup>29</sup> Douglas Mc Tanggor, Op.cit.

diasumsikan bahwa *agents* selalu bertindak dan bersikap secara rasional. Rasional artinya dapat diterima oleh banyak orang dan akal sehat. Orang dapat memahami dan banyak melakukan hal itu sebagai *objective* dan diakui serta lebih penting tidak diperlukan persetujuan. Rasional merupakan bagian dari kultur. Kultur ikut menggaransi rasionalitas dalam perilaku ekonomi.<sup>30</sup>

Selain itu perilaku pelaku ekonomi juga didasari oleh insentif. Setiap pilihan memberikan konsekuensi *cost*. Keputusan atau pilihan ekonomi yang diambil adalah dengan membandingkan *cost* dan *benefit*. Memilih suatu dan tidak memilih yang lain mengandung *opportunity cost*. Pilihan untuk mengerjakan suatu pekerjaan menyebabkan kita tidak dapat mengerjakan yang lain. Pengorbanan ini adalah *cost* dari pekerjaan yang dilakukan.

Tugas ilmu ekonomi adalah mengungkap dan membuktikan bahwa apa yang disampaikan harus konsisten dengan apa yang diobservasi dan mampu menjelaskan peristiwa ekonomi yang bekerja melalui observasi dan pengukuran yang jelas. Untuk dapat menjelaskan dengan baik maka ahli ekonomi melakukan pemodelan (*modelling*) dan pengujian (*testing*) menggunakan data.

*Modelling* berguna dalam menjelaskan peristiwa-peristiwa ekonomi. Setiap peristiwa dilingkari oleh banyak variabel yang mempengaruhinya. Untuk menyederhanakan hal itu maka diperlukan model untuk menjelaskan bagaimana satu variabel bekerja untuk variabel yang lain atau mempengaruhinya. Model tersebut harus diuji untuk membuktikan *coefecien* (besarannya) pengaruh variabel yang ada<sup>31</sup>.

Model yang digunakan untuk menjelaskan fenomena baik ekonomi mikro dan makro menggunakan matematika. Matematika digunakan untuk tujuan melakukan simplifikasi atau

---

<sup>30</sup> Munrachim Minsanan, dkk, *Ekonomi Islam*, Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Syariah dan BI Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, hal:13-15

<sup>31</sup> Douglas, hal. 4

penyederhanaan dalam menjelaskan bekerjanya sebuah peristiwa atau fenomena ekonomi mikro, seperti<sup>32</sup>:

$$Q_d = D(P_j, Y)$$

$Q_d$  = Permintaan (*demand*) kepada suatu barang tergantung kepada harga barang itu sendiri ( $P$ ) dan pendapatan seseorang ( $Y$ ).

$$Q_s = S(P_j, P_M)$$

$Q_s$  = Jumlah yang ditawarkan (*supply*) tergantung kepada harga barang input ( $P$ ) dan harga barang itu sendiri ( $P_m$ )

$$Q_d = Q_s$$

Jumlah yang diminta ( $Q_d$ ) sama dengan yang ditawarkan ( $Q_s$ ). Kondisi ini dikenal dengan *equilibrium* Model ekonomi mikro lainnya;

$$Y = Y^P + Y^T$$

$Y$  = *Income* (pendapatan) terdiri dari kumulasi; *permanent* ( $Y^P$ ) dan *transitory* ( $Y^T$ ).

Model matematis di atas menyederhanakan bahwa pendapatan dapat terdiri dari pendapatan tetap (*permanent*) dan tidak tetap (*transitory*). Begitu pula *demand* dan *supply* terhadap suatu barang ditentukan oleh faktor harga dan pendapatan.

Hal yang sama juga ditemukan ketika menjelaskan fenomena ekonomi makro, model matematis, seperti<sup>33</sup>:

$$Y = C + I + G + NX$$

---

<sup>32</sup> N Gregory Mankiw, hal. 24

<sup>33</sup> N Gregory Mankiw, hal. 24

Model ini menjelaskan bahwa menghitung pendapatan nasional dengan menghitung konsumsi, investasi dan belanja pemerintah secara keseluruhan (*aggregate*) serta ditambah dengan net ekspor (ekspor dikurangi impor).

Dalam model ada variabel; variabel *exogenous* dan *endogeneous*. Variabel *exogenous* datang dari luar model dan masuk ke dalam model sedangkan variabel *endogeneous* datang dari dalam model dan hasil dari model. Dengan kata lain Variabel *exogenous* variabel tetap dan variabel *endogeneous* yang dipengaruhi dalam model. Perubahan yang terjadi variabel *exogenous* akan berefek pada variabel *endogeneous*.

Posisi kedua variabel tersebut dapat digambarkan pada gambar di bawah <sup>34</sup>:

*Exogenous Variabel*   **Model**   *Endogenous Variabel*

Lebih lanjut, untuk memahami model tersebut dapat dideskripsikan contoh pada pasar permintaan roti dengan 2 variabel *exogenous* (pendapatan dan harta tepung) dan 2 variabel *endogeneous* (harga roti dan jumlah perubahan roti). Jika *income* naik kemudian *demand* ke atas roti naik<sup>35</sup>.

Model-model yang ada dalam menjelaskan fenomena ekonomi dan menggunakan berbagai variabel perlu diuji (*testing*) variabel regresi sederhana.

$$E(Y/X=x)=\alpha + \beta_x$$

$$E(Y/X=x)=\alpha + \beta x_1 + \varepsilon_1$$

Variabel regresi berganda

$$E(Y/X=x)=\alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon_1$$

---

<sup>34</sup> N Gregory Mankiw, hal. 8

<sup>35</sup> N Mankiw, hal. 14

Pengujian dilakukan dengan menggunakan data-data yang diperoleh dari survei atau sensus. Data dapat dikumpul secara langsung (primer) atau data yang sudah diolah dipublikasikan (sekunder).

Dalam perjalanan perkembangan ilmu ekonomi dapat dikemukakan pengujian dan pembuktian yang pernah dilakukan para ahli. John Maynard Keynes dalam karya monumentalnya, *General Theory* yang diterbitkan pada tahun 1936. Keynes menyampaikan ketika menjelaskan fungsi konsumsi di mana Keynes menduga *Marginal Propensity to Consume* (MPC)-jumlah tambahan konsumsi dari tambahan 1 dolar adalah dari rentangan 1 sampai 0. Keynes mengemukakan bahwa orang-orang yang mendapatkan tambahan dolar biasa yang terjadi adalah sebagai untuk konsumsi dan untuk ditabung. Hal lain yang dikemukakannya adalah kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*) turun ketika pendapatan naik. Terakhir yang disampaikan nya. adalah bahwa pendapatan merupakan determinasi konsumsi penting sedang tingkat bunga tidak penting. Keynes menyatakan pengaruh tingkat bunga terhadap konsumsi adalah sebatas teori.

Atas hal di atas maka Keynes mengemukakan fungsi konsumsi:

$$\begin{aligned}C &= \bar{C} + cY \\ \bar{C} &> 0 \\ 0 &< c < 1\end{aligned}$$

C = konsumsi

$\bar{C}$  = konstanta

Y = pendapatan disposibel

c = kecenderungan konsumsi marginal

untuk kecenderungan mengkonsumsi rata-rata dikemukakan dalam bentuk APC:

$$APC = C/Y = \bar{C}/Y = c$$



Ketika  $Y$  naik,  $\bar{C}/Y$  turun dan begitu juga kecenderungan konsumsi rata-rata  $C/Y$  turun. Tingkat suku bunga tidak dimasukkan karena bukan determinasi konsumsi<sup>36</sup>.

Pengujian model dilakukan oleh ahli setelah Keynes mengemukakan formulanya sebagai dijelaskan sebelumnya. Pengujian dilakukan dengan data-data pendapatan dan konsumsi rumah tangga. Hasil pengujian ada yang konsisten dengan apa yang dikemukakan Keynes dan ada juga yang tidak. Temuan konsisten bahwa rumah tangga dengan pendapatan lebih tinggi ditemukan mengkonsumsi lebih banyak dan juga memiliki proporsi menabung lebih tinggi. Temuan yang tidak konsisten diungkap peneliti lain yang menguji dan membuktikan dugaan Keynes dalam konsumsi. Kecenderungan konsumsi rata-rata akan turun ketika pendapat naik tidak terjadi. Selain itu ahli lainnya juga menemukan bahwa rasio pendapatan terhadap konsumsi cenderung stabil dari dekade-k dekade<sup>37</sup>

Dari segi waktu, data yang dikumpulkan ada pada suatu waktu tertentu disebut dengan data *cross section*. Data ini mendeskripsikan keadaan pada waktu tertentu, seperti keadaan pengangguran di kuartal 1 Tahun 2019 atau inflasi di tahun 2018. Data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu disebut *time series*. Data tentang gerak inflasi setiap kuartal atau dari tahun ke tahun.

Data yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian secara statistik menggunakan *tool* yang sangat beragam dan berkembang sangat cepat di kajian ekonomi, seperti SPSS dengan berbagai versinya, Stata, Evies dan lainnya, Variabel regresi sederhana

$$E(Y/X=x)=\alpha + \beta_x$$

---

<sup>36</sup> Steven Pressman, CONSUMPTION, INCOME DISTRIBUTION AND TAXATION: KEYNES' FISCAL POLICY, *Journal of Income Distribution*. 7(1), 29-44 Copyright © 1997 JAI Press Ltd. dan baca juga N.Gregory Mankiw, *Macronomics*, New York: Worth Publication, 1992, hal: 398-399

<sup>37</sup> j N.Gregory Mankiw, *Macronomics*, New York: Worth Publication, 1992, hal: 400-402

$$E(Y/X=x)=\alpha + \beta x_1 + \varepsilon_1$$

Variabel regresi berganda

$$E(Y/X=x)=\alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon_1$$

Selain itu, para ahli dalam bidang ekonomi juga menjelaskan fenomena dengan menggunakan gambar atau grafik. Grafik digunakan sebagai *tool* untuk menjelaskan fenomena dari peristiwa berbasis data. 2 grafik pertama menjelaskan bagaimana distribusi pendapatan (*income*) mengikuti *the lognormal law* di US dan Ruanda. Kemiringan (*Slope*) di grafik menjelaskan ketimpangan pendapatan (*income inequality* di US dan Ruanda. 2 grafik selanjutnya menjelaskan pembelanjaan selama 4 bulan yang dipilih dari 478 *client* perusahaan semen. Tiga grafik terakhir adalah tentang ilustrasi model penawaran uang di AS dalam rentang waktu 1918-1941), di Jerman (1919-1923 dan di Hungaria (1945-1946). Contoh bentuk grafik atau gambar tersebut. dapat dilihat di bawah ini<sup>38</sup>:

---

<sup>38</sup> Maurices Allais, *Economics as Saience, Cahier Vilfredo Pareto*, 1968, No.16/16 (1968) 5-25, dapat diakses di <https://www.jstor.org/stable/40368894>

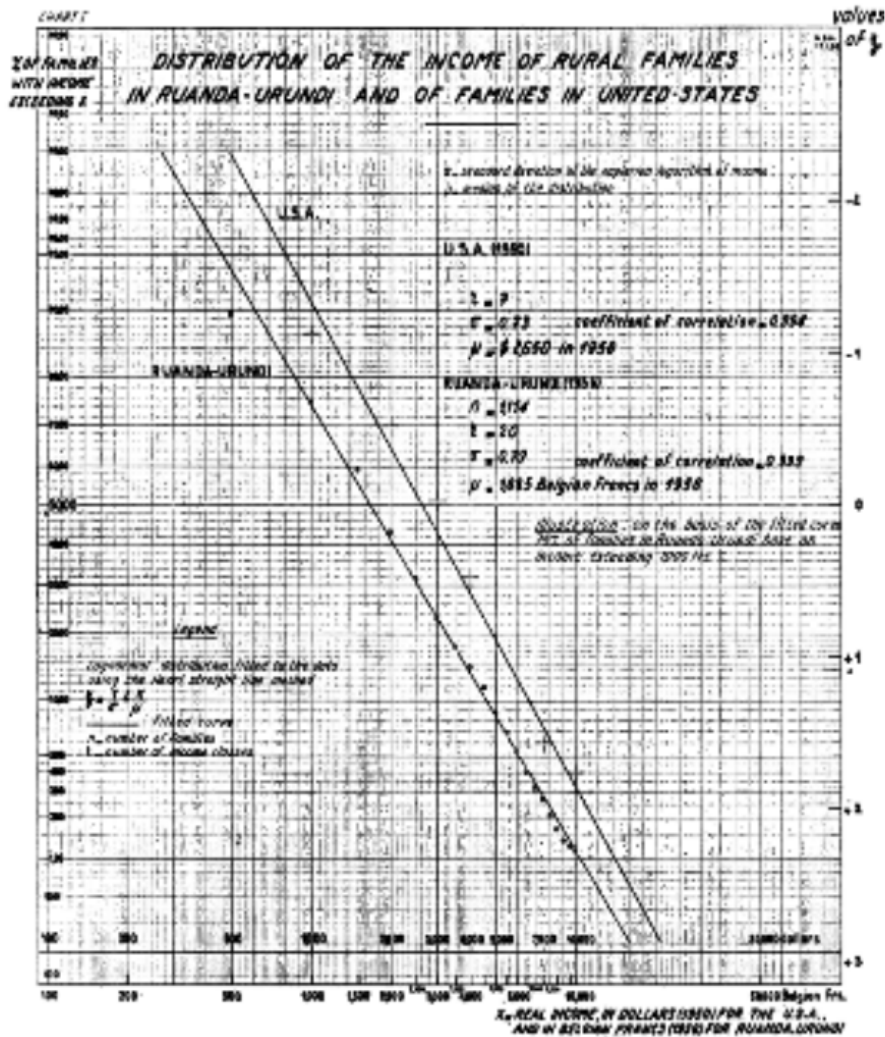
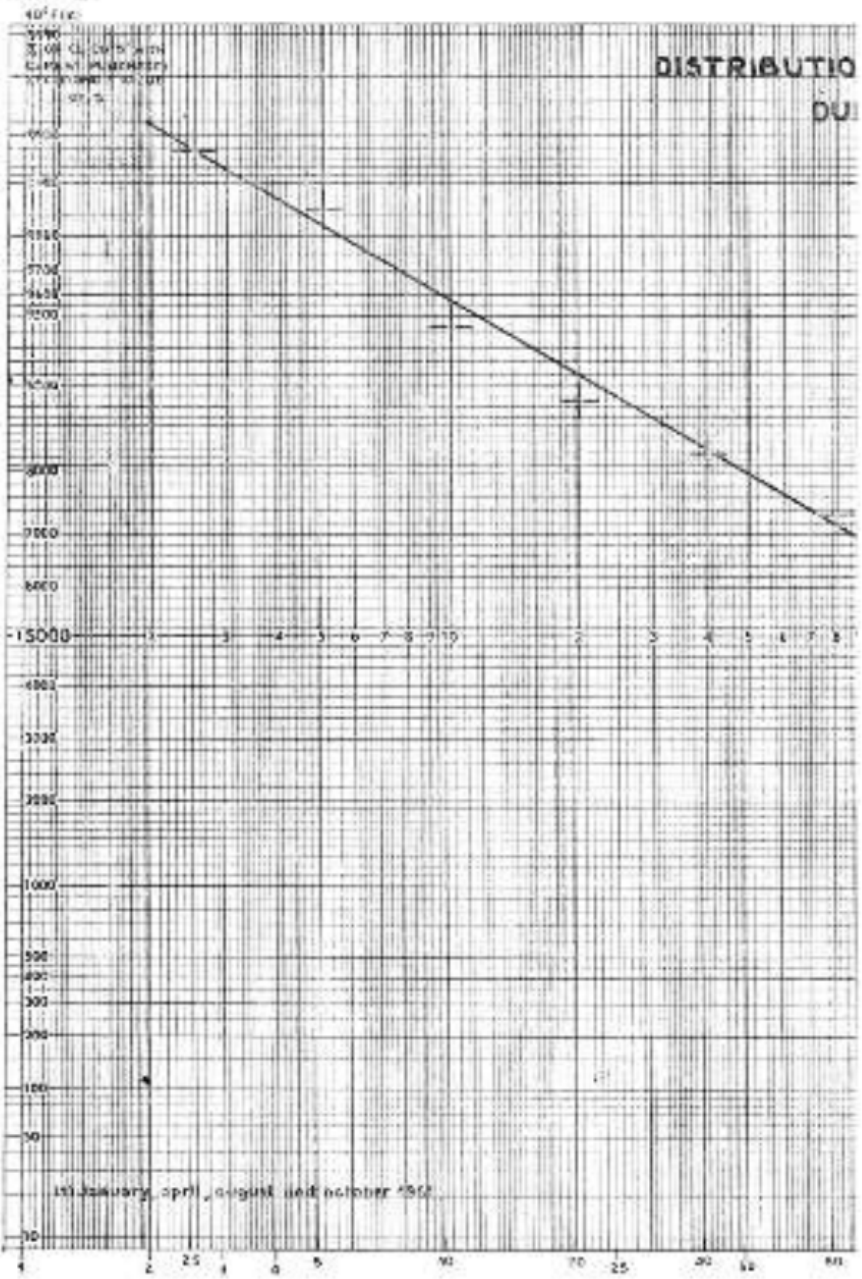
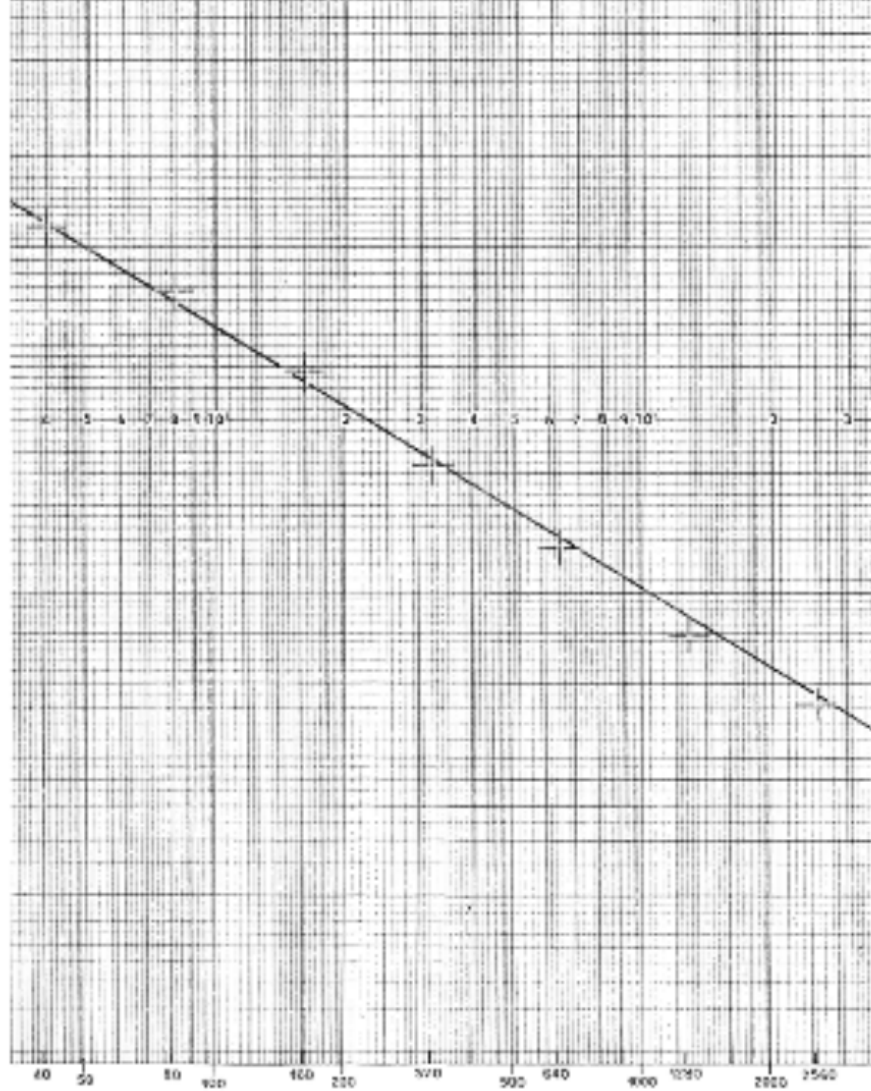


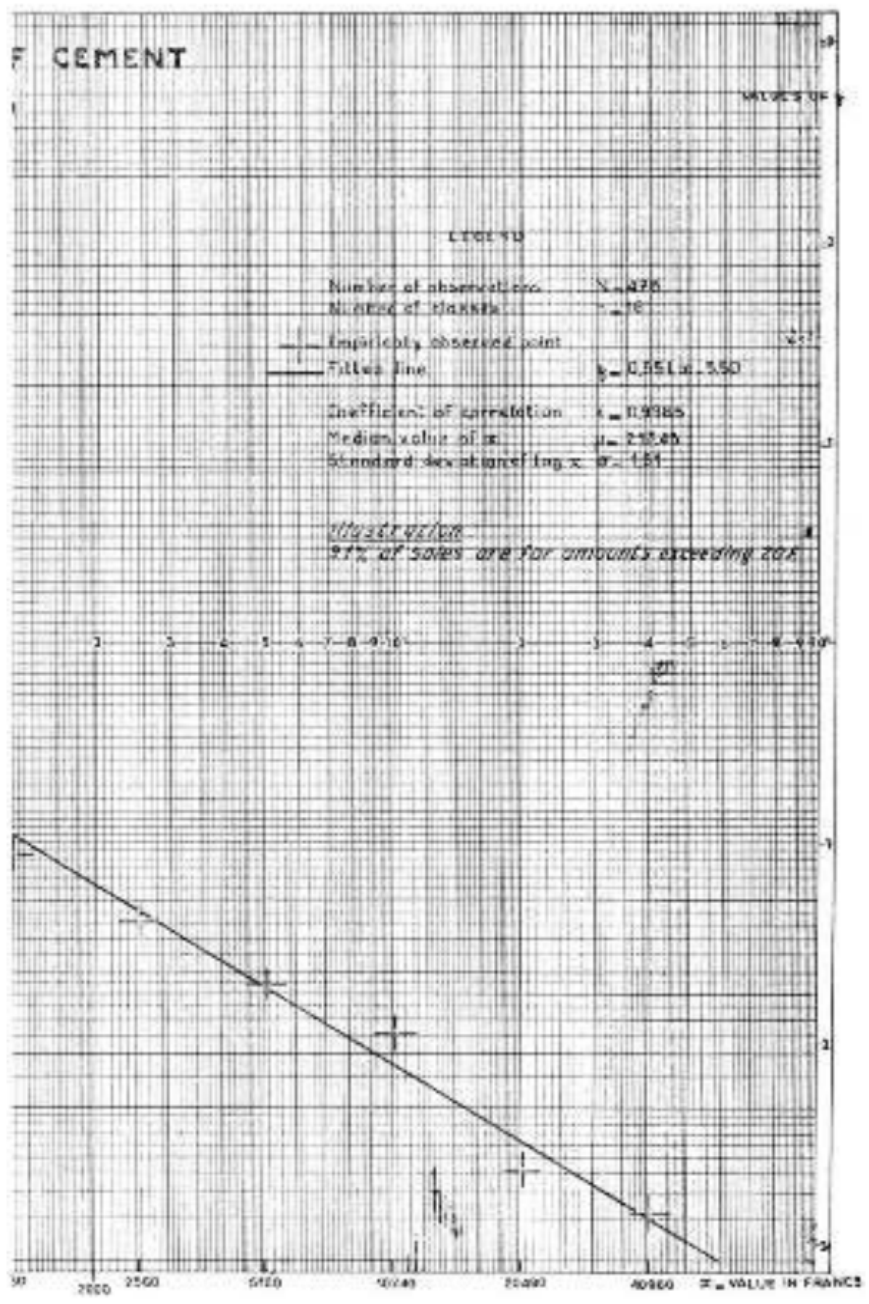
CHART II

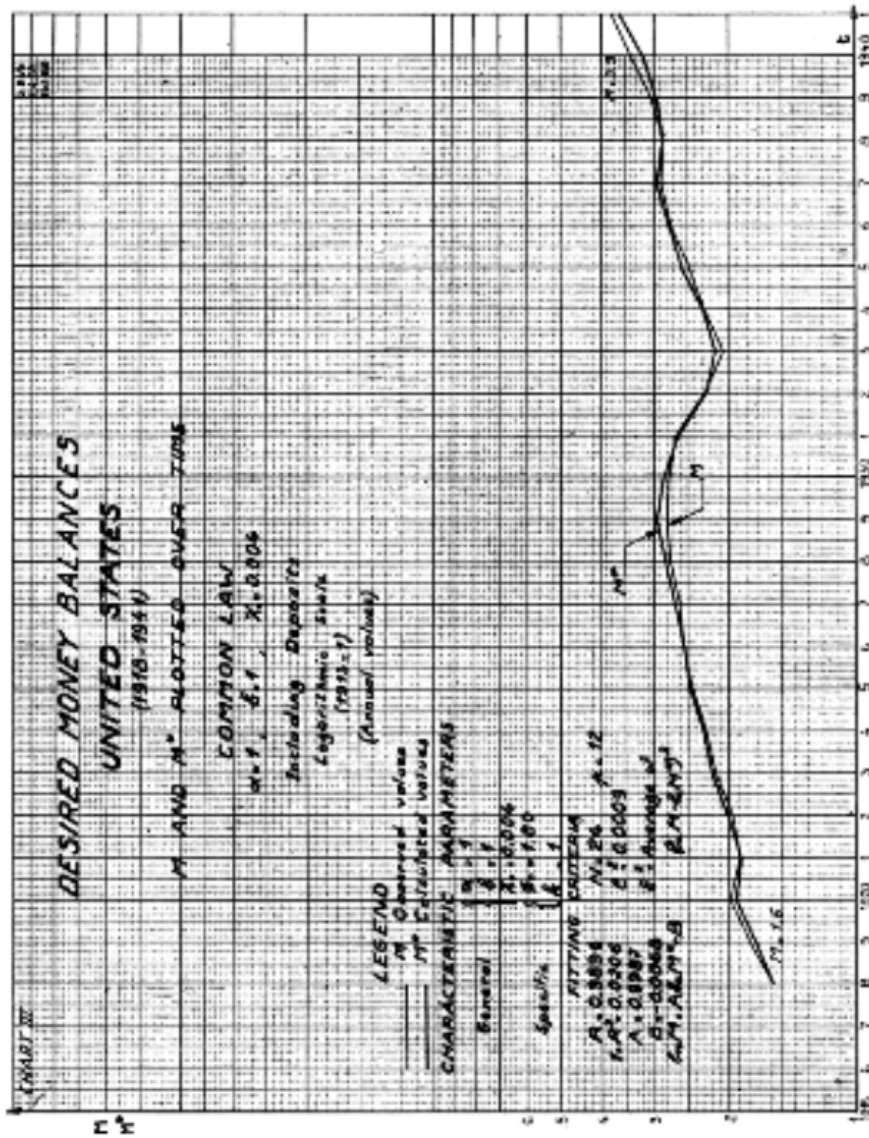


DISTRIBUTION OF CLIENTS' PURCHASES OF CEMENT  
DURING FOUR SELECTED MONTHS  
ALL CLIENTS ON RECORD

LOGNORMAL DISTRIBUTION  
FITTED BY THE HENRI STRAIGHT LINE METHOD







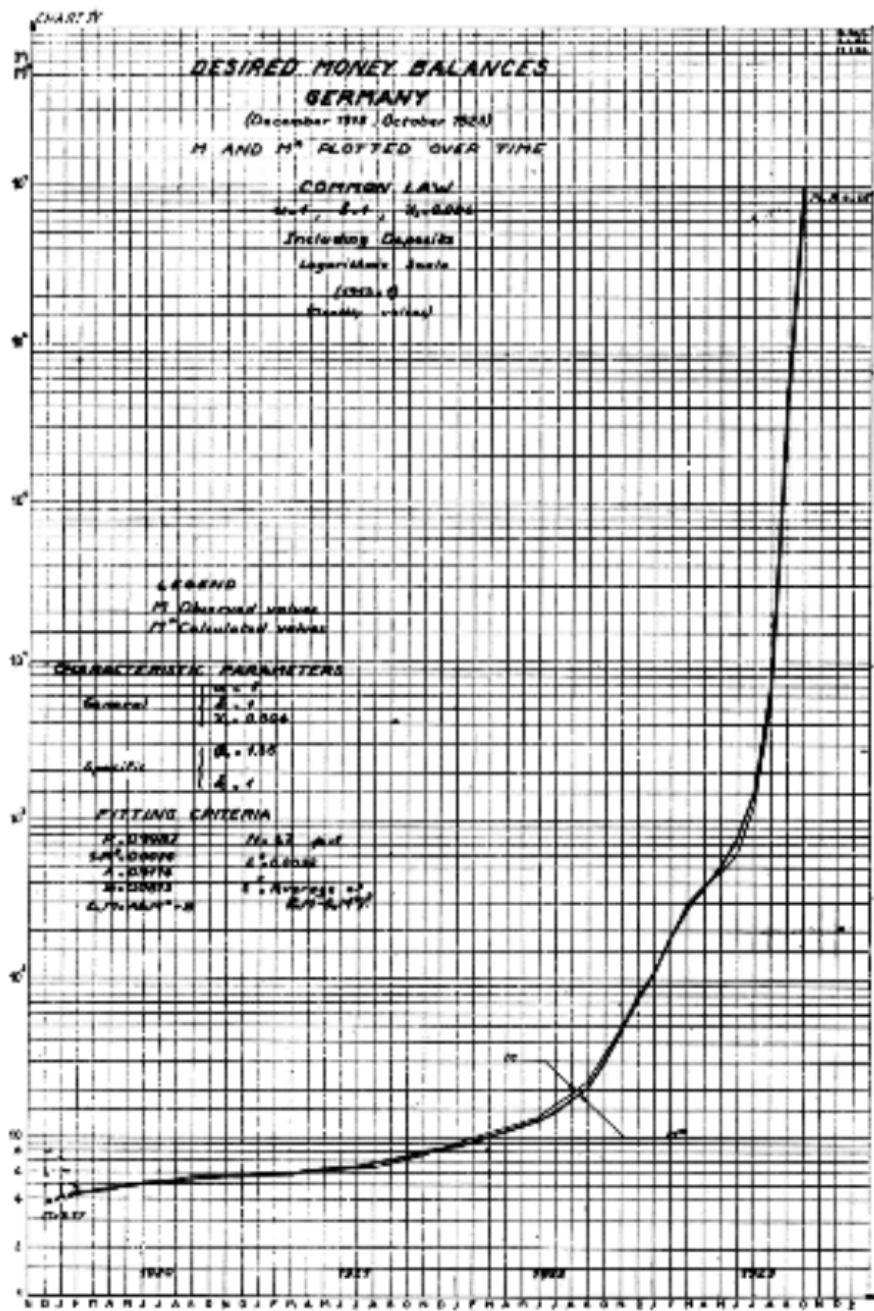
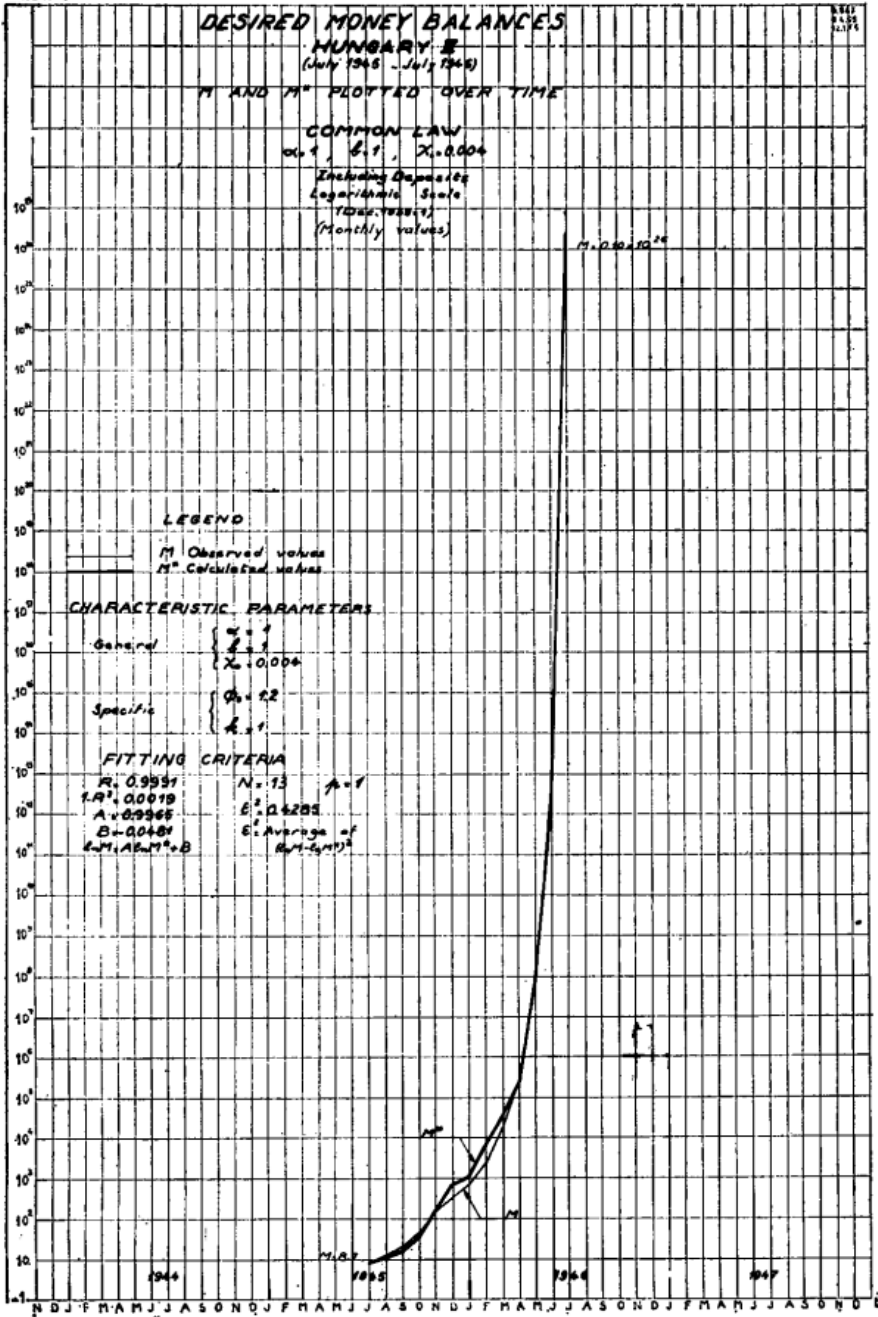
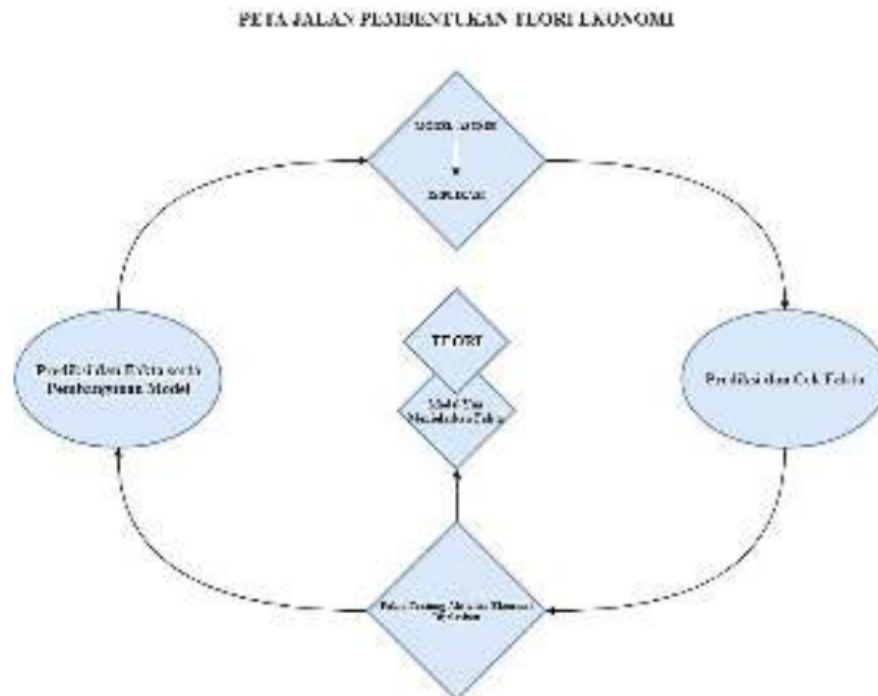




CHART V



Seorang *economist* berfikir dengan siklus sebagaimana di gambar pada peta di bawah<sup>39</sup>:



Analisis dalam kajian ekonomi bersifat kuantitatif yang dapat dikelompokkan ke dalam tiga hal:

- a. Membandingkan dua variabel atau data *scross section* untuk mengetahui perbedaannya atau data *ratio* dan data *time series* untuk mengetahui besaran perubahan yang ditunjukkan dalam persentase kenaikan serta kemudian membuat kesimpulan.
- b. Memecahkan keseluruhan menjadi bagian lebih kecil; seperti mengetahui mana komponen yang menonjol, membandingkan antar komponen dan membandingkan antar

<sup>39</sup> Douglas Mc, Tanggor, Christoper Finday dan Michael Partani, *Economics*, Australia: Footh Edition, Pearson Publication, 2003

komponen secara keseluruhan dengan sistem persentase atau pakai proporsi.

- c. Menghitung pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu kejadian terhadap beberapa kejadian lainnya serta memperkirakan atau meramalkan suatu peristiwa yang terjadi di waktu yang akan datang<sup>40</sup>.

Ilmu ekonomi dengan pendekatan, analisis dan bahasa serta tugas keilmuan yang khas sebagaimana dijelaskan memiliki implikasi turunan pada penulisan karya ilmiah terutama terkait dengan paper akademik.

**Daftar Bacaan:**

Douglas Mc, Tanggor, Christoper Finday dan Michael Partani, *Economics*, Australia: Footh Edition, Pearson Publication, 2003

J. Supratnto, *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*, Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993

Munrahim Mlsanan, dkk, *Ekonomi Islam*, Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Syariah dan B.I Jakarta Raja Grafindo Persada, 2008

N.Mankiw, *Macroeconomics*, AS:Worh Publication Harvard University, 1994

---

<sup>40</sup> Supratnto, Op.cit. hal. 159-160

## Contoh-Contoh Teknik Kerja Membuat Literature Review

Contoh pengumpulan sumber-sumber *literature* dan mengurutnya berdasarkan urutan waktu/historis penelitian atau kajian para ahli.

**Tabel 2. Pengukuran Religiusitas Menurut Ahli Islam**

No	Tahun	Peneliti	Dimensi
1	1985	Taai	<i>Belief dan Practice</i>
2	1988	Albehairi	Intrinsik dan Ekstrinsik
3	1989	Alsanie	<i>Belief dan Practice</i>
4	1992	Shamsuddin	Takwa dengan dimensi; keyakinan, pelaksanaan, konsekuensi dan realisasi yang terbaik
5	1994	Al Khalifah	<i>Belief dan Conduct</i>
6	2005	Krauss	2 konstruk utama; <i>Islamic worldview dan religious personalities</i>

Pengukuran religiusitas dalam Islam berbeda dengan konvensional. Hal ini dapat dilihat bahwa dimensi religiusitas yang sesuai dengan ajaran Islam adalah dimensi yang tidak ada pemisahan dunia-akhirat, material-spiritual dan pikiran dengan tindakan (Khairin, 2010; Krauss, 2005). Dan juga model *religious extrinsic* juga dikritik sebagai model dimensi yang kontra produktif dengan ajaran Islam. Religius ekstrinsik berpotensi menimbulkan praktik keagamaan yang mengandung *riya* yang secara jelas dan tegas dilarang Islam (Youssef, 2011).

Para ahli mencoba menjelaskan ukuran religiusitas dalam perspektif Islam diawali dengan pengukuran religiusitas dengan menggunakan dimensi *belief* dan *practice*. Pengukuran dimensi ini

tanpa membedakan mana yang diwajibkan atau hanya bersifat anjuran (Taai 1985). Namun ada pula yang menjadikan dua dimensi itu menjadi satu (Alsanie 1989). Pengukuran dengan dua dimensi lainnya disampaikan dalam bahasa yang berbeda namun substansi sama yaitu, keyakinan kepada ajaran agama dan cara orang memanifestasikan ajaran Islam dalam tindakan (Krauss *et al.* 2005) dan *religious altruism* dan *religious enrichment* (Tilioune, 2009).

**Daftar Bacaan:**

- Albehairi., (1988)., ReligiousOrientation Scale.Cairo, Egypt
- Al-Khalifah. (1994)., Religiosity in Islam as a Protective Mechanism Against Criminal Temptation.The American Journal of Islamic Social Sciences, 1-12.Alsanie, S. I. (1989), RelationshipBetweenLevel of Religiosity and Criminal Behavior., Saudi Arabia.: Imam Ibn Suad Islamic Universit
- Alsanie, S. I. (1989), RelationshipBetweenLevel of Religiosity and Criminal Behavior., Saudi Arabia.: Imam Ibn Suad Islamic Universit
- Albehairi., (1988)., ReligiousOrientation Scale.Cairo, Egypt
- Khairin, H. (2010), Measuring Religiosity in Consumer Research from Islamic Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 166-179
- Krauss.*et al.* (2005), The Muslim Religiosity-Personality Inventory: Towards Understanding Difference in the Islamic Religiosity among teh malaysia youth. *Pertanika J Soc.Sci & Hum*, 173-186
- Shamsuddin,Q.M.I (1992)., Dimensions of Muslim Religiosity: Measurement Considerations. Zafar AfaqAnshari (ed)., Qur'anic
- Concepts of Human Psyche(pp. 99-114.). Islamabad: Institute of Islamic and Culture

Youssef, Marriam Abou W. K. (2011)., Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implication: A Propose Market Minded Religiosity Scale. *Journal of America Science*, 788-801

Taai, N. M. (1985)., Religious Behavior Scale. Kuwait: Arrobyaan Publishing

Tiliouine, H. B. (2009)., An Exploratory Study of Religiosity, Meaning in Life and Subjective Wellbeing in Muslim Students from Algeria., *Applied Research Quality Life*, 109-127

Contoh lainnya dapat diperhatikan penjelasan di bawah ini dalam tema penelitian religiusitas dan perilaku ekonomi

**Tabel 3 Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Ekonomi**

No	Tahun	Peneliti	Hasil
1	1983	Sheth	Religiusitas berpengaruh pada lapangan usaha ritel
2	1986	Wilkes	Religiusitas mempengaruhi gaya hidup dan perilaku memilih
3	1988	Delener	Religiusitas mempengaruhi keputusan membeli
4	1990	LaBabera	Religiusitas memiliki pengaruh pada pembelian ulang
5	1994	Nittin Essoo, <i>et al.</i>	Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku berbelanja
6	1995	Sood dan Nasu	Bukan elemen penting dalam masyarakat Jepang
7	1996	Shim	Religiusitas mempengaruhi orientasi pembeli
8	2003	Jamal dan Ateeq Rahaman	Religiusitas mempengaruhi keputusan membeli dan mempengaruhi sikap dan perasaan pembeli
9	2006	Mokhlis	Religiusitas berpengaruh pada perilaku berbelanja
10	2010	Azam	Religiusitas mempengaruhi perilaku konsumen
12	2012	Hanzee	Religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan keuangan seseorang

Tabel 3 di atas menginformasikan hasil penelusuran berbagai *literature* yang mengkaji dan menguji religiusitas dan pengaruhnya terhadap perilaku ekonomi. Penelitian-penelitian yang pernah dilakukan di berbagai negara dan dengan waktu yang berbeda.

Penelitian yang dilaksanakan di Kepulauan Mauritius dengan 1.000 kepala rumah tangga menemukan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku berbelanja konsumen dan juga perbedaan tingkat religiusitas di antara kepala rumah tangga membawa perbedaan perilaku belanja. Di Pakistan penelitian dilaksanakan di kalangan mahasiswa di Universitas Islam International Pakistan. Penelitian ini menemukan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan membeli konsumen. Dalam penelitian tersebut dibandingkan pemeluk agama, Islam, Kristiani, Hindu dan Budha. Perbedaan agama membawa perbedaan pada gaya, orientasi berbelanja, sumber informasi dan pentingnya atribut. Pemeluk agama Islam menempatkan pentingnya atribut dalam berbelanja. Agama menjadi referensi dalam menentukan atribut (Rahman,2013). Di Malaysia penelitian dengan menggunakan 226 sampel menemukan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku belanja konsumen (Mokhlis 2006). Penelitian yang menggunakan jumlah sampel yang lebih besar yaitu 1.846 sampel yang dikelompokkan ke dalam 3 etnik; *Hispanic*, *Native America* dan *White* menemukan religiusitas memiliki pengaruh penting pada orientasi berbelanja (Gehrt 1996). Penelitian lain juga menemukan pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumen pada lapangan ritel (Sheth 1983) dan pengaruh religiusitas terhadap gaya hidup konsumen dan bermuara pada perilaku memilih (Wilkes 1986).

Religiusitas memiliki pengaruh pada keputusan berbelanja di hari Minggu di Amerika Serikat dan Selandia Baru (Schiffman 1988). Secara rinci, pengaruh religiusitas langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung terhadap pilihan pribadi dan tidak langsung di mana religiusitas lebih dahulu berpengaruh terhadap sikap (Harrel 1986). Perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk juga dipengaruhi oleh religiusitas (LaBarbera dan Stern

1990). Di Jepang ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumen berbelanja antara kelompok orang yang saleh dan kelompok yang biasa saja (Sood dan Nasu 1995). Perbedaan agama membawa perbedaan perilaku konsumen. Penelitian yang mengambil 370 responden Muslim Malaysia dan 320 responden Budha Thailand menemukan bahwa Muslim memiliki orientasi belanja dibanding dengan Budha. Atribut memiliki arti penting bagi konsumen Muslim. Jenis atribut yang dipilih adalah *brand* nasional yang dikenal baik. Sedangkan konsumen Budha lebih memiliki orientasi hedonis dan cenderung mendadak dalam berbelanja (Kamaruddin 2007).

Berdasarkan penjelasan temuan penelitian tentang perilaku konsumen disimpulkan bahwa kebanyakan peneliti menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen. Penelitian yang dilakukan di beberapa negara dan beragam pemeluk agama serta berbeda kelompok sampel itu menemukan religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli, orientasi belanja, dan pembelian ulang suatu produk. Namun tidak selalu religiusitas mempengaruhi perilaku konsumen. Religiusitas tidak memiliki pengaruh pada perilaku adopsi produk baru (Dibb, 1994; Hanzae, 2011).

Dalam membuat *Literature Review* dapat dilakukan pendekatan historis kajian yang ada yang dapat diperoleh dari sumber-sumber bacaan yang diakses. Perlu melakukan pemilihan jurnal yang relevan dengan topik yang akan ditulis. Kemudian kita baca dan dibuat ringkasan pembahasan sesuai topik dengan mengurut tahun kajian dimulai dan dilakukan. Dapat diberikan contoh pembukaan *Literature Review* dengan pendekatan historis.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Bahan diambil dari hasil pelacakan berbagai sumber bacaan tentang religiusitas yang pernah penulis lakukan waktu menulis disertasi tahun 2014



**Tabel 1 : Ringkasan dimensi *religiosity* berdasarkan urut waktu**

No	Tahun	Peneliti	Dimensi
1	Tradisional		1 dimensi; <i>attendance</i> ke gereja
2	1961	Lenski	4 dimensi; <i>belief, knowledge, practice, experience</i>
3	1965	Glock dan Stark	<i>belief, knowledge, practice, experience dan consequence</i>
4	1967	Allport dan Ross	2 dimensi; <i>intrinsic dan extrinsic</i>
5	1969	Hunt	9 dimensi; <i>Credal Assesnt and Personal Commitmen, participation in congregational activities, personal religos experience, personal ties in the congregation, Commitment to intelektual Search Dispute Doubt, openness to religios Growth, dogmatism,,extrinsic orientasi, financial behavior and financial attitude.</i>
6	1982	Samandari	40 dimensi. Namun yang biasa digunakan 5 dimensi
7	1986	Wilkes	4 dimensi; keyakinan, kehadiran, percaya, <i>self perceived religiousness.</i>
8	1993	Batson, Sethi dan Seligman	Keberadaan agama dan kepercayaan kepada agama, keterlibatan " <i>religious</i> dan harapan <i>religious.</i>
9	1995	Sood dan Nasu	Adopsi Glock dan Stark
10	1998	Serajzadeh	Adopsi Glock dan Stark dengan implementasi <i>faith.</i>
11	2003	Tsang Mc Cullough	2 level; <i>dispotional dan operational.</i>
12	2011	Hanzaee	Mengembangkan dimensi Glock dan Stark dan menambah 1 dimensi sehingga menjadi 5 ( <i>ideological, ritualistic, intellectual dan experincional).</i>
13	2012	Saleh	4 dimensi; <i>belief, knowledge, practice dan experience.</i>

Data Tabel 1 di atas adalah hasil telusuran artikel-artikel yang membahas dimensi dari religiusitas. Informasi yang dapat disampaikan adalah bahwa terjadi perdebatan panjang di kalangan ahli tentang dimensi dan pengukuran religiusitas (Khairin, 2010). Perdebatan tersebut mulai dari penggunaan dimensi tunggal sampai ke multi dimensi. Awalnya banyak penelitian tentang religiusitas menggunakan dimensi tunggal yaitu kehadiran pada tempat ibadah atau pada acara-acara ritual keagamaan (*attendance*). Secara tradisional, religiusitas dibentuk dan didominasi oleh ukuran kehadiran ke gereja (Bergan, 2001). Namun pengukuran yang tunggal ini mengandung kelemahan karena dapat saja kehadiran orang ke tempat ibadah gereja untuk tujuan mengisolasi diri lebih utama daripada tujuan ibadah. Dan juga kehadiran di tempat ini masing-masing agama memiliki frekuensi yang berbeda. Contoh, seorang muslim memiliki jumlah kehadiran yang lebih banyak dari pemeluk agama lain (Khairin, 2010; Usman, 2015). Penggunaan dimensi tunggal dalam mengukur religiusitas akan membawa kepada kesimpulan yang salah dan hasil yang tidak memuaskan (Wilkes 1986; Bergan 2001).

Setelah kelompok tradisional, kajian dimensi *religiosity* dilakukan para ahli di era 1960-an. Dimensi tunggal dikritik karena kelemahan yang dimiliki, kemudian religiusitas diukur dengan dua dimensi *extrinsic* dan *intrinsic*. *Extrinsic* merupakan dimensi religiusitas sebagai motivasi seseorang mendukung keyakinan religius dan segala aktivitas duniawi, sedangkan *intrinsic* adalah keterlibatan seseorang dan memandang agama sebagai pedoman hidup. Untuk mengukur dua dimensi ini diistilahkan dengan *Religious Orientation Scale* (ROS) (Allport dan Ross 1967). Selain menggunakan dimensi *extrinsic* dan *intrinsic*, pengukuran religiusitas dengan dua dimensi menggunakan 2 level, *Level-1 Dispotional* yang menggambarkan seberapa religius seseorang dan *Level-2 Operational* yang mengindikasikan keragaman individu mengekspresikan kereligiusitasannya, motivasi beragama dan memakai religiusitas dalam memecahkan masalah (Tsang, 2003; Jamal, 2003). Ahli lain mengembangkan dan memperkenalkan

konsep pengukuran religiusitas dengan *Quest Religious Orientasi Scale*. Pada pengukuran ini ditanyakan hal-hal yang berkaitan dengan keberadaan agama dan kesediaan memandang kepercayaan pada agama dengan cara positif (Batson 1993).

Ahli berikutnya membuat ukuran religiusitas dengan tiga dimensi pengaruh religius dalam kehidupan (*religious influence*), keterlibatan religius (*religious involment*) dan harapan religius (*religious hope*) (Seligman 1993). Dalam pengukuran religiusitas dengan tiga dimensi dipakai dimensi *practice* dan *moral* serta *experience* (Sood dan Nasu 1995). Pengukuran religiusitas lainnya dengan 3 dimensi adalah dengan mengukur frekuensi kehadiran ke gereja, percaya pada nilai-nilai agama dan *self-perceived religiousness* (Wilkes, et al. 1986).

Pengukuran lainnya adalah menggunakan empat dimensi; *associational* (frekuensi keterlibatan seseorang dalam kegiatan ibadah dan doa), *communal* (pilihan dan frekuensi hubungan seseorang dengan orang lain), *doctrinal orthodoxy* (penerimaan intelektual terhadap doktrin-doktrin gereja) dan *devotionalism* (hubungan seseorang dengan Tuhan melalui meditasi) (Lenski, 1961). Dalam pengukuran lain empat dimensi terdiri dari kepercayaan (*belief*), pengetahuan (*knowledge*), praktik (*practice*) dan pengalaman (*experience*). Semakin tinggi dimensi ini maka religiusitas seseorang semakin tinggi pula (Saleh, 2012). Berikutnya dilakukan pengembangan pengukuran religiusitas menjadi lima dimensi dengan menambah satu dimensi yaitu *consequence* (Startk 1965).

Pengukuran religiusitas lain dengan menggunakan 9 dimensi, pertama, penerimaan pada prinsip dasar ajaran dari agama (*Credal Assesnt and Personal Commitment*), seperti; percaya ke Tuhan dan kitab suci dan lainnya, kedua, partisipasi pada organisasi agama (*participation in congregational activities*), ketiga, doa dan tobat (*personal religios experience*), keempat, menjadi anggota gereja dan ambil bagian pertemuan rutin dengan penganut agama lain (*Personal Ties in the Congregation*), kelima, pencarian makna (*Commitment to Intellectual Search Dispute Doubt*), keenam,

pertumbuhan moral dan perjuangan secara berkelanjutan untuk memahami agama dengan lebih baik (*Openness to Religious Growth*), ketujuh, *dogmatism*, kedelapan, *extrinsic orientasi*, terakhir, donasi terhadap gereja atau seremoni keagamaan (*financial behavior and financial attitude*) (Hunt, 1969).

#### **Daftar Bacaan**

- Dibb, N. E. (1994)., Religious Influences on Shopping Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implication. *Journal of Marketing*, 36-53
- Gehrt, S. S. (1996)., Hispanic and Nature America Adolescent: An Exploratory Study of Their Approach to Shopping. *Journal of Retailing*, 107-324
- Harrel, G. (1986)., *Consumer Behavior*. Javanovoch: Harcourt Brace
- Kamaruddin,A.(2007).,ReligiosityandShoppingOrinetation:AComparrative Study of Malaysia and Thailand Consumer. *Journal of Global Business Management* Vol. 3 No .2
- LaBarbera, (1990)., The Relationship Between Jewish Religious Intensity and Repeat Purchasing Behavior. R.D. Taylor (eds.). *Proceedings of the Annual Meeting of the Southern Marketing*, (pp. 87-90)
- Mokhlis, S. (2006)., The Effect of Religiosity on Shopping Orientasi: An Exporatory Study in Malaysia. *Journal American Academi Business*, 64-74
- Sheth, Jagdish. N. (1983)., Cross-Cultural Influences onthe Buyer-seller interaction. *Asia-Pacific Journal of Management*, 46-55
- Schiffman, L.G, dkk(1988)., Family Decision Making: The Impact of Religious Factors' in 1988. *AMA Educators' Cenferece* (pp. 80-83). Chicago: America Marketing Assosiation

Sood, James dan Nasu, Yukio. (1995)., *Religiosity and Nationality: An Exploratory Study of Their Effect on Concurmer Behavior in Japan*. *Journal of Business Research*, 1-4

Wilkes, Robert. E.JhonJ Bunett., Roy D Howell., (1986)., *On the Meaning and Measurement of Religiosity in Consumer Research*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47-56

Contoh pengumpulan sumber-sumber *literature* dan mengurutnya berdasarkan urut waktu/historis penelitian atau kajian para ahli.

**Tabel 2. Pengukuran Religiusitas Menurut Ahli Islam**

No	Tahun	Peneliti	Dimensi
1	1985	Taai	<i>Belief dan Practice</i>
2	1988	Albehairi	Intrinsik dan Ekstrinsik
3	1989	Alsanie	<i>Belief dan Practice</i>
4	1992	Shamsuddin	Takwa dengan dimensi; keyakinan, pelaksanaan, konsekuensi dan realisasi yang terbaik
5	1994	Al Khalifah	<i>Belief dan Conduct</i>
6	2005	Krauss	2 konstruk utama; <i>Islamic worldview</i> dan <i>religious personalities</i>

Pengukuran religiusitas dalam Islam berbeda dengan konvensional. Hal ini dapat dilihat bahwa dimensi religiusitas yang sesuai dengan ajaran Islam adalah dimensi yang tidak ada pemisahan dunia-akhirat, material-spiritual dan pikiran dengan tindakan (Khairin, 2010; Krauss, 2005). Dan juga model *religious extrinsic* juga dikritik sebagai model dimensi yang kontra produktif dengan ajaran Islam. Religius ekstrinsik berpotensi menimbulkan praktik keagamaan yang mengandung *riya* yang secara jelas dan tegas dilarang Islam (Youssef, 2011).

Para ahli mencoba menjelaskan ukuran religiusitas dalam perspektif Islam diawali dengan pengukuran religiusitas dengan menggunakan dimensi *belief* dan *practice*. Pengukuran dimensi ini

tanpa membedakan mana yang diwajibkan atau hanya bersifat anjuran (Taai 1985). Namun ada pula yang menjadikan dua dimensi itu menjadi satu (Alsanie 1989). Pengukuran dengan dua dimensi lainnya disampaikan dalam bahasa yang berbeda namun substansi sama yaitu, keyakinan kepada ajaran agama dan cara orang memmanifestasikan ajaran Islam dalam tindakan (Krauss *et al.* 2005) dan *religious altruism* dan *religious enrichment* (Tilioune, 2009).

**Daftar Bacaan:**

- Albehairi., (1988)., Religious Orientation Scale.Cairo, Egypt
- Al-Khalifah. (1994)., Religiosity in Islam as a Protective Mechanism Against Criminal Temptation. The American Journal of Islamic Social Sciences, 1-12.
- Alsanie, S. I. (1989), Relationship Between Level of Religiosity and Criminal Behavior., Saudi Arabia.: Imam Ibn Suad Islamic Universit
- Alsanie, S. I. (1989), Relationship Between Level of Religiosity and Criminal Behavior., Saudi Arabia.: Imam Ibn Suad Islamic Universit
- Albehairi., (1988)., Religious Orientation Scale. Cairo, Egypt
- Khairin, H. (2010), Measuring Religiosity in Consumer Research from Islamic Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 166-179
- Krauss.*et al.* (2005), The Muslim Religiosity-Personality Inventory: Towards Understanding Difference in the Islamic Religiosity among teh malaysia youth. *Pertanika J Soc.Sci & Hum*, 173-186
- Shamsuddin, Q.M.I (1992)., Dimensions of Muslim Religiosity: Measurement Considerations. Zafar AfaqAnshari (ed)., Qur'anic Concepts of Human Psyche(pp. 99-114.). Islamabad: Institute of Islamic and Culture

Youssef, Marriam Abou W. K. (2011)., Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implication: A Propose Market Minded Religiosity Scale. *Journal of America Science*, 788-801

Taai, N. M. (1985)., Religious Behavior Scale. Kuwait: Arrobyaan Publishing

Tiliouine, H. B. (2009)., An Exploratory Study of Religiosity, Meaning in Life and Subjective Wellbeing in Muslim Students from Algeria., *Applied Research Quality Life*, 109-127

Berikut adalah contoh pembuatan keringkasan dari hasil pembacaan berbagai sumber *literature* yang dibaca dengan melakukan pemetaan dengan membuat kriteria tokoh/peneliti yang telah membahas, bentuk hubungan *principal-agent* yang dibahas dan *problem agency* yang berpotensi muncul dalam hubungan tersebut serta tawaran solusi yang dikemukakan peneliti atau tokoh.

**Tabel 5. Literature Review Solusi terhadap Perilaku Agen dalam Hubungan Kontraktual *Principal-Agent***

Tokoh/Peneliti	Hubungan P-A	Problem Agency	Solusi/Alternatif
Ibnu Taimiyah (1263-1328) Ibnu Kaldun (1332-1404)	Petani– Majikan Pemodal– Pedagang	Pemberi kerja tidak bisa mengawasi langsung. Pemodal tidak mampu mengawasi perjalanan dan perkembangan usaha	Kontrak Adil Berbagi Risiko Bagi Hasil
Meckling (1983)	Pemegang Saham dan Pelaku Bisnis Keuangan	Adanya <i>a symmetric information</i> dan ketidakjujuran	Desain kontrak dan struktur upah
R., Weingast (1989) Schoazt (1984) Kim (2011)	Kongres– Eksekutif	Keterbatasan kongres dalam mengontrol kerja eksekutif	<i>Monitoring</i> , <i>Reward</i> dan <i>Punishment</i>

Tokoh/Peneliti	Hubungan P-A	Problem Agency	Solusi/Alternatif
Donaldson (1990) Wringht (1999) Samwick (1999) Shoar (2005)	Top manajer– Staf	Top manajer tidak mampu melakukan control staf.	Bonus, Compensation, Trust, Law Enforcement
Tine Clemente (2013)	Cabecilla– Pedagang bawah	Cabecilla tidak mampu mengawasi pedagang di tingkat bawah dan hukum lemah	Quanxi Sanction
Tabellini(2009) Greif (1994.,1997) Lesson (2000)	Pedagang ekspor– Pedagang impor	Pemesanan barang dengan korespondensi.	Collectivism
Okazaki (2004)	Pedagang– Broker	Broker membohongi pedagang tentang masalah harga	Kubu Nakama
Nur Sayidah (2012)	Perusahaan: Pemegang Saham–Pihak Manajemen	Pemegang saham tidak mampu mengontrol pihak manajemen menjalankan program	Moral dan Spiritual

Masalah perilaku muncul dalam hubungan kontraktual antara *principal* (pemberi kerja) dengan *agent* (bekerja sesuai diminta *principal*) oleh karena *principal* dan *agent* memiliki tujuan berbeda. Dan kendala yang ada seperti *principal* sulit memverifikasi apa yang dikerjakan oleh *agent* di lapangan. Untuk itu diperoleh model solusi mengatasi masalah perilaku ini yang lebih dikenal dengan *principal agency problem*.

Solusi yang ditawarkan adalah pemberian *comission*, bonus dan *compensation* serta pemberian insentif bagi staf yang bekerja dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Seiring dengan itu, pola tata kelola perusahaan yang didasari oleh *trust* harus selalu ditumbuhkan di kalangan staf (Donaldson, 1990; Wright, 1999). *Comission* yang diberikan haruslah lebih baik dari yang



diterima oleh staf di perusahaan lain atau kompetitor (*the industry rival*) (Samwick, 1999). Insentif yang diberikan mempertimbangkan berbagai kebutuhan staf. Insentif menjadi faktor penting yang menginspirasi dan memotivasi staf (*agent*) untuk berbuat sesuai kehendak pemberi tugas (*principal*). Insentif dapat dalam bentuk *financial* dan *non-financial* (Valholm, 2011). Solusi lainnya adalah penguatan dalam penerapan hukum (*law enforcement*) (Schoar, 2005) dan memasukkan nilai-nilai moral dan spiritual kepada pekerja (Sayidah, 2012) serta memfungsikan *broker* sebagai penjaga kontrak. Para *broker* bekerja sebagai *inspector* untuk masing-masing transaksi (Gabre, 1999).

Manusia sebagai *agent* memiliki nilai-nilai budaya yang dapat mengarahkan perilaku untuk taat pada aturan atau kesepakatan yang telah dibuat (Zasu, 2007). Nilai budaya tersebut adalah *cultural belief* sebagai *important component* dari budaya (Clemente, 2012). Para peneliti dengan berbagai pendekatan telah menjadikan nilai budaya sebagai solusi untuk mengatasi masalah *agency*. Clemente (2012) meneliti dengan menggunakan pendekatan sejarah (*historical approach*) tentang bagaimana Pedagang China di Philipina sukses membangun kerajaan bisnis.

Kunci kesuksesan pedagang (*merchants*) China adalah dipraktikannya *Quanxi* sebagai nilai budaya yang diambil dari nilai *Confusian Ethic* secara konsisten oleh para pedagang China di Philipina. *Quanxi* diartikan dengan sebagai hubungan atau jaringan antara dua orang atau dua organisasi bisnis yang dibangun oleh nilai ikatan kesamaan budaya, kampung atau bahasa (Clemente, 2012). Para pedagang China memiliki hubungan satu dengan lainnya seperti hubungan *Principal-Agent*. Cabecilla adalah *group* yang memiliki *scale* perdagangan yang besar dan luas. Cabecilla melakukan kegiatan ekspor-impor. Cabecilla melakukan distribusi barang kepada pedagang tingkat bawah sebagai *agent* untuk menjual barang-barang impor. Cabecilla dengan pedagang di tingkat bawah berada dalam hubungan kerja sama suatu jaringan perdagangan barang-barang impor. Kesepakatan di antara mereka menjadi komitmen yang harus dipatuhi. Setiap pelanggaran diberi

*punish* atau sanksi yang disebut dengan *quanxi sanction*. Bentuk *quanxi sanction* adalah *disgrace* dan *blacklist* serta *exit* dari jaringan. Sanksi *quanxi* menjadi *informal sanction* yang melindungi kontrak dari perilaku *opportunist*.

Nilai-nilai budaya dalam bentuk *collectivism* dan *individualism* menciptakan efek pada organisasi bisnis. Pedagang-pedagang Spanyol (al Magribi) pada abad 11 melakukan perdagangan antar pulau. Mereka melakukan hubungan dagang dengan pedagang lain melalui korespondensi. Hubungan di antara pedagang adalah hubungan *principal-agent* dengan aktivitas perdagangan antar negara (*export-import*) dan bukan hubungan anggota keluarga (*non-family number*) serta bersifat individualis. Hubungan dagang yang berjalan dengan korespondensi menimbulkan *problem agency*. Jika *problem agency* ini diselesaikan melalui koordinasi yang bersifat legal-formal yaitu melalui undang-undang dan pengadilan maka akan menimbulkan *cost*. Pedagang-pedagang memilih menyelesaikan *problem agency* dengan menggunakan semangat *collectivism* di antara mereka yang begitu kuat.

Pedagang Magribi berkumpul dan berhimpun dalam suatu perkumpulan yang dikenal dengan Koalisi Pedagang Magribi. Mereka diikat oleh nilai dan semangat kebersamaan dalam menjalankan bisnis. Jika terjadi masalah *agency*, seperti adanya salah seorang anggota koalisi yang bertindak tidak sesuai dengan kontrak maka anggota lainnya akan ikut menanggung akibat. Sehingga masing-masing anggota berusaha menjaga nama baik koalisi dan mendorong untuk tetap konsisten dengan kontrak. Akibat perilaku menyimpang dari ketaatan kontrak tidak hanya menimpa individu yang melakukan tapi juga anggota koalisi lainnya. Masing-masing anggota koalisi akan melakukan proteksi terhadap yang lainnya sehingga tidak melakukan penyimpangan. Cara penyelesaian ini juga dikenal dengan sebutan *Community Responsibility System* (CRS). Cara penyelesaian ini dipandang *more efficient* dan *less costly* (Greif, 1994, 1995, 1997).

Nilai-nilai budaya sebagai solusi dari masalah *agency* juga dipakai di Jepang. Aktivitas perdagangan dalam bentuk kegiatan

ekspor-impor dan transaksi besar terjadi antara pedagang dengan broker. Hubungan mereka diikat dengan kontrak. *Problem agency* muncul dari ketidakmampuan pelaku kontrak mengontrol perilaku mitra dagang dan adanya *asymmetric information* dalam hubungan perdagangan. Cara yang dipakai untuk menyelesaikan masalah *agency* adalah dengan menerapkan nilai-nilai kebersamaan yang dianut dan berkembang dalam kehidupan masyarakat Jepang. Nilai-nilai kebersamaan tersebut sudah melembaga dengan nama Kubu Nakama. Nakama berarti kelompok yang terdiri dari anggota yang memiliki *kubu*. Sedangkan *kubu* adalah *group* pedagang yang mendapat pengakuan publik. Kubu Nakama memiliki fungsi sebagai pelindung kontrak dari tindakan menyimpang yang dilakukan pelaku bisnis. Jika seorang *broker* membohongi pedagang dalam masalah harga maka anggota Nakama lain akan membatalkan hubungan dagang dengan *broker* tersebut (Okazaki, 2004).

#### **Daftar Bacaan**

- Clemente, Tina S. (2013), *Guaxsi in Chinese Commerce Informal Enforcement in Spanish Philippines*. *Seoul Journal of Economic*, 26(2), 203-237
- Donaldson.L. (1990), *The Ethereal Hand: Organizational Economic and Management Theory* Acad.Manag.Rev, 15, 369-381
- Greif, A. (1993), *Contract Enforceability and Economic Institution in Early Trade: The Magribi Trader's Coalition*. *The American Economic Review*, Vol.83 No.3, 525-548
- Greif, A. (1994), *Cultural Belief and Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Society*. *The Journal of Political Economy*, 102, 912-950
- Greif, dkk. (1995), *Coorditaion, Commitment, and Enforcement: The Case of the Marchant Guild*. *The Journal of Political Economy*, Vol.102, No.5 745-778
- Gabre-Madhin, (1999), *Of Market and Middlemen: Role of Broker in Ethiopia*. *International Food Policy*

- Geertz, C. (1993), *Religion as a Cultural System: In the Interpretation of Cultural Selected Essay*. Fontana Press
- Gehrt, S. S. (1996), *Hispanic and Nature America Adolescent: An Exploratory Study of Their Approach to Shopping*. *Journal of retailing*, 107-324
- Gabre-Madhin, (1999), *Of Market and Middlemen: Role of Broker in Ethiopia*. *International Food Policy*
- Geertz, C. (1993), *Religion as a Cultural System: In the Interpretation of cultural Selected Essay*. Fontana Press
- Gehrt, S. S. (1996), *Hispanic and Nature America Adolescent: An Exploratory study of their approach to shopping*. *Journal of retailing*, 107-324
- Greif, A. (1997), *On teh Social Foundation and Historical Development of Instituions that Facilitate Impersonal Exchange: From the Community Responsibility System to Individual Legal Responsibility in Pre Modren Europe*. Stanford University Departement of Economic Working Paper
- Gujarati, Damodar N., *Basic Economectrics.*, (2003) New York: McGraw-Hill
- Hlavacek, J (2006), "Principal-Agent" Problem in the Context of the Economic Survival. *Acia Oeconomica Pragensia*, 14(3), 18-33
- Holfstede, G. (1980), *Culture and Consequences, Labor Rational Diffrence in Work-Related Value* Beverly Hill: Sage Publication
- Hornby, (Ed.) (1996), New York: Oxford University Press
- Hamidon, S. (2014), *The Development of Malay Entrepreneurship in Malaysia*. Kuala Lumpur: Institut Terjemahan & Buku Malaysia
- Hanzaee, K. H. (2011), *World Applied Sciences Journal*, 1527-1536
- Harrel, G. (1986), *Consumer Behavior*. Javanovoch: Harcourt Brace
- Hess, D. W. (2012), *The Impact of Religiosity on Personal Financial Decisions*. *Journal of Religion & Society*, 1-13

- Hunt, R. (1972), Measuring Religious Variabel: Replication. *Journal of Scientific Study of Religion*, 240-251
- Himes, J. S. (1967), *The Study of Sociology An Introduction*. AS: Scott, Foresman and Company
- Hofstede, G. (1980), *Culture's Consequences: International Difference in Work Related Value*. Beverly Hill, CA. Sage
- Kalleberg, (1990), *Culture, Control and Commitment: A Study of Work Organization and work Attitudes in the United State and Japan*
- Kathano, I. (2008), *Endangered Manuscript of Western Sumatera: Collection of Sufi Brotherhood*
- Khalifah, (1999), Religiosity as a Protective Mechanism Criminal. *The American Journal of Islamic Social Science* 1 (11), 1-11
- Khan, M. F. (1992), *Theory of Consumer Behavior in Islamic Perspektif*. Jeddah: IRT
- Kaldun, I. (1986), *Muqaddimah*. Jakarta: Pustaka Firdaus
- Kamaruddin, A. (2007), Religiosity and Shopping Orinetation: A Comparative Study of Malaysia and Thailand Consumer. *Jornal of Global Business Management Vol. 3 No. 2*
- Khairin, H. (2010), Measuring Religiosity in Consumer Research from Islamic Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 166-179
- Kluckhohn, A. d. (1952), *Culture A Critical Review of Concepts and Definations*. Massachusset. USA: The Mueseum Cambridge
- Koentjaraningrat. (2009), *Pengantar Ilmu Antropolog*. Jakarta: Rineka Cipta
- Krauss. *et al.* (2005), The Muslim Religiosity-Personality Inventory: Towards Understanding Difference in the Islamic Religiosity among teh malaysia youth. *Pertanika J Soc. Sci & Hum*, 173-186
- Kim, (2011), Beyond Principal –Agent Theories: Law and the Judicial Hirarchy *Northwestern University Law Review, Vol. 105*
- Kiser. (1999), Comarative Varietes of Agency Theory in Economics, Political Science and Sociology: an Ilustration from State

- Policy Implementation. *Sociological theory*, Vol.17 No.2, 146-170
- Keech.W.R. (1994), *Economic Politic: the Cost of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press
- King.M. (1967), Measuring the Religion Variabel: Nine Proposed Dimensions. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 6, 173-185
- Koentjaraningrat. (2009), *Imu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kolip, dkk, (2011), *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Kroeber, A and Talcott Parsons, (1958), The Concept of Culture and Social System. *American Sociological Review* 23: 582-83
- Kroeber, A and Clyde Kluckhohn, (1952), Culture: a Critical Review of Concept and Definition. *Peabody Museum Papers* 47:1, Cambridge, Harvard University Press
- Kyrk, H. (1923), *A Theory of Concumption*. New York: Houghton Hifflin Company
- Leuba, H.J. (1912), *A Psychological Study of Religion: Its Origin, Function and Future*. New York: The Macmillan Company
- laanccone. L.R. (1998), *Introduction to the Economic of Religion* *Journal of Economic Literature*, 36, 1465-1496
- Leuba,H. J. (1912), *A Psychological Study of Religion: Its origin, function and future*. New York: The Macmillan Company
- La Rosa, (2011), *Overconfidence and Moral Hazard*. *Games and economic Behavior*, Vol.73 No.2, 429-451
- Lesson, (2000), *Cultural Code: An Economic Analysis*
- LaBarbera, (1990), *The relationship Between Jewish Religious Intensity and Repeat Purchasing Behavior*. R.D. Taylor (eds.). *Proceedings of the Annual Meeting of the Southern Marketing*, (pp. 87-90)
- Lains, A. (1992), *Perubahan Sosial dari Sudut Ekonomi di Minangkabau.. Mestika Zed*, ed. *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Minangkabau* (pp. 99-109). Jakarta: Grafiti

- Lehrer, E. L. (2004), *Religion as a Determinant of Economic and Demographic Behavior in the United State*. Population and Development Review, 707-726.
- Lenski. G. (1961), *Religious Factor*. New York: Doubleday
- Kotler.P. (1997), *Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation, and Control*. New York: Prentice-Hall Inc University Press
- Madala., G.S., (2001), *Introduction to Econometric.*, New York: John Wiley & Son
- Manan. MA. (1993), *Islamic Economy: Theory and Practice*. England: Edward Arnold Limited
- Maggio, D. (1994), *Culture and Economy The Handbook of Economic Sociology* Princeton University Press
- Mahroef, (2010), Cultural Values and Economic Growth in Asia: An Empirical Analysis. *International Journal of Business and Social Science*, Vol 1 No.2, 16-27
- Manan, I. (1984), *A Traditional Elite in Continuity and Change: The Chief of the Matrilineal Lineages of the Minangkabau of West Sumatera, Indonesia*. Urbana Champaign: University of Illinois
- Manan, Muhammad Abdul. (1992), *The Behaviour of Firm and Its Objective in An Islamic Framework*. Malaysia: Longman Malaysia, Bhd
- Mandelker, (1987), *Managerial Incentives and Corporate Nnvestment and Financing Decisions.*, Journal of Finance 42, 823-837
- Mankiw, (2000), *Macroeconomic*. New York: WorthPusliher
- Marthon, Said Saad (2004), *Ekonomi Islam di Tengah Krisi Global*. Jakarta: Zikrul Hakim
- Mekling, dkk (1976), *Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structur*. Journal of Financial Economics, 3 (4), 305-360
- Mcdaniel, S. W. (1990), *Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria*. Journal of The Academy of Marketing Science, (Spring)

- Mestika Zed, dkk. (1992), *Perubahan Sosial di Minangkabau*. Padang: Pusat Studi Pembangunan dan Perubahan Sosial Budaya Universitas Andalas Padang
- Mirakhor, A. (2009), *Islamic Economic and Finance: An Institutional Perspective*. IIUM Journal of Economic and Management, 31-72
- Mirakhor, Z. I. (2011), *An Introduction to Islamic Finance*. Singapore: John Wiley & Sons Pte.Ltd
- Mohd Khairul Nizam, d. (2011), *The Concept of Reward and Punishment in Religion: A Special Reference to Kitab al Adab of Shahih Bukhari*. Juornal of Islamic Hsyory, 249-254
- Mokhlis, S. (2006), *The Effect of Religiosity on Shopping Orientasi: An Exporatory Study in Malaysia*. Journal American Academi Business, 64-74
- Mooij, M. D. (2004), *Painting the Tip of An Lceberg*.The Translator, 179-198
- Muchtharam, F. N. (2002), *Mengembangkan Kreatifitas Dalam Perspektif Psikologi Islami*. Jogjakarta: Menara Jogjakarta
- Guire, Mc,dkk. (2010), *The Impact of Religion on Financial Reporting Irregularities*.Working Paper, Texas A &M University
- Mellor,dkk (2008), *Religion and Cooperation in a Public Goods Experiment*. Departemen of Economics College of William and Mary 1-13
- Miller, R. L. (1982), *Intermediate Microeconomic*: McGraw-Hill
- Minard,dkk (1995), *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Misanan, M. (2007), *Ekonomi Isam*. Yogyakarta: LP3EI dan BI
- Munir,Misbahul, (2006), *Ekonomi Qurani*. Malang: UIN
- Mitnick, B. M. (2006), *Origin of the Theory of Agency*
- Muchlis Hanafi, (2009), *Pembangunan Ekonomi Umat*. Jakarta: Lajnah Pentashihan al Quran Kementerian Agama RI
- Muhammad Shahib, (2012), *Tafsir Ilmi; Penciptaan Manusia*. Jakarta: Kementerian Agama RI
- Misanan.,Munrokhim, dkk, (2008), *Ekonomi Islam*. UII Yogyakarta dan BI



- Madhin Gabre dan Eleni, Z. (1999), *Of Markets and Middlemen: The Role of Brokers in Ethiopia*. Washington DC: International Food Policy Research Institute
- Maheswaran, (2000), *Determinants of Country on Origin Evaluation*. Journal of Consumer Research, 96-108
- Mahn, dkk. (1996), *Sociocultural Approach to learning and development: A Vygotskian Framework*. Education Psychologist, 191-206
- Mangunwijaya, Y. (1986), *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak-anak*. Jakarta: Gramedia
- Marriam Abou Youssef, W. K. (2011), *Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implication: A Propose Market Minded Religiosity Scale*. Journal of America Science, 788-801
- Matdarwan. (1986), *Manusia, Agama dan Kebatinan*. Yogyakarta: Yayasan Bina Karir
- Mcdaniel, S. W. (1990), *Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria*. Journal of The Academy of Marketing Science, (Spring)
- Meckling, M. J. (1976), *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. Journal of Financial Economic, 3, 305-360
- Mestika Zed, (1992), *Perubahan Sosial Di Minangkabau*. Padang: Pusat Studi Pembangunan dan Perubahan Sosial Budaya Universitas Andalas Padang
- Mirakhor, Abbas. (2009), *Islamic Economic and Finance: An Institutional Perspective*. IIUM Journal of Economic and Management, 31-72
- Mirakhor, (2011), *An Introduction to Islamic Finance*. Singapore: John Wiley & Sons Pte.Ltd.
- Mohd Khairul Nizam, (2011), *The Concept of Reward and Punishment in Religion: A Special Reference to Kitab al Adab of Shahih Bukhari*. Jurnal of Islamic Hsyory, 249-254
- Mokhlis, S. (2006), *The Effect of Religiosity on Shopping Orientation: An Exporatory Study in Malaysia*. Journal American Academi Business, 64-74

- Mooij, M. D. (2004), *Painting the Tip of An Iceberg*. The Translator, 179-198
- Muchtharam, F. N. (2002), *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islami*. Yogyakarta: Menara Yogyakarta
- Nabhani, F. (1990), *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*. Surabaya: Risalah Gusti
- Nasution, H. (1987), *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspek*. Jakarta: UI Pres
- Nelson, dkk. (2009), *The Role of Ethiccal Value in an Expanded Psychological Contract*. Journal of Business Ethics, 90, 251-263
- Noland, M. (2005), *Religion and Economic Peformance World Development*, Vol.33 No.8, 1215-1232
- Norezayan, dkk. (2007), *God Is Wachting You, Priming God Concept Increases Prosocial Behavior in an Anonymous Economic Game*. Psychological Science, 10 (9), 803-809
- Nurdiana, (2011). *Hadist-Hadist Ekonomi*. Malang: UIN Press
- Nusyirwan. (2010), *Manusia Minangkabau Induik Bajaso Mati Bapusako, Alam Takambang Jadi Guru*. Yogyakarta: Gre Publishing
- Okumus.,H. (2005), *Interest-Free Banking in Turkey: A Study of Customer Satisfaction and Banking Selection Criteria*, Journal of Economic Coorporate 26 (4): 51-86
- Okazaki, T. (2004), *The Role of The Merchant Coalition in Pre-modern Economic Development: An Historical Institutional Analysis*. CIRJE
- Okazaki, T. (2001), *The Role of the Merchant Coalition in Pre Modren Japanese Economic Development: An Historical Institution Analysis*. Exploration in economic history, 184-201
- Shafranske, E. &. (1990), *Clinical Psychologists' Religious and Spiritual Orientations and Their Practice of Psychotherapy*. Psychotherapy, 72-78
- Sheth, J. N. (1983), *Cross-Cultural Influences o the Buyer-seller interaction*. Asia-Pacific Journal of Management, 46-55
- Shihab, Quraish. (2013), *Dia Di mana-mana*. Jakarta: Lentera Hati

- Shweder, R. A. (1991), *Thinking Through Cultures: Expenditions in Cultural Psychology*. Harvard University Press, Cambridge
- Simaradjo, J. S. (1970), *Meneliti Asal Usul Sebutan Minangkabau*. Darussalam, 52-58
- Sood, J. d. (1995), *Religiosity and Nationality: An Exploratory Study of Their Effect on Consumer Behavior in Japan*. *Journal of Business Research*, 1-4
- Tabellini, (2010), Cultural and Institution Bifurcation: China and Europe Compared, <http://ssrn.com/abstract=1532906>

Contoh lainnya dapat dilihat dan dipelajari dari artikel yang ditulis oleh M. Joseph Sirgy<sup>1</sup> & Dong-Jin Lee (2017) dengan judul *Work-Life Balance: an Integrative Review* dimuat di *Applied Research Quality Life*<sup>42</sup>

<b>Theoretical approaches to work life balance</b>	<b>Key Characteristics in work-life balance</b>	<b>Conceptualization of work-life balance</b>	<b>Representative authors</b>
Role engagement in work life and non-work life	Attentive engagement in multiple roles	The tendency to become fully engaged in the performance of every role in one's total role system to approach each role and role partner with an attitude of attentiveness and care	Joseph Sirgy M., Lee D. Marks (1977);
	Equal time and involvement across multiple roles	Equal time and involvement across multiple roles	Marks and MacDermid (1996);

<sup>42</sup> M. Joseph Sirgy<sup>1</sup> & Dong-Jin Lee, *Work-Life Balance: an Integrative Review*, *Applied Research Quality Life* DOI 10.1007/s11482-017-9509-8, 2017

Theoretical approaches to work-life balance	Key Characteristics in work-life balance	Conceptualization of work-life balance	Representative authors
Minimal conflict between work and non-work roles	Balanced satisfaction across life domains	Engagement in multiple roles with an approximate equal level of attention, time, involvement or commitment)	Sieber (1974) Kirchmeyer (2000) Clark (2000);
	Balance in time, involvement, and satisfaction across life domains	Allocation of time and psychological energy in a balanced way in work and nonwork life while deriving much satisfaction from both work and non-work life Minimal conflict between work and non-work roles	Kirchmeyer (2000) Greenhaus <i>et al.</i> (2003) Allen <i>et al.</i> (2000);
	Minimal conflict between work and non-work roles	Satisfaction and good functioning in work and family roles with minimum role conflict	Clark (2000); Kahn <i>et al.</i> (1964);
	Role enrichment with no role conflict A high degree of role enrichment with a low degree of role conflict in work and nonwork life domains	A high degree of role enrichment with a low degree of role conflict in work and nonwork life domains	Galinsky and Johnson (1998);

<b>Theoretical approaches to work life balance</b>	<b>Key Characteristics in work-life balance</b>	<b>Conceptualization of work-life balance</b>	<b>Representative authors</b>
	Management of resources to minimize role conflicts	Work-life balance is achieved through effective management of role conflict--conflict or interference results when resources to meet role demand are threatened or lost.	Frone (2003); Greenhaus and Powell (2006) Fisher <i>et al.</i> (2009); Hobfoll (1989)

Ada juga penulis lainnya membuat kategori penelitian dan penelitiannya tidak hanya menurut waktu tapi dilengkapi dengan kategori data, sampel, analisis, variabel yang digunakan dan temuan utama penelitian<sup>43</sup>.

<b>Year and Author</b>	<b>Data, sample and analysis</b>	<b>Variable independent (IV) and dependent (DV)</b>	<b>Key findings</b>
Taib <i>et al.</i> (2008)	Survey data collected from 300 Malaysian post-graduate university students	IV: Attitude and Subjective Norms DV: intention to use DP	The findings confirm that TRA's reasoning in that consumers' intention to engage in DP is highly influenced by their attitude and subjective norms, although the latter commands greater influence than the former

<sup>43</sup> Haque, A., Sarwar, A., Yasmin, F., Tarofder, A. K., & Hossain, M. A. (2015). Non-muslim consumers' perception toward purchasing halal food products in malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 133–147. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2014-0033>

Year and Author	Data, sample and analysis	Variable independent (IV) and dependent (DV)	Key findings
Amin <i>et al.</i> (2010)	This study used convenience sampling and data from bank customers in 2009. 214 useable questionnaires and used regression models for analysis	IV: Attitude toward Qardhul Hassan, subjective norms, and pricing of Qardhul Hassan DV: Acceptance of Qardhul Hassan	Their findings show that attitude and subjective norms impact on acceptance of Qardhul Hassan but pricing also one of important determinants of predicting acceptance of Qardhul Hassan
Amin, <i>et al.</i> (2011)	Data were obtained through a face-to-face survey using semistructured questionnaire. Out of a total of 150 responses, only 136 responses were usable for further analysis	IV: Attitude, social influence and pricing of Islamic personal financing. DV: Intention to use Islamic personal financing Moderating: religious obligation, government support and pricing of Islamic personal financing  Islamic banks have more than one competitive advantage that is unique to their customers. Important determinants of intention to use Islamic personal financing are attitude and social influence	Islamic banks have more than one competitive advantage that is unique to their customers. Important determinants of intention to use Islamic personal financing are attitude and social influence

<b>Year and Author</b>	<b>Data, sample and analysis</b>	<b>Variable independent (IV) and dependent (DV)</b>	<b>Key findings</b>
Rahim and Amin (2011)	They collected 176 valid survey responses and used regression Information	IV: Attitude, subjective norm, and Amount of Information DV: Acceptance of Islamic insurance	This study reveals that attitude, subjective norm, and amount of Information are influential predictors of acceptance of Islamic insurance
Sun <i>et al.</i> (2012)	This study used convenience sampling and snowball sampling and obtained 130 responses.	IV: Perceived usefulness, perceived credibility, perceived financial cost, perceived selfexpressiveness and subjective norms Moderating: Religious affiliation and commitment DV: Intention to adopt Islamic mobile phone banking	This study asserts that religious affiliation and commitment moderates relationship between perceived usefulness, perceived selfexpressiveness, subjective norm and intention to adopt Islamic mobile phone banking. Also confirmed that perceived credibility and perceived financial cost impacts on intention to adopt Islamic mobile phone banking
Al-Qasa <i>et al.</i> , 2013	This study used regression for analysis	IV: Perceived service quality, banking legal framework, bank advertisement,	The results disclose that attitude, subjective norm, and perceived financial

Year and Author	Data, sample and analysis	Variable independent (IV) and dependent (DV)	Key findings
Amin (2013)	This study asserts that religious affiliation and commitment moderates relationship between perceived usefulness, perceived selfexpressiveness, subjective norm and intention to adopt Islamic mobile phone banking. Also confirmed that perceived credibility and perceived financial cost impacts on intention to adopt Islamic mobile phone banking <i>Al-Qasa et al., 2013</i>	cultural belief DV: Behavioral intention to use banking services  IV: Attitude, norms and perceived financial cost DV: Intention to choose Islamic credit cards	cost significantly influence the intention to choose Islamic credit cards. Attitude is first ranked as an influential factor in explaining one's intention to choose Islamic credit cards  Advertising is a mediator for pricepurchase intention relationship. It was found that the presence of advertising may not change the intention to purchase Halal products but price may influence purchase intentions
Hussin <i>et al.</i> (2013)	Random sampling method was used, with 70% response	IV: Brand, price, quality, ingredients, labeling	Most customers rely on Halal marketing.



Year and Author	Data, sample and analysis	Variable independent (IV) and dependent (DV)	Key findings
Awam <i>et al.</i> (2014)	<p>rate. A total of 890 respondents were collected for the study</p> <p>This study produced rich results and highlighted that service quality, banking legal framework, bank advertisement are significant and positively related to behavioral intention. Cultural belief was significant but played a negative role on behavioral intent to use banking system in Yemen</p>	<p>Mediating: Advertising DV: Purchase intention</p> <p>IV: Halal awareness, Religious belief, Halal marketing, Halal certification, and personal societal Perception DV: Intention to purchase halal product</p>	<p>Personal and societal perceptions, Halal certifications produced little impact when making a purchase decision</p> <p>This study reveals that education is instrumental in determining Islamic home financing preferences. In contrast, justice and welfare are insignificantly related to Islamic home financing preference. Religious satisfaction, to a certain extent, plays a role not only as a mediator but also as a moderator. Also find that RS has a full mediation effect on the relationship between welfare and willingness to consider applying Islamic mortgage. They discover justice is moderated by RS. Education and</p>

Year and Author	Data, sample and analysis	Variable independent (IV) and dependent (DV)	Key findings
Amin <i>et al.</i> (2014)	The paper extends partial least Squares (PLS) to examine the impact of variables on intention to choose Islamic credit cards. Their model was tested using survey data from 257	IV: Three objectives of Shariah Mediating and moderating: Religious satisfaction DV: Willingness to consider applying for Islamic mortgage	welfare however did not produce moderating effects  The authors find that individuals' religiosity significantly influences their attitude toward Islamic banks. Religiosity has an indirect effect on purchase intentions of Islamic bank services through attitude toward banks
Souiden and Rani (2015)	200 adult Muslim respondents using convenience sampling method	IV: Religiosity Mediating: Consumer attitudes DV: Purchase intention toward Islamic banking	Table I. (continued) JIMA Downloaded by University of Louisiana at Lafayette At 07:30 24 September 2018 (PT)norms of bank customers has a positive correlation with an intention to apply for credit. They also provide empirical evidence that pricing of Qardhul Hassan is an important determinant for predicting acceptance of Qardhul Hassan.

Year and Author	Data, sample and analysis	Variable independent (IV) and dependent (DV)	Key findings
Md Husin <i>et al.</i> (2016a)	300 respondents were taken from four major cities of Pakistan	IV: Mass media (MM) and word of mouth Mediating: Subjective norms DV: Intention to purchase Subjective norm mediates the relationship between mass media and intention to purchase Takaful.	Amin <i>et al.</i> (2011) examined the determinants of customer's intention to use Islamic personal financing.  They found that attitude, social influences and pricing have an effect on customer's intention to use Islamic personal financing. investigates the moderating effects of knowledge and pricing on the relationship between attitude and behavioral intention toward Islamic banks in Indonesia. She found that these moderator variables do not influence the Islamic banking attitude and intention relationship; knowledge, however, acts as a determinant of intention toward Islamic banks. advertisement (e.g. television, social media, etc.) have a

Year and Author	Data, sample and analysis	Variable independent (IV) and dependent (DV)	Key findings
	<p>The scale was pre-tested on a sample of 188 respondents. To test the research hypotheses, a second data was collection based on a convenience sampling technique, yielding a sample of 217</p> <p>This paper investigates the influence of mass media (MM) and word of mouth (WOM) on intentions to purchase a Takaful. They used a convenience sampling technique and SEM for hypothesis testing</p> <p>This paper determines factors that influence adoption of Islamic credit cards. Unit of analysis was bankers and users.</p>	<p>IV: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived religiosity, trust, Mediating: Attitude            DV: Intention to use            They found attitude has significant effects on intention to use Islamic credit cards</p>	<p>positive effect, while cultural belief has negative impacts on intention to use the banking system.</p>

## **Literature Review sebagai Artikel (Full Paper)**

Tidak ada format yang baku terkait artikel yang ditulis dalam bentuk Artikel *Literature Review*. Masing-masing lembaga pengelola jurnal memiliki gaya selingkung. Sehingga setiap penulis yang akan mengirim atau *submit* artikel harus merujuk ke petunjuk yang ditetapkan. Sebagai contoh dapat dikemukakan:

### **1. The Quarterly Journal of Economics**

Teks tulisan atau artiikel disimpan dengan sistem penyimpanan dokumen *doc* or *.rtf format* atau TeX. Judul artikel ditulis dengan kapital. Setelah judul segera di bagian bawahnya ditulis nama penulis. Jika penulisnya lebih satu orang maka dilanjutkan dengan di bagian bawah dengan jarak 1 spasi. Namun jika penulis lebih dari dua maka ditulis di bawah penulis kedua dengan diberi jarak 2 spasi. Artikel ditulis dengan 2 spasi ganda dengan memberi nomor di bagian bawah. Gunakan nama yang singkat dan afiliasi (lembaga penulis) tanpa *italic* (dimiringkan) dan diberi *underline*. Abstrak yang ditulis tidak boleh lebih dari 250 kata. *Footnotes* harus dinomori secara konsisten dan ditulis ringkas mungkin. referensi ditulis dengan sesuai contoh yang diberikan oleh pengelola jurnal, seperti:

- Morwitz, Vicki, Eric A. Greenleaf, and Eric J. Johnson, "Divide and Prosper: Consumers' Reactions to Partitioned Prices," *Journal of Marketing Research*, 35 (1998), 453–463.
- —, "Politically Connected Firms," *American Economic Review*, forthcoming, 2005.
- Kroszner, Randall S., and Philip E. Strahan, *What Drives Deregulation*, 4th ed. (New York, NY: Checkmark Books, Facts on File Inc.).

- Kroszner, Randall S., and Philip E. Strahan, ed., *What Drives Deregulation*, 4th ed. (New York, NY: Checkmark Books, Facts on File, Inc.).
- Kroszner, Randall S., and Philip E. Strahan, "Obstacles to Optimal Policy: The Interplay of Economics and Politics in Shaping Banking Reforms," in *Prudential Supervision: What Works and What Doesn't*, Frederic S. Mishkin, ed. (Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2001).
- Kroszner, Randall S., and Philip E. Strahan, "What Drives Deregulation?," NBER Working Paper No. w5868, 1996.
- *Factiva* (<http://factiva.com>, Dow Jones and Reuters). Note: Set newspaper/magazine names in italic.

Jika artikel memuat tabel-tabel untuk data kuantitatif maka harus diberi nama tabel dengan sistem centered yang diawali dengan huruf kapital. Selain tabel, jika penulis memuat gambar untuk mendukung penjelasan dalam artikel, maka ditentukan minimum resolutions untuk warna gambar.<sup>44</sup>

## 2. Journal of Economics Theory

Teks tulisan harus disimpan dalam *file* Word atau PDF. Jika penulis hanya satu sekaligus ditandai sebagai *the corresponding author* yang ditulis dengan alamat *e-mail*. Penulis harus yang akan mengirimkan artikel ke jurnal ini sudah disiapkan dengan format *template* yang *ready* untuk membentuk draf artikel penulis sesuai dengan kebijakan pengelola jurnal.

Sebagai pembanding dan sekaligus menunjukkan bahwa gaya selingkung berbeda masing-masing jurnal dan bidang keilmuan. Dalam bidang kajian linguistik, sastra, dan pengajaran bahasa. Gaya selingkung pada jurnal yang mengusung tema-tema tersebut menggunakan margin atas 3,5 cm, kanan 2,5 cm, kiri 3,5 cm, dan bawah 2,5 cm. Panjang artikel jurnal adalah 12-18

---

<sup>44</sup> *The Quarterly Journal of economic* [sshttps://academic.oup.com/qje/pages/Instructions\\_To\\_Authors](https://academic.oup.com/qje/pages/Instructions_To_Authors)

halaman dan secara keseluruhan isi dalam artikel ini menggunakan font arial dengan ukuran 11. Pada bagian judul menggunakan huruf Goudy Old Style dengan ukuran 13, *sentence case*, dan rata tengah. Identitas penulis terdiri dari nama penulis yang ditulis menggunakan huruf Goudy Old Style dengan ukuran 13 dan cetak tebal, sedangkan untuk nama instansi, dan alamat *e-mail* ditulis dengan menggunakan huruf Goudy Old Style ukuran 11. Abstrak dalam jurnal Okara berisi antara 150-200 kata, menggunakan huruf Goudy Old Style, cetak miring, rata kanan-kiri, dan spasi 1. Dalam bagian abstrak berisi pernyataan umum topik pembahasan, tujuan penelitian, metode, hasil, dan simpulan. Kata kunci dalam jurnal ini menggunakan huruf Goudy Old Style dengan ukuran 11, spasi tunggal, rata tengah, dan tidak lebih dari 4 kata kunci. Pada bagian pendahuluan berisi latar belakang, masalah, jawaban dari masalah, dan tujuan penelitian. Bagian metode berisi tentang metode penelitian yang digunakan, desain, populasi, sampel, dan data analisis. Hasil pembahasan ditulis dalam beberapa bagian dengan menggunakan font Arial dengan ukuran 11. Simpulan berisi uraian singkat hasil pembahasan, dan rekomendasi hasil pembahasan. dalam jurnal Okara penulisan daftar pustaka diurutkan berdasarkan abjad, menggunakan Mendeley dan Zotero System<sup>45</sup>

Hal penting perlu diingat dan diperhatikan adalah penulis harus menetapkan ke jurnal mana ia akan *submit* artikel. Penulis harus mempelajari dan memedomani *author guideline* yang dikeluarkan secara resmi oleh setiap jurnal. Namun secara umum, format dapat dijelaskan sebagai pedoman umum yang terdiri dari:

#### **1. Pengantar**

Di bagian ini memuat pendefinisian topik artikel. Sebutkan apa *statement* umum tentang topik yang dipilih tersebut dan dilanjutkan ke hal yang spesifik terkait topik artikel yang dipilih dan ditulis. Atau problem yang secara spesifik yang akan dibuktikan, ditemu-kenali, diinvestigasi, dijawab dan diungkap. Tentukan *scope*

---

<sup>45</sup> Subekti, N. A. (2019, January 4). Lima Gaya Seingkung Penulisan Jurnal di Indonesia, <https://doi.org/10.31227/osf.io/5vh4r>

yang akan didalami untuk dibahas lebih lanjut dalam artikel. Paparkan sumber-sumber yang akan digunakan dalam membahas topik yang dipilih untuk dibahas. Uraikan apa kontribusi atau pun juga keunikan artikel yang ditulis dibanding artikel-artikel sebelumnya dalam ranah keilmuan terkait topik.

Jamak dikenal di dunia jurnal akademik, sebuah artikel yang dikirim ditolak (*rejected*) disebabkan tidak jelas apa kontribusi dari artikel yang dikirimkan termasuk kontribusi teoritikal dan praktis. Untuk itu sangat penting bagi penulis untuk memperjelas kontribusi dari artikel tersebut dalam rangkaian kerjanya menulis. artikel *me-review literature*.<sup>46</sup>

Sangat penting diingat bahwa pada bagian ini, penulis jangan melakukan *travelogue*. Pembaca tidak perlu itu. Pembaca di bagian ini sangat kuat keinginan untuk secara cepat menemukan apa keunikan tulisan kita dan temuan baru apa yang akan disampaikan (*novelty*). Untuk itu umumnya pembaca melakukan *skim* (sebagai teknik membaca dengan sepiantas).

Ada 3 teknik membaca jurnal yang biasa dipakai oleh pembaca. *Pertama*, membaca sepiantas (*skimming*). Pada teknik ini pembaca jurnal *turn in* ke ide utama. Pembaca lebih fokus kepada apa yang dibutuhkan dari artikel yang sedang dibacanya. Adakah suatu hal unik dan menarik dalam artikel ini? Ini yang akan dicari jawaban secara cepat oleh pembaca artikel. *Skimming* ini tidak membaca huruf per-huruf dan per-kalimat tapi lebih fokus mencari ide utama. Begitu ditemukannya, pembaca akan memutuskan lanjut. Dengan demikian, pembaca tidak banyak melakukan *invest* waktu di bagian pengantar. Maka penulis. dituntut untuk lebih menulis secara lebih ringkas dan *simple* namun dapat dengan cepat kebutuhan pembaca dengan pola *skimming* dipenuhi.

*Kedua*, *scan* (memindai). Memindai ini hanya untuk mencari informasi tertentu atau fakta tertentu. Pemindaian yang dilakukan dapat dikatakan berhasil jika kita dapat memahami bagaimana artikel ini dibentuk dan disusun serta apa bahannya. Pembaca

---

<sup>46</sup> Davi Nakano dan Jorge mUniz Jr, Wrtig Tej lietarture review. for empirical papaer, Produstion 28 2018, <http://dx.doi.org/10.1590/010-651.20170086>



menggunakan alat untuk membaca lebih cepat dan mencari informasi yang dibutuhkan dengan menggunakan alat bantu mengecek kata-kata dan kalimat yang ada agar lebih cepat menemukan informasi yang dibutuhkan. *Ketiga*, pahami. (*understand*). Langkah ini berbeda dari yang dua sebelumnya. Beda cara baca akan membuat beda pula besaran waktu yang dialokasikan. Setelah paham dilanjutkan penentuan sikap menerima atau menolak ide yang disampaikan penulis atau bagaimana sikap pembaca terhadap tulisan dan menentukan ke mana arah pemikiran penulis<sup>47</sup>

Karena pembaca tidak mau menghabiskan waktu lama membaca di bagian pengantar ini, maka selain memahami cara membaca yang biasa dipakai pembaca perlu juga diperhatikan kebiasaan lain pembaca ketika berinteraksi dengan artikel atau jurnal. Kebiasaan itu di antaranya; *pertama*, sebelum membaca jurnal, pembaca memperhatikan tanggal *publish*. Jika jurnal sudah terbit dalam waktu lama maka pembaca biasanya melewatkan dan tidak tertarik lebih lanjut untuk baca. Hal ini disebabkan karena pembaca menganggap artikel yang sudah lama tidak akan menghadirkan hal terbaru. Banyak artikel-artikel terbit dengan membawa informasi baru terbaru. Arti perkembangan suatu kajian begitu cepat berlalu. Sangat tepat yang dicari adalah yang terbaru (*update*). *Kedua*, setelah merasa penting baru pembaca fokus bagian awal secara cepat.<sup>48</sup>

## **2. Bagian Utama**

Di bagian ini penulis melakukan *critical* dan evaluasi *literature*. Ringkaskan *Literature Review* yang ada dan relevan dengan topik secara *critical*. Penulis sangat perlu memiliki *critical thinking* (berfikir kritis). Untuk dapat melakukan *critical thinking* dengan baik maka penulis harus memiliki kemampuan berfikir kritis.

---

<sup>47</sup> Ade GafarAbdullah, Dari. Riset. Sampai Nasakah Panduan MNejulis Artikel Ilmiah bagi Mahasiswa, Dosen dan Peneliti, Bandung. Rumah Publikasi Indoensia, 2019, hal. 90-91

<sup>48</sup> \_\_\_\_\_, Ibid, hal. 28

Berpikir kritis secara akademik merupakan salah satu strategi *life skill* dan dapat meningkatkan kinerja akademik (*academic performance*). Ada 7 langkah untuk *critical thinking*; identifikasi isu yang dibicarakan, pikir tentang tujuan, *brainstorming* kemungkinan solusi yang dapat ditawarkan, berpikir kemungkinan akhir atau hasil yang ada didapat atau diperoleh, coba satu solusi dan evaluasi hasil.

Namun pendapat lain; *describing*, narasikan dengan jelas pengertian atau konsep yang sedang dibicarakan dan apa tema spesial dari yang dibicarakan. *Reflecting*, kemukakan apa yang menjadi *point* penting topik yang akan dibicarakan atau sedang dibicarakan dan bandingkan dengan lainnya. Informasikan apa dan pengalaman baru apa yang ada dalam ide Saudara yang ingin disampaikan. *Analizing*, uji dan jelaskan bagian ide atau topik Saudara kontraskan dengan elemen lainnya yang berkaitan dengan topik Saudara pilih. *Critiquing*, identifikasi dan uji kelemahannya dengan mengemukakan argumen serta juga apa kekuatannya. Posisi kita di antara pendapat yang terkait topik yang sedang dibicarakan secara netral dan jujur. *Reasoning*, gunakan metode seperti berpikir sebab-akibat yang dipaparkan secara *logic*/dapat diterima akal. Selain itu juga kemukakan temuan yang mendukung dan menolak sebuah argumen. *Evaluating*; jelaskan secara ringkas kesuksesan dan kegagalan atau nilai sesuatu.<sup>49</sup>

### **3. Kesimpulan**

Seringkali dalam membuat kesimpulan, penulis melakukan *copy paste* terhadap beberapa narasi di bagian sebelumnya yang dipandang penting oleh penulis. Ini tentu merupakan sebuah kekeliruan. Bagian kesimpulan sejatinya menjadi tempat bagi penulis untuk menuangkan hal baru apa atau apa temuan penting dalam artikel.

---

<sup>49</sup> Ken Changwong, dkk, *Critical thinking skill development: Analysis of New learning management model for Thai high school*, Journal. of International Studies, 11 (2), 37-48. doi:10.14254/2071.8330.2018/11-2/3

Bagian ini berisikan ringkasan temuan dari artikel dan di mana posisi temuan kita jika dikaitkan dengan hasil atau kajian atau studi-studi terdahulu. Bandingkan kekuatan dan kelemahan dari kajian atau artikel sebelumnya. Catat artikel yang mendukung *claim* kita. Terakhir, berikan dan rekomendasikan apa tema-tema riset di masa depan dari kelemahan yang ada di artikel sebelum untuk dilakukan lebih lanjut oleh peneliti.

## **Contoh: Literature Review Terpisah dari Bagian Pengantar:**

### **Perilaku Berorientasi Wirausaha dan Religiusitas: Sebuah Kajian awal bagi Peningkatan Kinerja UMK<sup>50</sup>.**

#### **Pengantar**

Beberapa dekade belakangan, kajian *entrepreneurship* diwarnai oleh integrasi variabel baru, yaitu agama. Sebelumnya, agama seperti seekor gajah dalam ruangan; dilihat dengan jelas namun diabaikan (Gümüşay, 2015). Masuknya isu agama ke studi di lapangan *entrepreneurship* setelah ketahu bahwa ada faktor internal yang menggerakkan perilaku pengusaha (Morris & Schindehutte, 2005). Faktor internal tersebut adalah tingkat penghayatan nilai-nilai agama oleh wirausaha (Kinjerski & Skrypnek, 2004). Seiring dengan meningkatnya perhatian pada agama sebagai faktor yang ikut mempengaruhi perilaku *entrepreneur* maka penelitian dengan tema pengaruh agama terhadap kewirausahaan di kalangan peneliti semakin meningkat (Sherman, 2010). Meningkatnya kajian dan perhatian ke agama di bidang studi *entrepreneurship* maka agama menjadi kajian yang potensial dan mendapat tempat dalam menjelaskan *action* wirausaha (Balog, Baker, & Walker, 2014; Park, Griebel Rogers, Neubert, & Dougherty, 2014).

Studi kewirausahaan diarahkan ke perilaku berorientasi wirausaha (yang dikenal dengan *Entrepreneurial Orientation/EO*). Perilaku berorientasi wirausaha menjadi kunci perusahaan dalam

---

<sup>50</sup> Diambil dari Publikasi hasil Riset Kolaborasi 2020, Asyari (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi dan Perengki Susanto, Fakultas Ekonomi UNP Padang.

upaya meningkatkan keberhasilan di tengah persaingan yang kian ketat. Hubungan perilaku berorientasi wirausaha dengan kinerja perusahaan UMKM telah banyak diteliti oleh peneliti dari berbagai negara (Jantunen, Puumalainen, Saarenketo, & Kyläheiko, 2005; Swierczek & Ha, 2003; Johan Wiklund & Shepherd, 2005; Zahra, 1995) namun kebanyakan penelitian tersebut berfokus pada tingkat persaingan daripada unsur intrinsik pelaku UMKM, seperti agama. Religion dalam studi-studi *entrepreneurship* merupakan satu elemen yang diabaikan (Corrêa, Vale, & Cruz, 2017; Pearce, Fritz, & Davis, 2010). Sehingga hubungan agama dengan *entrepreneurship*, dan *entrepreneurial behavior* masih kabur atau sesuatu yang belum tegas (*puzzy partly*) (Nwankwo, Gbadamosi, & Ojo, 2012).

Kajian kewirausahaan yang mengintegrasikan variabel agama akan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap kewirausahaan (Smith, Conger, McMullen, & Neubert, 2019). Tanpa agama maka akan terjadi pemahaman keilmuan kewirausahaan yang tidak lengkap (Chan-Serafin, Brief, & George, 2013) serta terbatasnya kajian-kajian potensial muncul di lapangan kewirausahaan (Robert, 2000).

Kajian ini penting mengingat, Indonesia bukan negara Islam tapi pemilik muslim terbanyak. Bagi wirausahawan muslim, Islam adalah *as a way of life* dan memiliki peran penting dalam kehidupan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran untuk mengintegrasikan Islam ke dalam aktivitas ekonomi, wirausaha muslim juga tumbuh meningkat sebagai respons dari pasar konsumen muslim. Dengan demikian, interaksi Islam dan wirausaha menjadi berkait (*become particulaly pertinent*) (Gümüşay, 2015). Lebih dari itu, studi ini juga diharapkan dapat menambah keterbatasan *literature* terkait *entrepreneurship*, *religiosity* dan *SMEs performance*.

### **Literature Review dari Kajian Perilaku Berorientasi Wirausaha dan Religiosity**

Para peneliti menjadikan perilaku berorientasi wirausaha sebagai fokus dalam penelitian sejak 2010 meskipun ia pertama diperkenalkan tahun 1983. Perilaku berorientasi wirausaha direfleksikan pada *behavior* yang meliputi *willingness to take risks*, *innovativeness*, *proactiveness*, *autonomy and competitive aggressiveness* (Bolton & Lane, 2012) dan juga perilaku berorientasi wirausaha direfleksikan melalui proses atau budaya dalam perusahaan (Jeffrey G. Covin, 2018).

Ada dua pandangan terkait dimensi perilaku berorientasi wirausaha. Pertama, dimensi unidimensional yang diperkenalkan oleh Miller dan Covin serta Slevin (Covin & Lumpkin, 2011). Dalam pandangan unidimensional, dimensi perilaku berorientasi wirausaha terdiri *risk taking*, *innovativeness* dan *proactiveness* dalam sebuah perusahaan. Sementara dalam pandangan multidimensional, perilaku berorientasi wirausaha terdiri dari *risk taking*, *innovativeness*, *proactiveness*, *competitive aggressiveness* dan *autonomy* (Lumpkin, Steier, & Wright, 2011).

Inovatif merupakan semangat untuk menemukan ide-ide, percobaan dan kreativitas yang baru. Inovatif memiliki penekanan pada R&D dan tingkat perubahan barang dan jasa yang *unique* sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Inovatif dapat berjalan dengan baik jika pelaku usaha memiliki perilaku *proactiveness*. *Proactiveness* adalah perilaku bergerak dinamis dan bergerak lebih awal untuk sebuah keuntungan/keunggulan dan mengantisipasi peristiwa masa depan. *Proactiveness* juga sebagai upaya untuk menciptakan *demand* di masa depan. Masa depan adalah ketidakpastian dan memiliki risiko. *Risk taking* adalah perilaku tidak lari dari risiko atau berani menghadapi risiko bisnis. *Competitive aggressiveness* adalah ambisi untuk meningkatkan *market share* dan *autonomy* merupakan kebebasan dalam mengambil keputusan. *Autonomy* penting bagi tumbuh dan berkembang 4 dimensi sebelumnya. *Innovativeness*, *risk taking*, *proactiveness*, *competitive aggressiveness* memungkinkan berjalan

dengan baik jika ada kebebasan dan kemandirian (Covin & Lumpkin, 2011; Mevarech, 1982).

Literatur tentang *religiosity* and *entrepreneurship* menjelaskan bahwa *religiosity* memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurship* di dua level; mikro dan makro. Di level mikro berkaitan dengan pengaruh *religiosity* terhadap individu wirausaha sedangkan di level makro berkaitan dengan organisasi. Pengaruh *religiosity* terhadap individu wirausaha meliputi motivasi (Baron, 2004; Morris & Schindehutte, 2005; Pio, 2010; Ummu Kolsome Farouk, 2011), perilaku bisnis yang bertanggung jawab (*responsible business. behavior*) (Avram & Kühne, 2008; Day & Hudson, 2011; La Pira & Gillin, 2006) dan terhadap kesehatan fisik dan psikologi (Bhave, 1994; Bird & Schjoedt, 2009; Holly & Buttner, 1992). Di level makro meliputi pengaruh *religiosity* terhadap pengambilan keputusan (*decision making*) (Dodd & Seaman, 1998) dan penciptaan perusahaan baru (Carswell & Rolland, 2004; Nair & Pandey, 2006; Woodrum, 1985), kinerja perusahaan (Baharun & Kamarudin, 2001; Cheung & King, 2004; Jurkiewicz & Giacalone, 2004) serta lingkungan sosial budaya (*socialcultural enviromental*) (Cao, 2007).

Untuk isu khusus, *religiosity* dan perilaku berorientasi wirausaha, peneliti sebelumnya mengungkap bahwa *religiosity* dapat memperkuat inovasi dalam organisasi bisnis di samping memperkuat komitmen pekerja untuk mencapai visi perusahaan dan tenaga kerja dalam perusahaan akan lebih kreatif (Neck & Milliman, 2006). Selain itu, juga diperoleh informasi pengaruh *religiosity* terhadap perilaku berorientasi wirausaha dalam kondisi kompleks dan berpengaruh positif (Galbraith & Galbraith, 2007; Iyer, 1999; Martes & Rodriguez, 2003; V.Kwon, 1997) dan ada pula yang tidak berpengaruh signifikan (Dodd & Seaman, 1998).

Secara statistik ditemukan bahwa terdapat hubungan positif antara *religiosity* dengan perilaku berorientasi wirausaha (Audretsch, Belitski, & Desai, 2015; Bellu & Fiume, 2004; Gursoy, Altinay, & Kenebayeva, 2017). Dalam pendekatan kuantitatif, di New Zealand ditemukan bahwa *religion* tidak menghalangi

tumbuhnya perilaku berorientasi wirausaha (Carswell & Rolland, 2004). *Religiosity* mempengaruhi dimensi EO yaitu *risk taking* sebagai sub dimensi perilaku berorientasi wirausaha. Penelitian yang dikhususkan kepada penganut Budha (*Buddhism*) ditemukan bahwa di Japan dominan pemeluk Budha bahwa agama memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku siap mengambil risiko (*risk taking behavior*) (Hilary & Hui, 2009). Temuan lainnya adalah wirausahawan di China yang religius yang mendirikan usaha keluarga lebih enggan mengambil risiko (*risk averse*) dibanding wirausahawan non-religius (Jiang, Jiang, Kim, & Zhang, 2015). Ringkasnya, agama mendorong dan mendukung *entrepreneurial activity* dan ada yang tidak (*dis-encouraging*) (Carswell & Rolland, 2007; Wiseman & Young, 2014). Dan juga studi-studi terdahulu banyak menggunakan *unidimensional; risk taking and innovativeness* serta *proactiveness* sebagai dimensi *entrepreneurial orientation* (Al Mamun & Fazal, 2018; Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009; Soininen, Puumalainen, Sjögrén, Syrjä, & Durst, 2013).

Studi-studi di atas tentang peran agama dalam kewirausahaan mayoritas dikaitkan dengan agama Kristiani dan Budha (Audretsch, Bönte, & Tamvada, 2011; Balog *et al.*, 2014; Cao, 2007; Van Buren, Syed, & Mir, 2019). Beda agama tentu akan membawa beda hasil (Liu, Xu, Zhou, & Li, 2019).

### **Review literature dari Kajian Perilaku Berorientasi Wirausaha dan SMEs Performance**

Hubungan perilaku berorientasi wirausaha dengan kinerja perusahaan UMKM telah banyak dilakukan pengujian. Penelitian dilakukan di beberapa negara; di Swedia (Johan Wiklund & Shepherd, 2005), Slovenia (ANTONCIC, 2006; Antoncic & Hisrich, 2001, 2004), Afrika Utara (Zahra, 1995), China (Chen, Zhu, & Anquan, 2005), Firlandia (Jantunen *et al.*, 2005), Thailand and Vietnam (Swierczek & Ha, 2003), Germany (Walter, Auer, & Ritter, 2006), Malaysia (Ummu Kolsome Farouk, 2011), Nederland (Kraus, Rigtering, Hughes, & Hosman, 2012; Sekliuckiene &



Sedzinauskiene, 2019), Inggris (Hughes & Morgan, 2007), Turkey (Kaya, 2006), Prancis (Dimitratos, Lioukas, & Carter, 2004) dan USA (Kemelgor, 2002) serta Indonesia (Hari Adi & Adawiyah, 2018; Susanto, Abdullah, & Wardi, 2019) menemukan bahwa EO memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Covin, Green, & Slevin, 2005; Johan Wiklund & Shepherd, 2005).

Dimensi perilaku berorientasi wirausaha; innovative, risk taking dan proactiveness sudah diuji oleh peneliti sebelumnya (Covin, Jeffrey & Slevin, Dennis, 1989; Covin & Lumpkin, 2011; Kemelgor, 2002; Lechner & Gudmundsson, 2014; Naman & Slevin, 1993). Tidak semua penelitian menemukan signifikan pengaruh EO terhadap kinerja perusahaan (Covin, Jeffrey & Slevin, Dennis, 1989; Hughes & Morgan, 2007; Narver & Slater, 1990; Swierczek & Ha, 2003; Walter *et al.*, 2006). Informasi dari berbagai penelitian menjelaskan bahwa perusahaan yang menerapkan perilaku berorientasi wirausaha memiliki kinerja lebih baik dibanding yang tidak menerapkan (Rauch *et al.*, 2009; J. Wiklund, 1999; Zahra, 1991). Beberapa penelitian lainnya menemukan bahwa kesuksesan bisnis di-*driven* oleh perilaku berorientasi wirausaha (Jeffrey G. Covin, 2018). Namun terdapat temuan penelitian yang menjelaskan bahwa perilaku berorientasi wirausaha memiliki hubungan yang lemah dengan keberhasilan perusahaan (Dimitratos *et al.*, 2004). Selain itu juga ditemukan bahwa tidak terdapat hubungan positif antara *Entrepreneurial Orientation* dengan kinerja perusahaan (Covin *et al.*, 2005).

Di Indonesia penelitian yang berfokus pada perilaku berorientasi wirausaha dan hubungannya dengan kinerja UMKM ditemukan bahwa perusahaan-perusahaan menempatkan dimensi perilaku berorientasi wirausaha yang berbeda dalam kaitannya dalam pengambilan keputusan. Dengan menggunakan pendekatan AHP diperoleh informasi bahwa di antara tiga dimensi perilaku berorientasi wirausaha (*innovativeness*, *proactiveness*, and *risk taking*), *innovativeness* ditemukan menjadi prioritas paling utama dibanding dimensi *proactiveness*, and *risk taking* di antara manajer pada 4 sektor industri (Susanto *et al.*, 2019). Selain itu, dengan

memakai variabel moderasi, penelitian juga menemukan bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh perilaku berorientasi wirausaha yang meliputi *risk taking*, *proactiveness* dan inovasi. Intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi tidak mampu memperkuat pengaruh *Entrepreneurial Orientation* pada kinerja UKM di Sumatera Barat (Wardi, Susanto, & Abdullah, 2017). perilaku berorientasi wirausaha EO terhadap kinerja bisnis namun belum mengklasifikasi sektor yang diteliti dan belum mempertimbangkan kondisi sosial budaya di mana UMKM beroperasi. Setiap sektor memiliki karakteristik dan keunikan yang berbeda. Misal UMKM yang dikelola untuk oleh anggota keluarga (*family firm*) memiliki karakteristik *conservative*, *resistant to change* dan *introverted* (Hall, Melin, & Nordqvist, 2001; Kets, 2015; Sharma, Chrisman, & Chua, 1997). Konteks sosial di mana perusahaan beroperasi juga membuat hasil yang berbeda terhadap kinerja atau pertumbuhan dunia usaha (Altinay, 2008).

#### **Perilaku Berorientasi Wirausaha dan *SMEs Performance* serta *Religiosity* sebagai Moderasi**

Masing-masing dimensi perilaku berorientasi wirausaha sebagaimana dijelaskan sebelumnya sudah dilakukan pengujian pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Inovasi memiliki kaitan dengan kinerja perusahaan (Barney, 1991). Inovasi merupakan faktor yang mempengaruhi kewirausahaan (Stopford & Baden-Fuller, 1994). *Risk taking* dan *competency* ditemukan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan pengembangan jangka panjang (Li & Tang, 2010). *Proactiveness* memiliki hubungan yang signifikan dengan *entrepreneurial activity* (Kickul & Gundry, 2002) dan hubungan antara *proactiveness* dengan *innovative* (Nasution, Mavondo, Matanda, & Ndubisi, 2011). Perilaku *proactive* para direktur dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Choi, Eunsuh Lee, 2017). Autonomi memiliki efek positif bagi kinerja perusahaan (Bajuri, 2017).

Semua agama memiliki nilai-nilai kejujuran, kerja keras, melawan kemubaziran dan kemalasan (Gursoy *et al.*, 2017; Hassan

& Hippler, 2014; Liu *et al.*, 2019). Nilai-nilai tersebut memiliki perbedaan baik bagi agama yang tergolong *Western religion* (*Protestantism, Catholicism, Islam and Judaism*) maupun bagi *Eastern religion* (*Buddhism, Hinduism, Taoism*). Secara khusus agama western menekankan pada penghambaan pada Tuhan sementara *Eastern religion* menekan pada filosofis kehidupan (*philosophy of life*). Dalam ajaran *Western religion*, tujuan tertinggi yang dicapai adalah keselamatan (*salvation*) sedangkan dalam *Eastern religion* adalah pencerahan (*enlightenment*) (Jiang *et al.*, 2015; Marques, 2012).

Kesuksesan wirausaha tergantung pada interaksi pelaku usaha di dalam masyarakat (Deller, Conroy, & Markeson, 2018) dan *role of religion* peran agama (Van Buren *et al.*, 2019). Di Korea ditemukan bahwa *religiousity* memiliki pengaruh yang kuat terhadap *entrepreneur activity* (Robert, 2000). Wanita sebagai pelaku usaha yang memiliki kewirausahaan dan memiliki tradisi religiusitas membantu mereka sukses dalam menjalankan usaha di Swedia. Pelaksanaan ibadah salat lima waktu, puasa di bulan Ramadan dan membaca Al-Qur'an mendukung pelaksanaan tata kelola bisnis dengan baik (Pio, 2010). Di Malaysia ditemukan bahwa agama sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja wirausaha wanita muslim secara signifikan (Zulkifli & Rosli, 2013). Karakteristik wirausahawan dan sumber modal (*the source of capital*) yang sesuai ketentuan agama diidentifikasi sebagai faktor yang sangat signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan (Grine, Fares, & Meguellati, 2015).

Dari *literature* diperoleh informasi bahwa agama secara signifikan mempengaruhi dan menuntun masyarakat dalam berperilaku dan mengambil keputusan (Carswell & Rolland, 2004; Delener, 1990; Hassan & Hippler, 2014; Pepinsky, 2013). Studi-studi yang ada menjelaskan bahwa perilaku berorientasi wirausaha memiliki efek pada kinerja dan kesuksesan bisnis. Seorang muslim yang memiliki agama yang baik akan membawa efek pada orientasi wirausaha yang baik pula. Islam yang dianut dan yang diyakininya mengajar siap mengambil risiko, harus melakukan inovasi,

*proactiveness, autonomy dan competitive agresiveness* (Faizal, Ridhwan, & Kalsom, 2013; Gümüşay, 2015). Islam merupakan *entrepreneurial religion* (Hassan & Hippler, 2014). Agama Islam mendorong *entrepreneurial activity*. Al-Qur'an dan hadis menekankan pada kegiatan kewirausahaan. Dalam al Quran, Surat al Isra ayat 28 difirmankan Allah, "*Carilah bagian untuk akhiratmu tapi jangan lupakan bagian untuk duniamu*". Nabi Muhammad saw. bersabda, *bekerjalah kamu untuk dunia mu seakan kamu hidup selamanya dan bekerjalah kamu untuk akhiratmu seakan kamu mati besok* (Gümüşay, 2015). Ajaran Islam mendorong orang untuk produktif atau berwirausaha (Adas, 2006). Kewirausahaan dalam Islam memiliki fokus pada mencari keridaan Allah (*pleasing of Allah*) dan keuntungan untuk semua. Seluruh aktivitas kewirausahaan tidak pisah dengan ajaran agama (*inseparable*) dan dipandu oleh *Islamic teaching*. Kesuksesan bisnis dalam Islam bukan hanya dari segi capaian finansial tapi lebih dari itu juga bagaimana aktivitas ekonomi *conform* dengan ajaran Islam (Hassan & Hippler, 2014).

Dengan demikian agama akan memperkuat pengaruh pada perilaku berorientasi wirausaha dan pada akhirnya akan memiliki efek pada kinerja bisnis/usaha. Agama dapat menjadi variabel moderasi. Studi-studi tentang perilaku berorientasi wirausaha yang menjelaskan hubungannya dengan kinerja usaha menggunakan variabel moderasi masih terbatas (Huang & Wang, 2011). Penelitian yang ada menggunakan variabel strategi sebagai moderasi (Tang & Tang, 2012) dan juga *national culture* (Rauch *et al.*, 2009).

#### **Daftar Bacaan**

- Adas, E. B. (2006). The making of entrepreneurial islam and the islamic spirit of capitalism. *Journal for Cultural Research*, 10(2), 113–137.  
<https://doi.org/10.1080/14797580600624745>
- Al Mamun, A., & Fazal, S. A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise

- performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379–398. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0033>
- Altinay, L. (2008). The relationship between an entrepreneur's culture and the entrepreneurial behaviour of the firm. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(1), 111–129. <https://doi.org/10.1108/14626000810850874>
- ANTONCIC, B. (2006). Impacts of Diversification and Corporate Entrepreneurship Strategy Making on Growth and Profitability: a Normative Model. *Journal of Enterprising Culture*, 14(01), 49–63. <https://doi.org/10.1142/s0218495806000040>
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495–527. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00054-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00054-3)
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *Journal of Management Development*, 23(6), 518–550. <https://doi.org/10.1108/02621710410541114>
- Audretsch, D. B., Belitski, M., & Desai, S. (2015). Entrepreneurship and economic development in cities. *Annals of Regional Science*, 55(1), 33–60. <https://doi.org/10.1007/s00168-015-0685-x>
- Audretsch, D. B., Bönte, W., & Tamvada, J. P. (2011). Religion and Entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1025968>
- Avram, D. O., & Kühne, S. (2008). Implementing responsible business behavior from a strategic management perspective: Developing a framework for Austrian SMEs. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 463–475. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9897-7>
- BAHARUN, R., & KAMARUDIN, S. (2001). the Effects of Entrepreneurs' Personal Religious Values and Business Performance in Information Technology Industry. *Journal of*

- Enterprising Culture*, 09(04), 437–448. <https://doi.org/10.1142/s0218495801000225>
- Bajuri, A. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi, pengalaman, otonomi, profesionalisme dan ambiguitas peran terhadap kinerja auditor (Studi Empiris Pada KAP di Jawa Tengah). *Student's Jurnal of Accounting and Banking*, Vol. 6 No., pp.1-15.
- Balog, A. M., Baker, L. T., & Walker, A. G. (2014). Religiosity and spirituality in entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 11(2), 159–186. <https://doi.org/10.1080/14766086.2013.836127>
- Barney, J. (1991). Firm Resources ad Sustained Competitive Advantege. *Journal of Management*, Vol. 17, pp. 99–120.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic 'why' questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Bellu, R. R., & Fiume, P. (2004). Religiosity and Entrepreneurial Behaviour. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(3), 191–201. <https://doi.org/10.5367/0000000041513411>
- Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 223–242. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90031-0](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90031-0)
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind. In *Understanding the Entrepreneurial Mind*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education and Training*, 54(2–3), 219–233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Cao, N. (2007). Christian Entrepreneurs and the Post-Mao State: An Ethnographic Account of Church-State Relations in

- China's Economic Transition\*. *Sociology of Religion*, 68(1), 45–66. <https://doi.org/10.1093/socrel/68.1.45>
- Carswell, P., & Rolland, D. (2004). The role of religion in entrepreneurship participation and perception. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(3–4), 280–286. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2004.005659>
- Carswell, P., & Rolland, D. (2007). Religion and entrepreneurship in New Zealand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), 162–174. <https://doi.org/10.1108/17506200710752584>
- Chan-Serafin, S., Brief, A. P., & George, J. M. (2013). How does religion matter and why? Religion and the organizational sciences. *Organization Science*, 24(5), 1585–1600. <https://doi.org/10.1287/orsc.1120.0797>
- Chen, J., Zhu, Z., & Anquan, W. (2005). A system model for corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*, 26(6), 529–543. <https://doi.org/10.1108/01437720510625449>
- Cheung, T. S., & King, A. Y. C. (2004). Righteousness and profitability: The moral choices of contemporary Confucian entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 54(3), 245–260. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-6405-6>
- Choi, Eunsuh Lee, K. C. H. B. W. (2017). Effect of Proactive and Reactive Outside Directors' Behavior on Banks' Financial Performance\*. *Productivity*, 31(4), 11–12.
- Corrêa, V. S., Vale, G. M. V., & Cruz, M. de A. (2017). Entrepreneurial orientation and religion: the Pastor as an entrepreneur. *Revista de Administração*, 52(3), 330–340. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2016.10.005>
- Covin, Jeffrey, G., & Slevin, Dennis, P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87. Retrieved from file:///C:/Users/lchiyanagi/Downloads/Strategic\_Management\_of\_Small\_.pdf

- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2005). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Academy of Management 2005 Annual Meeting: A New Vision of Management in the 21st Century, AOM 2005*, 57–81. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2005.18778648>
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(5), 855–872. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00482.x>
- Day, N. E., & Hudson, D. (2011). US small company leaders' religious motivation and other-directed organizational values. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 17(4), 361–379. <https://doi.org/10.1108/13552551111139629>
- 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/EUM0000000002580>
- Deller, S. C., Conroy, T., & Markeson, B. (2018). Social capital, religion and small business activity. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 155(xxxx), 365–381. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.09.006>
- Dimitratos, P., Lioukas, S., & Carter, S. (2004). The relationship between entrepreneurship and international performance: The importance of domestic environment. *International Business Review*, 13(1), 19–41. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2003.08.001>
- Dodd, S. D., & Seaman, P. T. (1998). Religion and Enterprise: An Introductory Exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(1), 71–86. <https://doi.org/10.1177/104225879802300104>
- Faizal, P. R. M., Ridhwan, A. A. M., & Kalsom, A. W. (2013). The Entrepreneurs Characteristic from al-Quran and al-Hadist.



- International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(4), 191–196. <https://doi.org/10.7763/ijtef.2013.v4.284>
- Galbraith, C. S., & Galbraith, D. M. (2007). An empirical note on entrepreneurial activity, intrinsic religiosity and economic growth. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), 188–201. <https://doi.org/10.1108/17506200710752601>
- Grine, F., Fares, D., & Meguellati, A. (2015). Islamic spirituality and entrepreneurship : A case study of women entrepreneurs in Malaysia İslami maneviyat ve girişimcilik : Malezya 'daki kadın girişimciler üzerine bir vaka incelemesi. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3(1), 41–56.
- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>
- Gursoy, D., Altınay, L., & Kenebayeva, A. (2017). Religiosity and entrepreneurship behaviours. *International Journal of Hospitality Management*, 67(March), 87–94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.08.005>
- Hall, A., Melin, L., & Nordqvist, M. (2001). Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns. *Family Business Review*, 14(3), 193–208. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2001.00193.x>
- Hari Adi, P., & Adawiyah, W. R. (2018). The impact of religiosity, environmental marketing orientation and practices on performance: A case of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 841–862. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2016-0067>
- Hassan, M. K., & Hippler, W. J. (2014). Entrepreneurship and Islam: An overview. *Econ Journal Watch*, 11(2), 170–178. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3263110>
- Hilary, G., & Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America? *Journal of Financial Economics*, 93(3), 455–473. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.10.001>

- Holly, E., & Buttner, B. (1992). Made available courtesy of Pittsburg State University. Permission granted from the Journal of Managerial Issues. *Journal of Managerial Issues*, 4(2), 223–240. Retrieved from <http://www2.pittstate.edu/econ/jmi.html>
- Huang, S. K., & Wang, Y. L. (2011). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 563–570. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.004>
- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651–661. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.04.003>
- Iyer, G. R. (1999). The impact of religion and reputation in the organization of Indian merchant communities. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 14(2), 102–117. <https://doi.org/10.1108/08858629910258982>
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., & Kyläheiko, K. (2005). Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 3(3), 223–243. <https://doi.org/10.1007/s10843-005-1133-2>
- Jeffrey G. Covin, D. P. S. (2018). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 5–21.
- Jiang, F., Jiang, Z., Kim, K. A., & Zhang, M. (2015). Family-firm risk-taking: Does religion matter? *Journal of Corporate Finance*, 33, 260–278. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2015.01.007>
- Jurkiewicz, C. L., & Giacalone, R. A. (2004). A values framework for measuring the impact of workplace spirituality on organizational performance. *Journal of Business Ethics*, 49(2), 129–142. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000015843.22195.b9>

- Kaya, N. (2006). The impact of human resource management practices and corporate entrepreneurship on firm performance: Evidence from Turkish firms. *International Journal of Human Resource Management*, 17(12), 2074–2090. <https://doi.org/10.1080/09585190601000204>
- Kemelgor, B. H. (2002). A comparative analysis of corporate entrepreneurial orientation between selected firms in the Netherlands and the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, 14(1), 67–87. <https://doi.org/10.1080/08985620110087023>
- Kets, M. F. R. (2015). The Dynamics of Family Controlled Firms. *Reflections on Groups and Organizations*, 173–189. <https://doi.org/10.1002/9781119206484.ch8>
- Kickul, J., & Gundry, L. (2002). <1540-627X.00042.pdf>. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 85–97.
- Kinjerski, V. M., & Skrypnek, B. J. (2004). Defining spirit at work: Finding common ground. *Journal of Organizational Change Management*, 17(1), 26–42. <https://doi.org/10.1108/09534810410511288>
- Kraus, S., Rigtering, J. P. C., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: A quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161–182. <https://doi.org/10.1007/s11846-011-0062-9>
- La Pira, F., & Gillin, L. M. (2006). Non-local intuition and the performance of serial entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(1), 17–35. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2006.008660>
- Lechner, C., & Gudmundsson, S. V. (2014). Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. *International Small Business Journal*, 32(1), 36–60. <https://doi.org/10.1177/0266242612455034>
- Li, J., & Tang, Y. (2010). CEO hubris and firm risk taking in China: the moderating role of managerial discretion. *Academy of*

- Management Journal*, 53(1), 45–68.  
<https://doi.org/10.5465/amj.2010.48036912>
- Liu, Z., Xu, Z., Zhou, Z., & Li, Y. (2019). Buddhist entrepreneurs and new venture performance: the mediating role of entrepreneurial risk-taking. *Small Business Economics*, 52(3), 713–727. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9981-4>
- Lumpkin, G. T., Steier, L., & Wright, M. (2011). in Family Business Business and Strategic. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 306, 285–306. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Marques, J. (2012). Consciousness at Work: A Review of Some Important Values, Discussed from a Buddhist Perspective. *Journal of Business Ethics*, 105(1), 27–40. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0932-8>
- Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2003). Church Membership, Social Capital, and Entrepreneurship in Brazilian Communities in the U.S. *International Research in the Business Disciplines*, 4, 171–201. [https://doi.org/10.1016/S1074-7877\(03\)04008-X](https://doi.org/10.1016/S1074-7877(03)04008-X)
- Mevarech, Z. R. (1982). Research Briefs. *Journal of Teacher Education*, 33(6), 45–46. <https://doi.org/10.1177/002248718203300610>
- Morris, M., & Schindehutte, M. (2005). Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: An examination of six subcultures. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 453–479. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2005.00147.x>
- Nair, K. R. G., & Pandey, A. (2006). Characteristics of Entrepreneurs: *The Journal of Entrepreneurship*, 15(1), 47–61. <https://doi.org/10.1177/097135570501500104>
- Naman, J. L., & Slevin, D. P. (1993). Model and Empirical Tests. *Management*, 14(October 1992), 137–153.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20. <https://doi.org/10.2307/1251757>
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N. O. (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market

- orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40(3), 336–345. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.08.002>
- Neck, C. P., & Milliman, J. F. (2006). *Thought Self-leadership*.
- Nwankwo, S., Gbadamosi, A., & Ojo, S. (2012). Religion, spirituality and entrepreneurship. *Society and Business Review*, 7(2), 149–167. <https://doi.org/10.1108/17465681211237619>
- Park, J. Z., Griebel Rogers, J., Neubert, M. J., & Dougherty, K. D. (2014). Workplace-bridging religious capital: Connecting congregations to work outcomes. *Sociology of Religion: A Quarterly Review*, 75(2), 309–331. <https://doi.org/10.1093/socrel/sru012>
- Pearce, J. A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(1), 219–248. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00315.x>
- Pepinsky, T. B. (2013). Development, Social Change, and Islamic Finance in Contemporary Indonesia. *World Development*, 41(1), 157–167. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2012.06.007>
- Pio, E. (2010). Islamic sisters: Spirituality and ethnic entrepreneurship in Sweden. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29(1), 113–130. <https://doi.org/10.1108/02610151011019246>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 761–787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Robert, S. (2000). *Garland Studies in*.
- Sekliuckiene, J., & Sedziniauskiene, R. (2019). Entrepreneurial orientation and new venture performance: the moderating role of network types. *European J. of International*

- Management*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ejim.2019.10016904>
- Sharma, P., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (1997). Strategic management of the family business: Past research and future challenges. *Family Business Review*, 10(1), 35. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1997.00001.x>
- Sherman, C. L. (2010). Spiritual leadership in the entrepreneurial business: a multifaith study, by Mario Fernando. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 7(1), 89–91. <https://doi.org/10.1080/14766080903576897>
- Smith, B. R., Conger, M. J., McMullen, J. S., & Neubert, M. J. (2019). Why believe? The promise of research on the role of religion in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Insights*, 11(December 2018), e00119. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00119>
- Soininen, J. S., Puumalainen, K., Sjögrén, H., Syrjä, P., & Durst, S. (2013). Entrepreneurial orientation in small firms-values-attitudes-behavior approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19(6), 611–632. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2012-0106>
- Stopford, J. M., & Baden-Fuller, C. W. F. (1994). Creating corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 15(7), 521–536. <https://doi.org/10.1002/smj.4250150703>
- Susanto, P., Abdullah, N. L., & Wardi, Y. (2019). Entrepreneurial orientation: Prioritising and mapping in the context of small and medium-sized enterprises. *Polish Journal of Management Studies*, 20(1), 429–446. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.1.37>
- Swierczek, F. W., & Ha, T. T. (2003). Entrepreneurial Orientation, Uncertainty Avoidance and Firm Performance. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4(1), 46–58. <https://doi.org/10.5367/000000003101299393>
- Tang, Z., & Tang, J. (2012). Entrepreneurial orientation and SME performance in China's changing environment: The moderating effects of strategies. *Asia Pacific Journal of*

- Management*, 29(2), 409–431. <https://doi.org/10.1007/s10490-010-9200-1>
- Ummu Kolsome Farouk. (2011). Through the eyes of one woman: Does spirituality have a place in entrepreneurship behavior? *Journal of Global Entrepreneurship*, 1(1), 1–12.
- V.Kwon. (1997). *Entrepreneurship and Religion: Korean Immigrants*. London.
- Van Buren, H. J., Syed, J., & Mir, R. (2019). Religion as a Macro Social Force Affecting Business: Concepts, Questions, and Future Research. *Business and Society*. <https://doi.org/10.1177/0007650319845097>
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541–567. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.02.005>
- Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2017). Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(1), 46–61. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.1.4>
- Wiklund, J. (1999). The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation. *Performance Relationship. Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37–48. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/104225879902400103>
- Wiklund, Johan, & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Wiseman, T., & Young, A. (2014). Religion: Productive or unproductive? *Journal of Institutional Economics*, 10(1), 21–45. <https://doi.org/10.1017/S174413741300026X>
- 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>

- Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259–285. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90019-A](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90019-A)
- Zahra, S. A. (1995). Corporate entrepreneurship and financial performance: The case of management leveraged buyouts. *Journal of Business Venturing*, 10(3), 225–247. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00024-O](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00024-O)
- Zulkifli, R. M., & Rosli, M. M. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Success of Malay Entrepreneurs: Religiosity as Moderator. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(10), 264–275. Retrieved from [http://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_10\\_Special\\_Issue\\_May\\_2013/29.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_10_Special_Issue_May_2013/29.pdf)



## **Penulis**

Nama lengkap, Dr. H. Asyari, S.Ag., M.Si., CSS., CRP., lahir di Sumani 25 Maret 1974. Sejak tahun 1999 bertugas di IAIN Bukittinggi (dulu STAIN Bukittinggi) dengan jabatan akademik Lektor Kepala/IVc dalam bidang keahlian ilmu ekonomi. Penulis memiliki 2 sertifikasi kompetensi berlisensi BNSP RI dalam bidang *Syariah Supervisor* dan *Risk Professional*. Selain aktif mengajar dan meneliti, penulis juga aktif menulis di koran nasional dan lokal. Adapun tema tulisan terkait masalah ekonomi, sosial dan keagamaan.

# Teknik Membuat Literature Review Bidang Kajian Ekonomi

Banyak buku metode penelitian dan panduan penulisan karya ilmiah dalam berbagai ranah kajian sebagai *guideline* bagi akademisi dan peneliti yang telah ditulis dan diterbitkan. Setiap bidang ilmu memiliki kekhasan bidang dan menuntut kekhasan dalam gaya selingkung dalam membuat karya akademik.

Setiap bidang keilmuan bersifat dinamis, tidak mendekam dalam ruang hampa. Metode penelitian pun harus menyahuti kedinamisan yang terjadi. Sebagai cabang keilmuan, Ilmu ekonomi telah berkembang pesat. Sejak dari periode Pra-Klasik, Klasik, Neo-Klasik, Keynes dan Neo-Keynes, berlanjut ke berbagai mazhab seperti Moneteris, Ekspektasi Rasional dan terus berkembang mengikuti persoalan-persoalan yang muncul dalam bidang tersebut.

Buku ini membahas secara spesifik teknik membuat literature review dalam kajian ilmu ekonomi. Buku Metode Penelitian yang ada dan beredar luas selama ini memberikan proporsi yang terbatas terkait bahasan literature review baik yang terpisah atau menjadi bagian dari latar belakang atau sebagai sebuah *fullpaper* yang bersifat konseptual. Uraian dalam buku ini diikuti dengan contoh-contoh agar pembaca lebih mudah memahaminya.

Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)  
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581  
Telp/Fax : (0274) 4533427  
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

✉ [cs@deepublish.co.id](mailto:cs@deepublish.co.id)  
📘 Penerbit Deepublish  
📍 @penerbitbuku\_deepublish  
🌐 [www.penerbitdeepublish.com](http://www.penerbitdeepublish.com)



Kategori : Teknik Penulisan

ISBN 978-623-02-3077-6



9 786230 230776

# Buku Monografi Literature Ekonomi

---

## ORIGINALITY REPORT

---

**4%**

SIMILARITY INDEX

**2%**

INTERNET SOURCES

**1%**

PUBLICATIONS

**1%**

STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

< 1%

★ documents.mx

Internet Source

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off