

PERSEPSI PEDAGANG DI BOJONEGORO TERHADAP KEPERCAYAAN ADANYA KLENIK SEBAGAI PENGLARIS DAGANGANNYA

Moch. Suberi dan Tim *Research and Development* STIEKIA

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Jl. Cendekia No. 22 Bojonegoro

soberimhammad@yahoo.com

Abstract: *In economic theory there is the behavior of the producers that minimize costs include raw material costs, labor costs and overhead costs, which includes the optimization of the cost to produce goods of quality, affordable prices and maximize profits , Many traders use a variety of strategies to gain a reasonable start up does not make sense. The research method is qualitative. This type of method is qualitative field study. Object (informants) from the research is that there are traders in Bojonegoro. Purpose of this study as teaching materials on business ethics in STIE Scholar and provide a broader understanding of the practice of the occult. From this research, find merchants in Bojonegoro have occult perception as negative things that can popularize merchandise.*

Key Words : *perception, traders and klenik*

Abstrak: Di dalam teori ekonomi terdapat perilaku mengenai produsen yaitu meminimalkan biaya meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead, Optimalisasi biaya yang meliputi menghasilkan barang bermutu, harga terjangkau dan memaksimalkan keuntungan. Banyak pedagang menggunakan berbagai macam strategi untuk mendapatkan keuntungan mulai yang masuk akal sampai tidak masuk akal. Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Jenis metode kualitatif yang dilakukan adalah studi lapangan. Obyek (informan) dari penelitian adalah pedagang yang ada di Bojonegoro. Tujuan penelitian ini sebagai bahan ajar tentang etika bisnis di STIE Cendekia dan memberikan pengertian yang lebih luas tentang adanya praktek klenik. Dari penelitian ini menemukan pedagang di Bojonegoro memiliki persepsi klenik sebagai hal-hal yang negatif yang dapat melariskan dagangan.

Keyword : *persepsi, pedagang dan klenik*

PENDAHULUAN

Untuk memenuhi kebutuhannya setiap orang bisa bekerja, salah satu yang dianjurkan adalah berdagang, Di dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibrahim Al Harbi dalam Ghorib Al Hadits dari hadits Nu'aim bin 'Abdirrahman menjelaskan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rizeki ada pada perdagangan. Tidak hanya di dalam Islam saja yang menganjurkan

untuk berdagang tetapi Pemerintah Kabupaten Bojonegoro yang tertuang di dalam Rencana Pengembangan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bojonegoro Tahun 2013-2018 juga mengalokasikan dana sebesar Rp 3.410.000.000 untuk pengembangan disektor perdagangan. Pengembangan tersebut berupa 1) Program Perlindungan Konsumen dan Pengamanan Perdagangan

Rp 620.000.000; 2) Program Peningkatan dan Pengembangan Ekspor Rp 245.000.000; dan 3) Program Peningkatan Efisiensi Dalam Negeri Rp 2.545.000.000,-. Dengan adanya dana sebesar itu masyarakat Bojonegoro diberikan peluang untuk membuka usaha di bidang perdagangan.

Perdagangan membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang baik, atau menawarkannya dengan harga yang menarik tetapi juga dibutuhkan suatu kepercayaan dari pedagang bahwa dagangannya akan diterima oleh konsumen (Rusmini, 2013). Sebagai seorang pedagang mampu memanfaatkan peluang yang ada di sekitarnya sehingga barang dagangannya tepat sasaran. Tidak hanya itu saja yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pedagang, tetapi juga berdagang sendiri merupakan segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya (Alfian, 2010).

Kalau dari teori ekonomi tentang perilaku produsen yaitu meminimalkan biaya (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead) dan optimalisasi biaya (barang berkualitas, harga terjangkau dan memaksimalkan keuntungan). Sehingga hakikat dari perdagangan adalah mencari keuntungan (Darmawati, 2013). Hal tersebut membuat para pedagang melakukan berbagai cara agar dapat mendapatkan keuntungan baik yang dapat diterima oleh akal maupun yang tidak masuk akal.

Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2014). Di dalam Jurnal

Psikologis Tetchener dalam Muhammad Ardi dan Linda Aryani (2011:154), Persepsi atau pengetahuan awal adalah suatu kelompok penginderaan dengan menambahkan arti-arti yang berasal dari pengalaman masa lalu atau kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu. Banyak faktor yang membentuk perbedaan persepsi dalam suatu kelompok, sehingga berbeda antara orang satu dengan yang lainnya, diantaranya adalah perhatian, *mental set*, kebutuhan/*need*, sistem nilai, tipe kepribadian, dan gangguan kejiwaan (Sarwono, 2009) dalam Muhammad Ardi dan Linda Aryani (2011:154).

Klenik, istilah dalam bahasa Jawa, adalah sesuatu yang tersembunyi atau hal yang dirasahasiakan untuk umum. Klenik identik dengan hal-hal mistis yang cenderung berkonotasi negatif. Kamus besar bahasa Indonesia dalam versi daring menempatkan klenik sebagai sebuah aktivitas perdukunan. Klenik juga dikaitkan dengan banyak hal yang tidak dapat dicerna dengan akal namun dipercaya oleh banyak orang (Wikipedia Indonesia, 2014). Ilmu Klenik adalah Pengetahuan yang menjelaskan hal-hal yang gaib. Hal-hal yang bersifat tersembunyi. Wilayah misteri. Salah satu ilmu atau pengetahuan yang ada di wilayah klenik adalah agama. Banyak hal dalam agama yang tidak dapat diuji kebenarannya (diverifikasi). Kebenarannya hanya bisa dimengerti oleh mereka yang menempuh ilmu makrifat. Bagi orang awam kebenaran agama cukup diyakini. Ini klenik namanya, Namun jangan salah terima, ini tidak berarti agama menyesatkan orang, tidak

demikian. Hal-hal yang bersifat klenik pun dimaksudkan untuk kesejahteraan manusia. Bukan untuk mendorong manusia ke dunia gelap.

Agar barang dagangannya dapat diterima konsumen, pedagang bisa memperhatikan konsep 4P (Darmawati, 2013):

1. Product, sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk dapat dikonsumsi sehingga mampu memenuhi kebutuhan. Menurut Al-Muslih di dalam Darmawati (2013:153) barang yang diperjual belikan harus memenuhi syarat: a. produk yang ditawarkan jelas/tidak rusak dan menggunakan bahan yang baik; b. produk yang diperjual-belikan halal; serta dalam melakukan promosi atau iklan tidak melakukan kebohongan (Muflih, 2006).
2. Price, Keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumenn untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Karena hakikat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Namun, untuk mengambil keuntungan tersebut tidak boleh berlebih-lebihan, jika harga yang ditetapkan adalah harga wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. Dengan kata lain, untuk mendapatkan banyak keuntungan dari banyaknya barang yang diperjualbelikan, sehingga nyata jumlah keuntungan tersebut berasal.
3. Place, Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan yang memiliki tujuan antara lain: agar produk atau jasa dapat diterima konsumen pada waktu yang tepat, keamanan yang

terjaga dari kerusakan, serta sebagai sarana kompetisi dalam memberikan kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan konsumen.

4. Promotion, sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Dari empat konsep tersebut, tujuan dari pedagang adalah memperoleh keuntungan. Namun pedagang di Bojonegoro masih ada yang percaya adanya klenik untuk melariskan barang dagangannya.

Sehingga dalam penelitian ini kami tertarik untuk meneliti Persepsi Pedagang di Bojonegoro Terhadap Kepercayaan adanya Klenik sebagai Penglaris Dagangannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, karena permasalahan yang akan dikaji belum jelas, bersifat kompleks, dinamis dan penuh makna sehingga tidak mungkin data pada situasi sosial tersebut dijangkau dan dikumpulkan dengan metode lainnya. (Sugiyono, 2007).

Pendekatan yang digunakan pendekatan sosiologis dan psikologi, yang mengandaikan penggunaan salah satu sudut pandang yang dianggap paling relevan sesuai dengan tujuan penelitian (Ratna dalam Andi, 2011:182)

Jenis metode kualitatif yang digunakan adalah metode penelitian lapangan karena dilakukan ditempat atau lokasi di lapangan yang meliputi metode sejarah, kejadian yang sudah terjadi pada

masa lampau) dan metode diskriptif, membandingkan data pada masa sekarang dan atau masih baru. (Sugiyono, 2007)

Obyek (Informan) penelitian adalah pedagang di Bojonegoro yang meliputi Pedagang Mie Ayam, Pedagang Buah, Pemilik Toserba, Pemilik Toko dan Pulsa, Pedagang Perhiasan dan Jasa Salon, dll. Karena kami ingin mengetahui persepsi pedagang di Bojonegoro terhadap kepercayaan adanya klenik sebagai penglaris barang dagangannya. Dan menggunakan *second opinion* atau pendapat dari orang yang dianggap tahu tentang pedagang tersebut, bisa tetangga, keluarga atau sahabat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ini diketahui persepsi Pedagang di Bojonegoro terhadap Kepercayaan adanya Klenik sebagai Penglaris Dagangannya sebagai berikut:

Ibu Lesty, yang merupakan usaha kuliner menganggap bahwa klenik penglaris itu ada, tetapi beliau lebih percaya bagaimana usaha dijalankan agar laku, melaksanakan sholat, berdo'a agar dagangan beliau laku serta memikirkan strategi dari pelaku usaha untuk memajukan usahanya. Beliau menyimpulkan bahwa disamping meminta pada Allah juga memikirkan Strategi usaha bisa berjalan lancar dan beliau sendiri mengaku belum pernah menggunakan klenik.

Tidak berbeda dari Ibu Lesty, Ibu Dartik, Pedagang Buah di Pasar Banjarejo, yang sering disebut sebagai pasar buah karena mayoritas pedagangnya menjual buah-buahan. Hal tersebut menarik peneliti untuk mengadakan penelitian disana. Kami memulai

mewawancarai seorang ibu bernama ibu "M" yang menceritakan memulai membuka usaha bersama suami di Pasar Banjarejo, beliau juga bercerita bahwa semua keluarga merupakan penggemar musik rebana di Sukosewu-Bojonegoro, ibu "M" memiliki 3 orang anak yang salah satunya sudah menjadi salah satu dosen Biologi di Universitas terkemuka di Indonesia. Untuk informasi tentang jumlah penjualan buah setiap harinya masih kami amati karena saat ditanya hal tersebut ibu tersebut merasa enggan memberi tahu, saat ditanya menggunakan klenik, ibu tersebut menjawab "*halah mbak... rejeki ki karek gusti Allah, sing penteng ki ndongo sing akeh...*" (rizki sudah ada yang mengatur) untuk meningkatkan percaya dirinya tentang kekurangannya jumlah dagangan dan kekurangan modal, ibu tersebut bekerjasama dengan pedagang buah yang ada di Surabaya.

Hal tersebut senada dengan Bapak Yudhi, Pemilik usaha Mie Ayam di Jl. Pemuda yang sudah cukup terkenal di kota Bojonegoro, sudah berdagang dari tahun 1993, berasal dari Solo membuka usaha pertama kali di jalan Teuku Umar Bojonegoro yang dikelola oleh pemiliknya sendiri, karena banyaknya pelanggan dan tempat yang kurang memadai akhirnya pemilik membuka cabang di jalan pemuda Bojonegoro yang dikelola oleh paman beliau. Karena kelezatan mie ayam tersebut pernah diliput dalam acara kuliner oleh stasiun TV lokal Bojonegoro sehingga dapat dikenal di masyarakat luas. Omzet penjualannya pun lumayan tutur pak Yudha, Dari informasi omset tersebut kami berusaha menggali apakah omset itu karena kepercayaan diri mempunyai

pelanggan dan rasa mie ayamnya yang enak, sehingga omsetnya selalu meningkat. Ternyata setelah kami tanya tentang kenaikan omset tersebut ke hal-hal yang bersifat klenik, bapak Yudha menganggap bahwa rezeki itu sudah ada yang mengatur jadi tidak perlu memakai klenik sebagai penglaris barang dagangannya. Beliau menganggap bahwa mie ayamnya laris karena usaha tersebut sudah lama berdiri sehingga termasuk usaha keluarga yang turun temurun, sehingga Bapak Yudhi hanya mempertahankan kualitas mie ayamnya saja, sehingga pelanggannya akan merasa puas makan mie ayamnya.

Tidak jauh berbeda dengan informan sebelumnya sebut saja Bapak Hendra, yang memiliki Toserba yang berada di Desa Sidorejo Kecamatan Sukosewu Beliau sudah melakukan usaha sejak tahun 2001 sampai sekarang, memiliki sebidang tanah yang digunakan untuk usaha karena terdapat peluang usaha, awal berdiri membuka konter pulsa, kemudian tahun 2005 membuka usaha yang lebih besar yaitu Toserba. Strategi untuk mendapatkan barang dagangannya yaitu dengan membeli langsung dari agen dengan jumlah yang banyak sehingga mendapatkan diskon yang mampu meningkatkan laba dari penjualannya. Keberhasilan usaha tersebut menarik bagi peneliti untuk menanyakan apakah usaha tersebut berdasarkan keyakinan dalam berusaha atau keyakinan yang lainnya. Informasi yang didapatkan saat ditanya menggunakan klenik, pemilik toserba mengungkapkan bahwa dia adalah orang agamis dan tidak pernah menggunakan klenik. Saat di provokasi oleh surveyor bahwa mengawali usaha

dengan menggunakan klenik untuk melariskan dagangan malah dinasehati oleh Bapak Hendra, bahwa tidak boleh menggunakan klenik karena larangan agama. Hal ini meyakinkan bagi surveyor bahwa pedagang tersebut tidak menggunakan klenik.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mas Susanto, seorang mahasiswa pemilik toko jajan dan pulsa, memiliki usaha jajan dan pulsa sejak tahun 2011 dengan modal Rp 800.000,- (delapan ratus ribu rupiah) yang dipergunakan sebagai modal awal untuk membeli pulsa Rp 200.000,- (dua ratus ribu rupiah) yang Rp 600.000,- dipergunakan untuk modal pembelian jajan. Pada awalnya usaha tersebut masih relatif kecil dari sisi pendapatannya, seiring berjalannya waktu pada saat informasi didapat keuntungan yang diperoleh sudah mampu untuk membayar biaya kuliah. Dilihat dari status pedagang tersebut sebagai mahasiswa tentu surveyor sudah mengetahui bahwa yang bersangkutan memiliki kepercayaan diri dalam berusaha cukup tinggi, sehingga pada saat ditanya apakah dalam usahanya menggunakan klenik, dia menjawab tidak menggunakan dan mengungkapkan strategi penjualan yang dilakukan yaitu pada masa *paceklik* dia berusaha mengatur jumlah perputaran uang sampai tiba waktunya panen.

Strategi lain juga diterapkan oleh Pak Wandu, Toko Serba Ada yang berdiri tahun 1994, awal usahanya dimulai dari berjualan es, kemudian pada tahun 2005 usahanya berkembang menjadi warung, toko elektronik, konter dan lain-lain. Menurut surveyor usaha informan tersebut dikategorikan sebagai usaha yang cukup sukses, untuk itulah surveyor ingin tahu

lebih lanjut apakah kesuksesannya diakibatkan dari pengalaman berdagangnya atau ada unsur lainnya. Saat ditanya tentang klenik, beliau menjawab tidak menggunakan klenik. Akan tetapi strategi suksesnya adalah modal yang digunakan untuk melakukan usaha bukan berasal dari hutang atau pinjaman, juga meyakini bahwa rizki itu dari Allah, tidak pernah menghitung keuntungan tetapi beliau merasakan adanya pertambahan pendapatan dalam keluarganya, disamping itu kesuksesannya adalah ditunjang oleh jaringan komunitas yang ahli elektronik. Dari aktifitas tersebut akhirnya beliau memiliki keahlian elektronik, sehingga berhasil membuka usaha service elektronik.

Mbak Lala, Seorang mahasiswa memiliki usaha asesoris, modal awal berasal dari pemberian orang tua dan tabungan sendiri. Usahanya termasuk usaha yang laris dikarenakan tempat usaha yang strategis berada di dekat jalan raya dan berdampingan dengan warung orang tuanya yang sudah dikenal oleh banyak orang. Sehingga saat di tanya tentang klenik sebagai penglaris barang dagangannya, dia mengungkapkan bahwa dia tidak menggunakan klenik, dia percaya usahanya akan sukses dan dia tidak takut bangkrut.

Berbeda dari cerita sebelumnya Ibu Heni, seorang penjual pakaian yang berpendidikan lulusan SMP beliau menjual pakaiannya dengan cara berkeliling di tetangga-tetangga. Melalui strategi tersebut beliau mendapatkan jumlah penjualan yang tinggi sehingga laba yang diterimanya juga mampu membuat beliau bisa mendirikan stan di pasar. Beliau menerangkan bahwa usaha

beliau tersebut tidak lepas dari amalan-amalan yang beliau lakukan yaitu shalat dhuha. Jadi beliau mengaku tidak pernah menggunakan klenik hanya amalan-amalan saja yang ia lakukan beliau sangat paham kalau rizeki sudah ada yang mengatur.

Hal yang sama juga dilakukan oleh pasangan suami isteri, Bapak Manan dan Ibu Fitri mereka berjualan Bakso di kawasan Ngumpakdalem pada saat penjualan hari pertama, barang dagangannya tidak laku satu pun sampai pada hari ketiga. Walaupun demikian tidak ada keinginan untuk menggunakan klenik. Hanya saja ada beberapa amalan agama dari pondok sang suami yang diyakini dan diamalkan agar dapat membantu usahanya.

Ibu Dina, Pemilik Toserba yang suaminya bekerja sebagai PNS. walaupun tiap bulan menerima gaji tapi masih mau membuka usaha toserba, yang sudah berdiri belasan tahun yang lalu. Disamping sudah lama berdiri, dengan penghasilannya selalu ditanamkan kembali sebagai modal sudah tentu usaha tersebut mengalami perkembangan yang signifikan. Namun demikian adanya informasi bahwa kalau usaha itu sukses dibarengi dengan usaha klenik sehingga surveyor merasa penasaran dengan hal ini sehingga berusaha untuk bertanya mengenai penggunaan klenik pada usahanya, ibu tersebut secara terang-terangan mengatakan tidak pernah atau berfikir untuk menggunakan atau mempercayai klenik. Dia memiliki kepercayaan diri yang penuh yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, usaha dagang tersebut merupakan usaha sampingan karena sebelum bergelut

didunia perdagangan, pendapatan beliau sudah merasa cukup mengingat bahwa suami adalah PNS. Sehingga tidak ada ketakutan akan adanya pesaing yang ingin menjatuhkan usahanya, kemudian modal yang digunakan berasal dari modal sendiri (bebas dari hutang). Beliau mengatakan biasanya seorang pedagang yang bermodal dari hutang memiliki ambisi untuk terburu-buru agar mendapatkan laba yang tinggi, supaya dapat segera membayar hutang. Suatu ketika beliau mendapati barang-barang dagangannya maupun uangnya hilang secara misterius, kemudian ayah dari Ibu tersebut mendatangi seorang kiai (ahli agama) untuk meminta sesuatu agar terhindar dari kejadian kehilangan yang berkelanjutan.

Hal yang sama juga dialami oleh Ibu Marlin, beliau memiliki toko kelontong di rumah sejak awal berdagang. Informan tersebut menunjukkan sikap kurang percaya diri, hal tersebut didapatkan saat dia pergi ke dukun dan meminta agar uang yang diterima dari pembeli tidak hilang. Saran dari dukun tersebut kepada pedagang adalah mencari tanah lempung yang harus didapatkan dari tanah miring (Kec. Kedungadem) kemudian tanah tersebut dibungkus kain untuk diletakkan di laci tempat penyimpanan uang. Pedagang tersebut sering mengalami kehilangan uangnya, pedagang tersebut befikir bahwa hilangnya uang tersebut diambil oleh tuyul, ternyata yang mencuri uangnya adalah anaknya sendiri. Sehingga apa yang dilakukan dengan mengambil tanah tersebut diatas tidak dipercaya lagi (dibuang). Saat ini pedagang tersebut mulai percaya diri bahwa tanah lempung tidak bisa menjaga uang. Sehingga usaha

yang dijalankan saat ini sudah tidak menggunakan klenik lagi, tetapi yang bersangkutan sering mengikuti istighosah. Dari hasil pengamatan surveyor perkembangan usahanya tidak mengalami perkembangan yang signifikan.

Berbeda dengan Ade, dia adalah salah satu karyawan di salah satu rumah makan di kota Gresik. Dia dan teman-temannya saat bekerja di rumah makan tersebut memiliki pantangan dilarang makan pisang, hal tersebut dianggap sebagai cara untuk melariskan dagangannya.

Bapak Yusuf, yang sudah akrab dengan salah satu pedagang pernah bertanya tentang klenik kepada pedagang langganannya, dikatakan bahwa rezeki Allah yang mengatur, tetapi pedagang tersebut beranggapan bahwa klenik itu sebagai syarat agar dilancarkan dalam usaha apalagi pedagang tersebut orang jawa yang masih kental dengan adatnya.

Bapak Syafi'i, yang merupakan tetangga dari Ryan salon, saat membuka salon pasti mengadakan ritual aneh diantaranya dengan membakar lidi seperti untuk pemujaan yang baunya menyengat dan beliau juga menjelaskan bahwa pedagang bebek goreng juga memiliki beberapa dukun dan usaha warung kopi yang ada di dekat rumah beliau setiap hari Jum'at libur untuk sowan kedukun, dan Bapak Syafi'i juga mengatakan banyak warung-warung di Pasar Kota Bojonegoro memiliki penglarisan agar dagangan mereka tidak dimatikan warung saingan.

Bapak Supri, salah satu teman akrab pedagang di pasar tradisional, Bapak Supri melihat banyak pedagang akan mengusap-usap uang pelaris ke barang dagangannya. Saat ditanyakan hal

tersebut dimaksudkan agar barang dagangannya yang lain segera laku. Namun bukan berarti mereka melalaikan takdir Allah tentang Rezeki, karena hal seperti itu bisa jadi karena faktor budaya masyarakat dan kepercayaan pribadi dari pedagang itu. Sehingga Bapak Supri menganggap klenik sebagai penglaris itu kepercayaan masing-masing dan bisa jadi budaya pasar mereka kurang lebih seperti itu.

Bapak Adi, Sebagai pengusaha di bidang perbankan melihat secara garis besar bahwa Bapak Adi berpegang pada: 1) Percaya adanya setan dan makhluk halus; 2) Menghamba kepada setan dan makhluk halus itu syirik; 3) Ritual melontarkan Jumroh saat melakukan Haji dan Umroh adalah simbol bahwa setan harus di lawan; 4) Jaman semakin akhir dan godaan setan semakin dahsyat, setan itu 1 benar maka akan 1000 bohong; 5) Godaan dari setan sebanding dengan tingkat derajat manusia sehingga banyak ulama juga tidak tahan godaan dan 6) perekonomian yang terpuruk dan persaingan yang ketat.

KESIMPULAN

Dari 16 informan yang sudah diteliti ternyata memiliki persepsi bahwa rizeki sudah ada yang mengatur dan mereka memiliki persepsi bahwa klenik adalah bersifat negatif, bisa berupa jimat yang berasal dari dukun, padahal kalau ditinjau dari teori yang mendasari, klenik tidak hanya dapat diartikan hanya sempit begitu saja tetapi juga berkaitan dengan keyakinan seseorang (agama) untuk melakukan hal-hal yang tidak dapat dicerna oleh akal pikiran namun dipercaya oleh banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Y. (2010). *Religiositas dan Etos Kerja (Studi Terhadap Tiga Pedagang Angkringan di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Darmawati. (2013). Hukum Dagang Dalam Islam. *Al-Risalah*, 147-162.
- DIRJEN DIKTI Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Panduan Pelaksanaan : Hibah Bersaing*. Jakarta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2014, April -). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved Januari 28, 2015, from Persepsi: <http://kbbi.web.id/persepsi>
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Prastowo, Andi.2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam persepsi Rancangan Penelitian*; Ar-Russ Media. Jogjakarta
- Rusmini. (2013). Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respon Konsumen. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 73-79.
- Sawarjuwono,Tjiptohadi.2013. *Workshop Penelitian Metode Kualitatif*; Makalah disajikan dalam Workshop Penelitian Metode Kualitatif.STIE Cendekia, Bojonegoro, 18 – 19 Januari 2013.

- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*; Bandung : Alfabeta
- Wikipedia Indonesia. (2014, Maret 15). *Wikipedia Indonesia*. Retrieved Januari 29, 2015, from Klenik: <http://id.wikipedia.org/wiki/Klenik>