

Metode Menentukan Mitra Bisnis pada Komunitas Tanpa Riba di Malang

Khusnudin

Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Email korespondensi: khusnudin@pbs.uin-malang.ac.id

Abstract

Business activities will be more accessible if done with partners. Determining the right business partner is the main factor in achieving the business's success. The interrelation of the parties in running the business to gain profits will be easier with suitable partners. Various methods are used to determine the right business partner. The determining factors of a business partner's feasibility that satisfy the needs of a non-profit community is an interesting research topic. Qualitative research was conducted using a phenomenological approach with "la riba community" as the subject. In-depth interview data were analyzed using interpretive phenomenological analysis. Results of the study found that "la riba community" used the safar method for three days to determine whether someone would fit to become a partner or vice versa. Theoretically supports the concept of Islamic business ethics by involving the Allah in finding the right partner.

Keywords: Partners, business, safar, la riba community.

Saran sitasi: Khusnudin. (2023). Metode Menentukan Mitra Bisnis pada Komunitas Tanpa Riba di Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2423-2430. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8291>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8291>

1. PENDAHULUAN

Manusia memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi dalam hidupnya terkait kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer mencakup pakaian, makanan, dan tempat tinggal bersifat statis. Berbeda dengan kebutuhan sekunder dan tersier yang terus bertambah sesuai dengan kemajuan peradaban manusia. Bertambahnya kebutuhan sekunder dan tersier dipengaruhi oleh kondisi sosio ekonomi komunitas dimana mereka tinggal. Inilah yang mendorong manusia secara alami berusaha memenuhi secara kuantitas alat-alat pemuas untuk memenuhi kebutuhannya. Agar semua kebutuhan tersebut dapat dipenuhi secara menyeluruh, maka manusia didorong untuk mencari alat pemuas melalui bekerja, mencari rezeki, dan berusaha.

Interaksi dengan sesama manusia sangat diperlukan untuk menutupi keterbatasan kemampuan dirinya dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Ragam karakter yang dimiliki manusia menjadi alasan kuat untuk memilih partner yang dianggap dapat memberikan keuntungan bagi dirinya. Pertimbangan rasional yang dimiliki akan digunakan untuk memilih aktifitas pekerjaan yang dapat memberikan

keuntungan dan meninggalkannya jika merugikan. Karakter manusia sebagai makhluk *homo economicus* akan mendorong untuk memilih berbagai mitra dan jenis pekerjaan secara rasional yang tidak akan merugikan dirinya (Suhandi & Nasution, 2023).

Mitra adalah interelasi para pihak sebagai partner sesuai peran masing-masing. Bisnis adalah aktifitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan bagi para pihak terkait. Mitra bisnis adalah interelasi para pihak dalam aktifitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Membangun jaringan mitra bisnis sangat penting untuk mewujudkan visi dan misi sebuah usaha (Naomi, 2018). Tujuan kemitraan bisnis adalah memperoleh keuntungan dalam beberapa aspek ekonomi, sosial budaya, teknologi, dan manajemen. Indikator yang dapat dijadikan sebagai keberhasilan mitra bisnis harus spesifik, terukur, dapat dicapai, realistis, dan sesuai target yang diinginkan para pihak. Berbagai indikator tersebut dapat berupa input, proses, indikator output dan indikator outcome (Umma, et.al. 2016)

Memilih mitra usaha menjadi cara efektif untuk menutupi berbagai kekurangan yang akan berdampak pada kerugian bisnisnya. Sejatinnya mitra yang layak

dijadikan sebagai partner usaha adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menutupi kelemahan, memiliki kemampuan dan fungsi teknis strategis untuk memajukan bisnis, dapat bekerjasama dengan baik untuk memperoleh keuntungan yang bersifat materi (Sukaeningsih, 2022). Mitra bisnis memiliki peranan sangat penting bagi pengusaha untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan. Mitra bisnis dapat berupa pengusaha perorangan, badan usaha swasta, pemerintah desa, perusahaan negara, lembaga pemerintah atau asing (Sudjana & Rizkison, 2020); (Fitriani & Oktafia, 2021); (Efendi & Muliastuti, 2021); (Rukminastiti Masrifah et al., 2021); (Ahadiyah, 2022); (Pusporini, et.al., 2019). Mitra bisnis yang tepat akan meningkatkan nilai perusahaan hingga memperoleh keuntungan yang diharapkan. Sebaliknya jika mitra bisnis yang dipilih tidak sesuai dengan arah dan kebijakan usahanya, maka akan menimbulkan berbagai masalah dan berakibat pada kebangkrutan (Sulastri, 2016).

Pada lembaga keuangan, aspek penting yang digunakan sebagai penentu kelayakan mitra bisnis adalah dengan melihat stabilitas keuangannya. Stabilitas keuangan akan meningkatkan kredibilitas perusahaan. Pelaku usaha yang kondisi keuangannya mengalami masalah akan semakin sulit untuk menggandeng mitra hingga dapat menumbuhkan kembangannya (LPPI-Bank Indonesia, 2015). Meski demikian, banyak pelaku usaha yang sebelumnya mengalami kesulitan keuangan, namun setelah bekerja dengan mitra yang tepat, usahanya dapat tumbuh dan berkembang dengan baik (Rizsa & Naomi, 2018)

Kemitraan terbukti akan mempengaruhi secara signifikan pada pendapatan usaha mikro (Halik et al., 2020). Bagi pengusaha pemula (*star up*) bermitra dengan pengusaha lainnya berpotensi untuk menurunkan pendapatan karena harus berbagi keuntungan. Akan tetapi dalam aspek transfer pengetahuan dan jaringan tentu akan lebih menguntungkan. Kolaborasi antara perusahaan *star up* juga memungkinkan untuk menghadapi kompetitor dan dapat menggunakan strategi memenangkan persaingan pasar (Jost, 2022). Meski demikian, bagi pengusaha pemula memiliki risiko tinggi terjadi penipuan yang dilakukan oleh mitra kerjanya (Othman & Ameer, 2022). Bagaimana pengusaha *star up* memilih mitra yang tepat agar usahanya dapat berkembang menjadi persoalan penting.

Pada penelitian ini, kemitraan bisnis dibatasi pada cara anggota komunitas pengusaha pemula Komunitas Tanpa Riba (KTR) menentukan partner bisnis secara personal. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana antar anggota KTR memilih mitra bisnis yang tepat agar tujuan bisnis dapat tercapai. Penelitian ini penting untuk memastikan pilihan partner bisnis yang tepat agar tidak menjadi penyesalan dan kerugian di kemudian hari.

2. METODE PENELITIAN

Artikel penelitian ini berbentuk kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti berusaha menggali dan memahami esensi yang terjadi pada subjek peneliti (Creswell, 2010). Penelitian lapangan ini menggunakan data hasil wawancara sebagai sumber utama untuk mendeskripsikan perilaku subjek penelitian. Wawancara diambil kepada pengurus dan anggota KTR yang dapat merepresentasikan pandangan kebijakan organisasi dalam menentukan kelayakan mitra bisnis.

Hasil wawancara terkait kelayakan mitra bisnis kemudian dianalisis dan diintegrasikan secara normative menggunakan hadist Rasulullah SAW yang *mu'tabar*. Seperti, hadis yang tercantum dalam Shahih Bukhari, Sunan Abi Dawud, Musnad Imam Ahmad, dan Sunan Kubra An-Nasa'i. Dari sini dapat diambil makna ada tidaknya kesesuaian metode yang digunakan dengan kaidah-kaid normative Islam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Komunitas Tanpa Riba (KTR) dibentuk oleh komunitas hijrah pada 2015 di Malang sebagai upaya mawadahi anggotanya yang terjerat utang dan praktik riba. Perkumpulan ini memiliki tujuan untuk memberdayakan ekonomi anggota agar dapat melunasi utang-utang ribanya. Sebagian besar anggota bekerja sebagai wiraswasta dengan modal yang relatif kecil. Anggota KTR yang berperan sebagai pengusaha pemula memiliki beragam sektor usaha. Berbagai keterbatasan yang dimiliki memaksa untuk bermitra dalam membangun bisnis yang hendak dirintisnya.

Membangun bisnis dapat dilakukan secara mandiri atau bermitra dengan sesama anggota organisasi. Memilih mitra bisnis yang tepat bukan persoalan mudah. Kesalahan dalam menentukan mitra bisnis akan berpotensi merugikan usaha yang

digelutinya. Kerugian bukan hanya berdampak pada terhentinya bisnis, namun dapat meninggalkan utang ratusan juta rupiah akibat kegagalan kongsi bisnis. Menurut partisipan, mitra bisnis yang tepat adalah mitra yang memiliki keyakinan (visi) yang sama atau se-akidah. Sebagaimana mitra bisnis yang dilakukan oleh kaum Muhajirin (dari Makkah) dan Anshar (dari Madinah) di masa kehidupan Rasulullah SAW.

Anggota KTR memiliki metode tersendiri untuk menentukan layak tidaknya seseorang dijadikan mitra bisnis. Mitra bisnis ditentukan setelah melewati masa safar selama tiga hari bersama calon mitra bisnis. Selama safar mereka dapat mengamati kriteria calon mitra bisnis. Kriteria tersebut mencakup perilaku atau kebiasaan keseharian, kedisiplinan dalam menjalankan ibadah shalat, perhatian kepada sesama, pengendalian emosi, kejujuran, dan keterampilan atau kemampuan yang dimiliki. Setelah menemukan kriteria yang diinginkan terhadap calon mitra, kemudian menawarkan untuk bermitra dalam kerjasama bisnis. Bisnis dimulai dari nilai yang kecil untuk menghindari risiko kerugian besar jika usahanya gagal. Setelah bisnis beromset kecil dinilai cukup berhasil maka dapat dilanjutkan dengan bisnis yang nilainya lebih besar.

Safar dilakukan secara bersama dengan calon mitra bisnis dalam bentuk wisata spiritual untuk *tadabbur alam*, mempelajari pengetahuan atau keterampilan tertentu, atau mengikuti pelatihan atau diklat pada lembaga atau instansi. Calon mitra bisnis tidak mengetahui bahwa keberadaannya selama safar selalu diamati untuk mempertimbangkan layak tidaknya dijadikan sebagai partner bisnis. Setelah masa safar berakhir diberikan tawaran untuk bermitra dalam bisnis tertentu. Berikut ini beberapa pernyataan partisipan (ketua, divisi baitul mal, bendahara, dan anggota KTR) terkait kriteria mitra yang diamati selama safar sebagai pertimbangan untuk menentukan partner bisnis.

Memilih partner bisnis harus tepat. Salah satunya melalui safar bareng untuk mengetahui karakter yang dimiliki. Seperti sikap amanah jika diberi kepercayaan mengelola keuangan, shalat di awal waktu, dan bagaimana meluapkan emosi saat menghadapi kendala. Kriteria ini tidak akan muncul dalam menentukan mitra bisnis secara konvensional. Perilaku amanah dapat diidentifikasi selama safar, mengetahui perilaku keluarganya, dan melakukan aktifitas utang piutang.

Untuk menentukan partner bisnis harus diajak safar selama tiga hari. Selama safar akan dapat diketahui karakter calon mitra sebenarnya, seperti egois, mau mau mengalah, suka membantu temannya, atau justru membiarkan saudaranya dalam kesulitan. Jika dalam hal yang dianggap sepele terlihat egois apalagi dalam aspek yang lebih besar. Selama safar, Allah akan memberi petunjuk orang tersebut layak atau tidak untuk dijadikan partner bisnis.

Pada hari pertama safar biasanya masih menampakan sifat kamoplase, pada hari kedua akan mulai muncul sifat aslinya, dan pada hari ke tiga akan nampak karakter sebenarnya. Safar dapat diasumsikan sebagai istikharah dalam menentukan mitra bisnis. Seandainya nanti gagal maka anggap saja sebagai uang lepas untuk introspeksi diri (*tabayyun*).

Selama safar, akan diketahui bagaimana sifat asli calon mitra. Aktifitasnya dapat diketahui mulai dari bangun tidur hingga menjelang tidurnya. Kebiasaan keseharian dapat dijadikan sebagai pertimbangan layak atau tidaknya untuk dijadikan sebagai mitra usaha.

Menurut partisipan, cara menentukan mitra usaha dengan menggunakan metode safar dianggap cukup tepat. Beberapa partisipan berhasil membangun bisnisnya bersama mitra anggota KTR melalui metode safar. Sistem kerjasama bisnis yang digunakan sesuai kesepakatan para pihak. Ada yang menggunakan kerjasama bisnis dengan model *inan*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan sewa jasa. Penentuan mitra menggunakan metode ini dapat menghindari penipuan dan risiko beban utang akibat kegagalan bisnis yang pernah dilakukan sebelumnya.

3.2. Pembahasan

Islam mengajarkan memilih mitra bisnis dengan mempertimbangkan kemampuan yang dimiliki oleh calon mitra, seperti keahlian yang dimiliki dan sikap amanah untuk mewujudkan visi misi yang diharapkan. Mitra bisnis harus memiliki kemampuan, etos kerja yang tinggi dengan karakteri mampu berfikir, ilmiah, dan proaktif. Di samping itu mitra harus memiliki sifat-sifat Ilahi dan mengikuti petunjuk-Nya (Djakfar, 2008). Sikap profesional dalam mengelola bisnis sangat penting agar usaha yang dijalankan dapat tumbuh, berkembang, dan memperoleh keuntungan. Namun jika mitra tidak profesional dalam obyek yang ditransaksikan, maka akan berdampak buruk bagi kerjasama bisnis dan dapat berakhir pada kebangkrutan. Sebagaimana dijelaskan dalam hadis berikut :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضَيَّعْتَ الْأَمَانَةَ فَانْتَظِرْ
السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا أَسْنَدَ الْأَمْرَ
إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرْ السَّاعَةَ (al-Bukhari 6015)

Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Jika amanat telah disia-siakan, tunggu saja kehancuran terjadi." Ada seorang sahabat bertanya: 'bagaimana maksud amanat disia-siakan?' Nabi menjawab: "Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu."

Saling menjaga kepercayaan, menjaga integritas, kejujuran, bekerjasama, saling memiliki, dan rasa tanggung jawab adalah kunci utama keberhasilan pencapaian tujuan bisnis. Sebagaimana dijelaskan dalam hadis berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَتَا ثَلَاثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا
خَانَهُ خَرَجَتْ مِنْ بَيْنِهِمَا (Sunan Abu Dawud 2936)

Sesungguhnya Allah berfirman: "Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama tidak ada salah seorang diantara mereka yang berkhianat kepada sahabatnya. Apabila ia telah mengkhianatinya, maka aku keluar dari keduanya."

رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ ائْتَمَكَ
وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ (Sunan Abi Dawud 3067)

Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: 'Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayaimu dan janganlah engkau mengkhianati orang yang mengkhianatimu!'

Safar berarti perjalanan (Anwar, 2003), sedangkan makna istilahnya adalah perjalanan dengan jarak dan tujuan tertentu yang akan mempengaruhi status hukum ibadah bagi seorang Muslim (Sarwat, 2020). Syarat yang dapat dikategorikan sebagai bentuk perjalanan adalah harus keluar dari tempat wilayah tempat tinggal dan menuju satu tempat dengan jarak tertentu. Menurut jumhur ulama, jarak minimal yang harus ditempuh adalah 90-an km (tepatnya 88, 704 km atau 16 farsyakh atau 4 burud) dan tujuan bukan untuk maksiat. Orang menempuh perjalanan tersebut (musafir) berhak untuk mendapat

keringanan seperti mengqasar shalat dan berbuka disaat puasa (Zuhaili, 2010).

Islam mengajarkan untuk berdoa sebelum melakukan perjalanan (safar) agar selama dalam perjalanan diberi kemudahan, dihilangkan segala kekurangan dan kesedihan yang dapat menimpa keluarga, keturunan, dan hartanya. Sebagaimana di jelaskan dalam hadis Sunan Nasai 5404 berikut:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ إِذَا سَافَرَ قَالَ اللَّهُمَّ إِنِّي
الْكُؤُورِ أَعُوذُ بِكَ مِنْ وَعْثَاءِ السَّفَرِ وَكَآبَةِ الْمُنْقَلَبِ وَالْحَوْرِ بَعْدَ
وَدَعْوَةِ الْمَظْلُومِ وَسُوءِ الْمَنْظَرِ فِي الْأَهْلِ وَالْمَالِ وَالْوَالِدِ

Sesungguhnya jika Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam hendak safar, beliau mengucapkan: Ya Allah, aku berlindung kepada-Mu dari kelelahan di perjalanan, kesedihan saat kembali, kekurangan setelah kecukupan, doa orang yang terzalimi dan pemandangan yang buruk pada keluarga, harta dan anak.

Partisipan menentukan mitra bisnis melalui safar didasarkan pada pengalaman kegagalan menjalankan bisnisnya. Mitra yang disertakan dalam aktifitas bisnis ternyata tidak sesuai dengan kualifikasi yang diharapkan. Sebelumnya, penentuan mitra kerja didasarkan pada proyeksi capaian target di atas kertas. Akan tetapi dalam perjalanan bisnisnya ternyata banyak mengalami permasalahan yang berujung pada kegagalan. Salah satu sebabnya adalah tidak profesional dalam mengelola bisnis. Faktor pertemanan menjadikan pengelolaan bisnis tidak mampu membedakan mana kepentingan kelangsungan bisnis bersama dengan kepentingan pribadi. Administrasi keuangan bisnis bersama menjadi kacau. Partisipan menganggap kegagalan bisnis akibat kesalahan dalam memilih mitra. Partisipan menganggap belum ada kesamaan visi dan misi bisnis yang hendak dibangun bersama mitra, yaitu membangun bisnis yang sukses berkah yang melekat pada karakter pribadi, bisnis, dan sebagai seorang Muslim..

Menentukan mitra bisnis yang tepat bukan persoalan mudah. Kegagalan bisnis yang dirintis partisipan akibat kesalahan menggandeng mitra dengan hanya melihat kelayakan proyeksi bisnis di atas kertas, menjadi pengalaman berharga untuk menggunakan alternative lain sebagai penentu mitra bisnis yang tepat. Menurut partisipan, bisnis akan berjalan dengan baik jika partner bisnis memiliki visi

yang sama. Mitra bisnis yang memiliki visi sama dapat mengambil representasi dari kalangan Muhajirin (Makkah) dan Anshar (Madinah) yang dipersaudarakan oleh Rasulullah saw. Kaum Muhajirin dan Anshar memiliki visi keimanan dimana hidupnya hanya didedikasikan untuk menggapai ridha Allah SWT. Kaum Muhajirin ketika hijrah bersama Rasul ke Madinah tidak membawa bekal yang cukup untuk dapat bertahan hidup lama di Madinah. Sebagian Kaum Anshar bermitra dengan Muhajirin untuk mengembangkan usaha di Madinah, Kaum Anshar sebagai pemodal dan Muhajirin sebagai pengelola.

Menurut al-Nabhani, memilih mitra bisnis sebagai aktifitas ekonomi untuk mengembangkan harta, tidak harus dengan pihak yang memiliki keimanan sama. Aktifitas bisnis sebagaimana aktifitas ekonomi bernilai mubah, boleh dilakukan dengan non-muslim dengan syarat objek, transaksi, dan cara mengembangkan harta tidak melanggar syariat Islam. Syarat sah tidaknya transaksi kemitraan tergantung pada sesuatu yang ditransaksikan yaitu sesuatu yang bisa dikelola dan diwakilkan, sehingga sesuatu yang dikelola tersebut mengikat para pihak (al-Nabhani, 1990). Meski demikian akan lebih baik jika bermitra dengan pihak yang memiliki visi sama dalam hidupnya.

Kesamaan visi dan misi hidup akan berimplikasi dalam aktifitas bisnis yang dilakukan. Partisipan akan mencari mitra yang memiliki profesi sesuai kebutuhan bisnisnya. Memilih mitra yang mahir atau menguasai segala persoalan bisnis yang akan digeluti sangat penting agar tujuan bisnis dapat dicapai, yaitu untuk memperoleh keuntungan bersifat materi. Sebaliknya jika mitra bisnis tidak memiliki kompetensi dalam bidangnya, maka dipastikan berujung kebangkrutan. Kompetensi bisnis dapat dibangun melalui kolaborasi kerjasama bersama mitra agar bisnisnya dapat kompetitif (Jost, 2022). Pentingnya profesionalisme dalam bisnis sesuai dengan kaidah umum yang menjelaskan bahwa apabila sesuatu diserahkan bukan pada ahlinya maka akan merugi, sebagaimana dijelaskan hadis berikut:

إِذَا تَوَسَّدَ الْأَمْرَ غَيْرُ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ (Musnad Ahmad)

8274)

"Apabila segala urusan diserahkan bukan pada ahlinya maka tunggulah kiamat."

Pengusaha akan melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan mitra bisnis yang tepat agar usahanya dapat berjalan dengan baik. Sebuah usaha akan berjalan dengan baik jika memiliki mitra usaha yang tepat dan amanah atau tidak berkhianat. Mitra usaha akan berpengaruh positif terhadap pendapatan usahanya (Halik et al., 2020). Mitra usaha yang tepat harus memiliki *passion* yang sama, memiliki integritas, jujur, kapabilitas, mau bekerjasama, mau berbagi, saling mendukung, saling memberi dan menerima, siap tumbuh bersama, siap menyelesaikan konflik, punya target, saling memiliki, tidak lepas tanggungjawab, dan saling berbagi tugas. Mitra bisnis harus memiliki *softskill* yang dibutuhkan untuk pengembangan bisnisnya, seperti memiliki relasi yang luas, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan kognitif, dan memiliki perilaku yang etis (Kenayathulla et al., 2019). Setiap pelaku usaha memiliki metode dan standar tersendiri untuk menentukan mitranya hingga disebut layak sebagai mitra usaha.

Setelah menentukan calon mitra yang memiliki visi dan misi sama, latar belakang profesi mitra sesuai dengan *core* bisnis yang akan geluti, maka langkah berikutnya adalah menentukan karakter mitra dengan melihat perilaku yang dimiliki. Perilaku mitra dapat diketahui jika partisipan berinteraksi secara terus-menerus dalam kegiatan kesehariannya. Salah satu cara untuk mengetahui perilaku keseharian adalah melalui metode safar selama waktu tertentu, biasanya dilakukan tiga hari. Sebelum safar, partisipan akan berdoa agar selama dalam safar diberi kemudahan dan memperoleh apa yang menjadi harapannya, sesuai dengan tuntunan dalam ajaran Islam.

Calon mitra tidak mengetahui bahwa selama safar karaternya akan diamati untuk menentukan layak tidaknya dijadikan mitra bisnis. Safar dapat diisi dengan kegiatan mendaki gunung, camping, *taddabur* alam, atau melakukan training untuk memperoleh pengetahuan tertentu. Partisipan dapat mengetahui karakter asli pada calon mitra bisnisnya. Karakter yang dinilai mulai dari tutur katanya, keteguhan memegang agamanya dengan melihat ketepatan pelaksanaan shalat lima waktu, aktifitas keseharian menjelang tidur hingga bangunnya, kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan pada siang dan malam harinya, kejujurannya, empati pada saudaranya, perilaku suka menolong, ketelitiannya, amanahnya, kesesuaian antara perkataan dan perbuatannya, dan lain-lain.

Menurut partisipan, calon mitra biasanya belum menunjukkan karakter asli dihari pertama safar. Pada hari berikutnya akan terlihat bentuk karakter asli yang dimiliki. Pada hari ketiga baru dapat disimpulkan layak atau tidaknya calon mitra dijadikan sebagai mitra bisnis. Setelah menemukan karakter yang diinginkan, maka langkah berikutnya adalah memulai bisnis dengan mengawali dari nilai bisnis yang kecil, jika berhasil maka dapat ditingkatkan dengan nilai bisnis yang lebih besar. Proses produksi, strategi, kebijakan dalam menjalan usaha harus sesuai dengan visi yang disepakati bersama para pihak (mitra) yang terlibat dalam aktifitas bisnis (Templeman, 2022).

Menentukan mitra bisnis dengan metode safar tentu hanya dapat dilakukan pada sesama anggota KTR. Metode ini kesulitan jika diterapkan pada calon mitra bisnis yang bukan bagian dari anggota KTR. Safar dijadikan sebagai penentu utama untuk menilai kelayakan mitra bisnis namun bukan berarti tidak melihat kompetensi yang dimiliki calon mitra. Visi, misi, dan kompetensi tentu menjadi pertimbangan penting awal sebelum memutuskan calon mitra dengan melihat karakter yang dimiliki melalui safar.

Partisipan menggunakan metode untuk menentukan kelayakan mitra melalui safar didasarkan pertimbangan pada karakter asli calon mitra yang sebenarnya. Partisipan tidak memungkirinya adanya pertimbangan formal dalam menentukan mitra bisnis, tetapi metoda melalui safar dianggap tetap penting. Menurut partisipan, tidak semua anggota komunitas bermitra dalam mengelola usahanya. Pengelolaan usaha akan diserahkan kepada masing-masing personal sesuai dengan *passion*-nya.

Menurut partisipan, metode menentukan mitra bisnis melalui safar sesuai dengan tuntunan dalam Islam. Namun, jika dilihat dengan menggunakan penelusuran hadist soft versi 4.0., sejauh pengetahuan peneliti ternyata tidak menemukan hadis terkait. Peneliti hanya menemukan hadis dikabulkannya doa bagi orang yang sedang melakukan safar. Hadis tersebut diriwayatkan oleh sahabat Abdurahman bin Shakr al-Azdi atau dikenal dengan nama Abu Hurairah RA dalam Musnad Imam Ahmad nomor 7197, 8226, dan 9233 dengan tiga redaksi yang berbeda (Abd al-Shāfi, 1993). Hadis tersebut dengan sanad *stiqah*, adil, *stiqah*, *maqbul*, dan sampai ke sahabat. Hadis tersebut adalah sebagai berikut.

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثُ دَعَوَاتٍ مُسْتَجَابَاتٌ لَا شَكَّ فِيهِنَّ دَعْوَةُ الْمَظْلُومِ وَدَعْوَةُ الْمَسْأِفِرِ وَدَعْوَةُ الْوَالِدِ عَلَى وَلَدِهِ (Musnad Ahmad 7197)

Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Salam bersabda: "Tiga doa yang pasti dikabulkan oleh Allah: doa orang yang terzalimi, doa seorang musafir dan doa orangtua kepada anaknya.

Berdasarkan pandangan peneliti, metode untuk menentukan mitra bisnis melalui safar termasuk mengamalkan hadis tersebut. Jika dalam keadaan safar doa akan dikabulkan maka selama waktu tiga hari itulah partisipan berdoa dengan didukung pengamatannya terhadap kelayakan calon mitra bisnis yang akan dipilih. Jika doanya terkabul sebagaimana penjelasan hadis, maka akan ditunjukkan layak tidaknya seseorang untuk dijadikan sebagai mitra bisnis. Metode menentukan mitra bisnis melalui safar tidak meninggalkan kriteria mitra bisnis yang ditentukan berdasarkan teori yang ada. Kriteria tersebut adalah adanya kesesuaian visi dan misi, profesi yang diharapkan, jujur, bekerjasama, tidak melanggar kesepakatan (berkhianat), dan memiliki tujuan yang sama untuk memperoleh keuntungan dalam aktifitas bisnisnya (Ichsan, 2015). Metode menentukan mitra bisnis melalui safar menjadi salah satu upaya untuk melibatkan Allah SWT dalam menentukan pilihan mitra bisnis yang tepat agar usahanya sesuai harapan.

Beberapa partisipan berhasil menjalankan usahanya dengan melibatkan mitra yang tepat melalui metode safar. *Partnership (syirkah)* dalam bisnis dibangun dengan sistem *inan*, sistem *ajir-musta'jir*, dan penggunaan jasa sesuai kebutuhan (jasa putus). Partisipan merasa puas menemukan mitra bisnis yang tepat melalui metode safar. Bisnis yang dijalankan bersama mitra dapat berjalan dengan baik. Ada partisipan yang sukses menjalankan bisnis ritel dengan nilai omset ratusan juta rupiah, sukses bisnis *ornament* dengan omset puluhan juta rupiah, sukses membangun bisnis percetakan dengan omset ratusan juta rupiah, dan sukses mengembangkan bisnis minuman kemasan dengan omset puluhan juta rupiah. Partisipan menganggap bisnis yang dijalankan bersama mitranya berhasil dengan indikasi bisnis dilakukan pada sektor usaha yang halal, dilakukan secara jujur, berprinsip pada nilai-nilai Ilahi, tidak mengejar keuntungan materi semata, memiliki nilai

keadilan dan keseimbangan, menguntungkan secara profit, dan bermaslahat bagi kehidupannya di dunia dan akherat (Astuti & Ruqiah, 2020)

Bagi Muslim, memilih mitra bisnis harus tidak boleh meninggalkan etika bisnis Islam seperti tidak menipu, menepati janji, murah hati, bersikap adil, bisnis dengan produk yang halal (Rozi, et.al., 2023). Memilih mitra bisnis sesuai dengan ajaran Islam akan mendatangkakan kebaikan dan menghilangkan kerusakan (Tajang, et.al., 2020). Sudah sepatutnya memilih mitra dan sektor bisnis tidak didasarkan hanya pada perolehan keuntungan materi pribadi semata (*homo economicus*), tetapi harus mendasarkan pada nilai-nilai spirit sesuai syariat Islam (*homo Islamicus*) (Suhandi, M. Yasir Nasution, 2023). Upaya melibatkan Allah dalam menentukan mitra bisnis melalui safar sebagai bagian langkah kecil dari ikhtiyar agar bisnisnya dapat berjalan dengan sukses dan berkah bagi kehidupan di dunia dan akherat (Ilyas et al., 2023).

4. KESIMPULAN

Partisipan KTR menentukan mitra bisnis melalui safar adalah salah satu bentuk usaha pengamalan hadis dengan membuat kondisi dimana doa seseorang akan dikabulkan. Partisipan tetap menggunakan kesamaan visi-misi, kompetensi, dan profesionalisme sebagai pertimbangan awal untuk menentukan mitra bisnisnya. Karakter dan perilaku calon mitra bisnis yang diamati selama proses safar inilah yang akan menjadi penentu utama dalam memilih partner bisnisnya yang tepat. Proses pemilihan mitra bisnis tidak menghilangkan aspek penentu lain dalam mencapai kesuksesan usaha yang akan dikelola bersama mitranya. Meski tidak dapat diterapkan pada semua personal atau komunitas bisnis, metode ini dianggap sangat baik dan perlu dipertahankan sebagai bentuk kehati-hatian dengan melibatkan Allah SWT untuk menentukan pilihan mitra yang tepat. Secara teoritis mendukung konsep etika bisnis Islam dengan melibatkan Yang Maha Mengetahui dalam mencari mitra yang tepat.

5. REFERENSI

Abd al-Shāfi, Muhammad Abd al-Salām. (1993). *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal Juz 4*. Beirut: Dar al-Maktabah al-Alamiah.

Ahadiah, N. H. (2022). Pengelolaan Dan Penyaluran Dana Desa (Bumdes) Berbasis Syariah di Desa Tanak Awu Pujut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id*, 8(03), 3737–3747.

Anwar, Desy. (2003). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia Surabaya.

Astuti, Try A. R., & Ruqiah. (2020). Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 1(2), 142–156. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>

Bukhāri(al), Muhammad Ismail bin Ibrāhīm bin al-Mughīrah, *Ṣaḥīḥ Bukhāri*. (2002). Beirut: Dar Ibn Kathīr.

Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga*, terj. Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Djakfar, Muhammad. (2008). *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press.

Efendi, T. F., & Muliastari, D. (2021). Analisa Sistem Pembiayaan Umum Koperasi Mitra Dhuafa Syariah Terhadap Perekonomian Anggota. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1889–1894. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3694>

Fitriani, L., & Oktafia, R. (2021). Penerapan Akad Ijarah Tanah Kas Desa Putat Tanggulangin Sidoarjo Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1617–1628.

Halik, Fachrysa R. A., Rifin, A., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Kemitraan terhadap Kinerja Usaha Nikro dan Kecil Tahu di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 164–174. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.164-174>

Ichsan, N. (2015). Kerja, Bisnis dan Sukses Menurut Islam. In *The Journal of Tauhidinomics* (Vol. 1, Issue 2).

Ilyas, A., Markarma, R., & Muhdar, F. R. (2023). *Etika Pedagang menurut Al-Qur'an dan Sunnah*. 9(01), 143–151.

Jost, P. J. (2022). Friend or foe? Co-opetition and entrepreneurial networking. *Small Business Economics*, 59(3), 1043–1059. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00567-5>

Kenayathulla, H. B., Ahmad, N. A., & Idris, A. R. (2019). Gaps between competence and importance of employability skills: evidence from Malaysia. *Higher Education Evaluation and Development*, 13(2), 97–112. <https://doi.org/10.1108/heed-08-2019-0039>

LPPI-Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia Tahun 2015*.

Nabhāni(al), Taqiyuddin. (1990). *al-Nidham al-Iqtishadi fi al-Islam*. Beirut: Dār al-Ummah, 1990.

Nasa'i (al), Ahmad Abi Adirrahman bin Suaib Ali. 2001. *Kitab al-Sunan al-Kubra Sunan An-Nasa'i*. Riyad: Maktabah Al-Ma'arif

- Naomi, P. (2018). *Daya BTPN: Memberdayakan untuk Tumbuh dan Memberikan Makna Lebih dalam Hidup* (Vol. 1, pp. 6–37).
- Othman, R., & Ameer, R. (2022). In employees we Trust: Employee fraud in small businesses. *Journal of Management Control*, 33(2), 189–213. <https://doi.org/10.1007/s00187-022-00335-w>
- Pusporini, Tati Handayani, Lina Aryani, A. Rf. (2019). Peran Koperasi Syariah Dalam Pembiayaan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 53(9), 1689–1699.
- Rizsa & Naomi, H. A. W. (2018). Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) UGT Sidogiri: Membangun Ekonomi Keumatan menuju Terwujudnya Baldatun Thoyyibatun wa Rabbun Ghafur Model Pengembangan Ekonomi Syariah berbasis Umat. *Buku Studi Kasus Kemitraan Perspektif Bisnis dan Sosial* (Vol. 1, Issue Studi Kasus Kemitraan Perspektif Bisnis dan Sosial, pp. 38–58).
- Rozi, Zikri Rahmani, D. O. (2023). Etika Bisnis Dalam Perspektif Sunah nabi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 96–104.
- Rukminastiti Masrifah, A., Sukma Novitasari, F., Ekonomi dan Manajemen, F., & Darussalam Gontor, U. (2021). Layanan Urun Dana Syariah (Sharia Equity Crowdfunding) Bagi UMKM Mana Yang Harus Jadi Prioritas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1234–1246. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2854>
- Sajastāni (al), Abi Dawud Sulaimān bin al-Ash'th. (2007). *Sunan Abī Dāwud*. Riyad: Maktabah al-ma'ārif.
- Sarwat, Ahmad. (2020). *Fiqh Safar*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing.
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1086>
- Suhandi, M. Yasir Nasution, S. (2023). Konsep Manusia Dalam Ekonomi Islam (Homo Economicus Versus Homo Islamicus). *At-Tijarah, Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4, 176–188.
- Sukaeningsih, N. (2022). Etika Kemitraan Dalam Prespektif Quran Dan Hadis. *Al-Iqtishod*, 4(1), 16–35.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha*. La Good's.
- Tajang, Darussalam, Andi Zulfikar, Syathir Sofyan, T. (2020). Konsep Etika Bisnis Islami Dalam Kitab Sahih Bukhari Dan Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 116–128. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1085>
- Templeman, G. (2022). *Praise for The Hr Business Partner Handbook*. Kogan Page.
- Umma, Erfin., Hafiar, H., & Priyatna, C. C. (2016). *Model Kemitraan Pt . Holcim Indonesia Tbk*. 1(1), 22–34.
- Zuhaili(al), Wahbah. (2010). *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyie Al-Kattani, dkk, jilid 2. Jakarta: Gema Insani.