

LAPORAN PENELITIAN INDIVIDU

JUDUL :

**INTERNALISASI MODAL SOSIAL DAN MODAL  
SPIRITUAL DALAM PERILAKU BISNIS WARGA  
TAREKAT SHIDDIQIYAH DI KABUPATEN JOMBANG**

Nomor SP DIPA	:	DIPA/025.04.2.423812/2013
Tanggal	:	05 Desember 2013
Satker	:	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Kode Kegiatan	:	2132.008
Kode Sub. Kegiatan	:	2132.008.006
Kegiatan	:	Penelitian Yang Bermutu
MAK	:	522151

Oleh

**Dr. Misbahul Munir, Lc., M. EI**  
**NIP. 197507072005011005**



**KEMENTERIAN AGAMA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG  
2014**

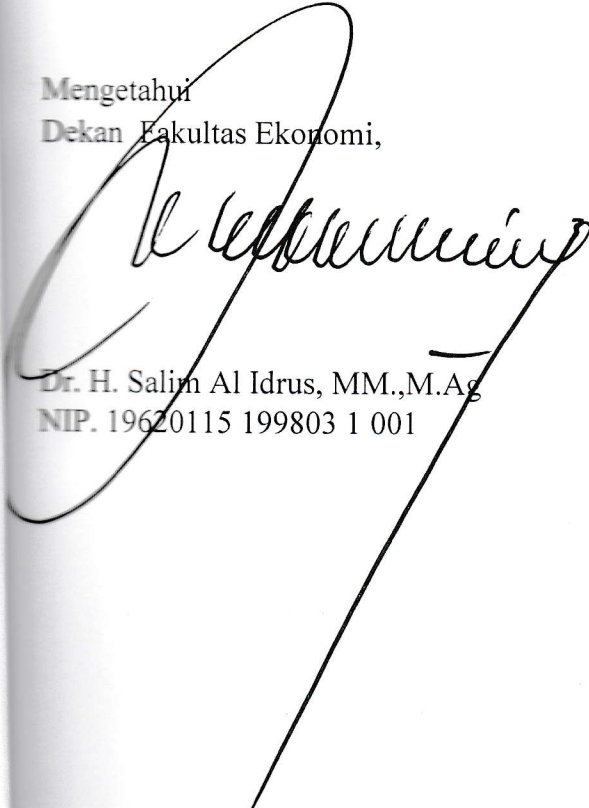
## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Penelitian ini

Disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang


Pada Tanggal 30 Oktober 2014

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. H. Salim Al Idrus, MM.,M.Ag  
NIP. 19620115 199803 1 001

Peneliti,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI  
NIP. 197507072005011005

**SURAT PERNYATAAN**  
**ORISINALITAS PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI

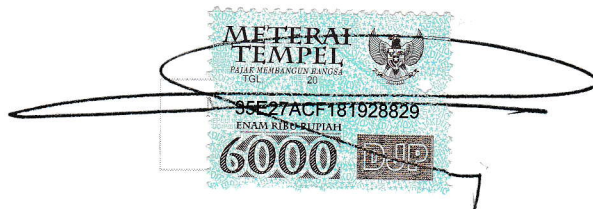
NIP : 197507072005011005

Judul Penelitian : **Internalisasi Modal Sosial Dan Modal Spiritual Dalam Perilaku Bisnis Warga Tarekat Shiddiqiyah Di Kabupaten Jombang**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur jiplakan, maka saya bersedia diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 30 Oktober 2014

Pembuat Pernyataan,



(Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI)

NIP. 197507072005011005

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN KETERLIBATAN MAHASISWA .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN .....	iv
DAFTAR ISI .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	2
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat/ Kontribusi Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN TEORI .....	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian .....	42
3.2 Pendekatan Kualitatif: Fenomenologi .....	42
3.3 Kerangka Pikir .....	43
3.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	43
3.5 Setting Lokasi Penelitian .....	43
3.6 Karakteristik Obyek Penelitian .....	44
3.7 Sumber Data dan Metode Penelitian Informan .....	44
3.8 Metode Pengumpulan dan Analisa Data .....	45
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Paparan Data .....	49
4.2 Pembahasan .....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	85
5.3 Rekomendasi .....	86
DAFTAR PUSTAKA	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Diskursus relasi antara agama dan ilmu pengetahuan telah mengemuka sejak lama, khususnya semenjak terjadinya revolusi industri di Eropa yang diyakini banyak kalangan sebagai tonggak sejarah baru dalam peradaban umat manusia modern, tidak hanya dalam ilmu pengetahuan dan teknologi namun juga dalam aspek sosial, budaya, maupun ekonomi. Munculnya pemikiran tokoh-tokoh ekonomi mulai dari Adam Smith, Robert Malthus, David Ricardo, John Stuart Mill, Jean Baptiste Say dan yang dikembangkan oleh generasi berikutnya sekaligus menjadi pijakan banyak pakar ekonomi modern saat ini telah mengingatkan kita kepada konsep-konsep ekonomi yang brilian dengan model-modelnya yang canggih, bahkan saking canggihnya sehingga ilmu ekonomi terkesan sangat sulit untuk dipahami oleh orang awam.

Kerangka berfikir sekuler dalam ekonomi neoklasik setidaknya bisa kita lihat dalam konsep rasionalitas ekonomi yang dikembangkan. Ilmu ekonomi konvensional (neoklasik) sangat memegang teguh asumsi bahwa tindakan individu adalah rasional. Sebenarnya tidak ada persoalan untuk menerima asumsi ini, hanya ada satu masalah yaitu dalam hal mendefinisikan rasionalitas, karena memang hampir semua bidang ilmu sosial mempunyai definisi dan pandangan yang tersendiri tentang rasionalitas. Definisi rasionalitas dari berbagai cabang ilmu sosial mungkin akan berbeda. Misalnya suatu perbuatan yang dianggap rasional menurut seorang pakar psikologi, akan tetapi menurut pakar ekonomi sebagai tidak rasional.

Memang, secara naluriah semua manusia menginginkan kehidupan yang bahagia dan sejahtera. Beberapa cara, dari mulai yang ideal sampai yang pragmatis, mereka tempuh untuk mencapai tujuan itu. Walaupun mereka memiliki cita-cita hidup yang sama, tetapi cara mereka mewujudkannya seringkali berbeda-beda. Bahkan tidak jarang saling berlawanan antara satu

dengan lainnya. Dalam konteks jenis pencarian ekonomi, misalnya; para pedagang merasa bahagia dengan pekerjaannya. Bagi petani, pedagang merupakan jenis pekerjaan yang melelahkan. Berbeda dengan bertani, dapat dikerjakan dengan santai, tidak dikejar target, dan pada saatnya tinggal menunggu panen. Berbeda lagi dengan para guru yang menganggap pekerjaannya lebih mulia dan “mencerdaskan”. Dan banyak lagi cara-cara lain yang dijalani manusia. Namun semuanya satu dalam tujuan, yaitu mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup.

Bahkan dalam konteks yang lebih implisit, cara manusia mencapai kesejahteraan itu tidak jarang sangat bertentangan dengan cara manusia lainnya. Sesuatu yang menurutnya baik dan menguntungkan belum tentu baik dan menguntungkan bagi orang lain. Sesuatu yang rasional belum tentu dapat diterima akal orang lain. Sebagai misal, seorang pedagang memberikan bandrol sangat tinggi bagi sebuah produk. Bagi penjual, hal tersebut wajar dan masuk akal, tetapi belum tentu bagi pembeli atau penjual lainnya. Di sisi lain, terdapat pula seorang pelaku usaha yang merasa puas atas apa yang dilakukannya ketika ia menetapkan harga secukupnya kepada konsumen. Baginya, itu rasional, tetapi bagi kebanyakan orang bisa dianggap sebagai sebuah kebodohan. Dan ini terjadi dalam kehidupan manusia, khususnya dalam perilaku mereka untuk memenuhi kebutuhan akan kesejahteraannya.

Meskipun demikian, dalam realitas kehidupan modern, makna rasionalitas dalam perilaku ekonomi didefinisikan dunia Barat secara materialistik-individualistik. Perilaku-perilaku ekonomi masyarakat dianggap rasional jika menyimpan keuntungan-keuntungan bendawi untuk dirinya. Kalangan produsen dipacu untuk mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya dengan meminimalisasi modal. Demikian juga golongan konsumen dipacu untuk dapat memaksimalkan kepuasannya terhadap barang. Kehidupan diciptakan menjadi kondisi di mana seseorang dapat menggunakan logikanya sendiri untuk meraih keuntungan hidup. Peradaban dibangun untuk melahirkan manusia-manusia yang berorientasi pada kepentingannya sendiri dan sekaligus mengalienasi sendiri dari kepentingan-kepentingan orang lain.



Kenyataan ini terjadi tentu tidak dalam waktu singkat, tapi telah berlangsung ratusan tahun, sehingga tanpa terasa ideologi kapitalis mengkristal menjadi kepribadian manusia modern. Pola pikir, prilaku dan tata nilai masyarakat menjadi sangat individual dan materialistik. Dimensi individualisme kapitalis membangun kehidupan masyarakat menjadi sangat private, kurang memikirkan kepentingan orang lain. Paradigma materialisme kapitalis berhasil mengkonstruksi jati diri masyarakat menjadi sangat mencintai benda, berorientasi pada fisik dan lahir, realitas yang nampak secara kasat, bukannya makna, ruh, dan realitas sejati yang ada di balik benda itu.

Sejumlah persoalan yang berkembang pada ekonomi *mainstream* di atas telah menyadarkan sejumlah pemikir kontemporer untuk mewujudkan sistem alternatif yang diharapkan bisa menyempurnakan kekurangan-kekuarangan konstruksi ekonomi yang dibangun oleh aliran neoklasik tersebut. Sistem alternatif yang dimaksud salah satunya adalah system ekonomi Islam yang selama ini selalu menjadi bahan kajian guna mendapatkan harapan baru bagi persoalan ekonomi global, sebuah sistem ekonomi yang mengintegrasikan perilaku ekonomi manusia dengan nilai-nilai ajaran agama, yang tidak hanya menggunakan pendekatan *deduktif-positivism*, namun juga dengan pendekatan induktif-normative serta mengupayakan memasuknya nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*) dalam kerangka analisisnya. Ekonomi Islam, dalam pengertian tatanan nilai Islam dalam ekonomi sebenarnya telah ada jauh sebelum lahirnya ekonomi klasik, yang secara garis besar termanifestasikan dalam Al Qur'an dan sunnah. Dari sinilah sebenarnya konsep rasionalitas ekonomi Islam pada awalnya berpijak, dan selanjutnya dikembangkan oleh para ulama dan pemikir kontemporer.

Sedangkan istilah tarekat lebih banyak digunakan para ahli tasawuf, dalam hal ini Mustafa Zuhri (1990) mengungkapkan bahwa konsep dasar tarekat adalah jalan atau petunjuk dalam melakukan sesuatu ibadah sesuai dengan ajaran yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw. dan dikerjakan oleh sahabat-sahabatnya, tabiin sampai turun-temurun kepada guru-guru secara berantai sampai kepada kita masa sekarang. Lebih khusus lagi, tarekat di kalangan *shufiyah* berarti sistem dalam rangka melakukan latihan jiwa

(*riyadhah nafsiyyah*), memberihkan diri dan sifat-sifat yang tercela (*takhally*) dan mengisinya dengan sifat-sifat yang terpuji (*tahally*) dan memperbanyak dzikir dengan penuh ikhlas semata-mata untuk mengharapkan bertemu dan bersatu secara ruhiyah dengan Tuhan. Jalan dalam tarekat itu antara lain terus-menerus berada dalam dzikir atau ingat terus kepada Tuhan, dan terus menerus menghindari diri dari sesuatu yang melupakan Tuhan. Intinya, tarekat merupakan sebuah institusi yang mengajarkan nilai-nilai tawawuf dengan berbagai amalan, melalui seorang guru (*mursyid*) kepada para muridnya, atau dengan kata lain ajaran tasawuf yang dilembagakan.

Secara fenomenal, tarekat Shiddiqiyah merupakan tarekat lokal yang banyak mendapat perhatian dan sorotan dari masyarakat akhir-akhir ini. Terlepas dari kelompok yang pro dan kontra, tarekat Shiddiqiyah mampu menyebarkan ajaran-ajarannya di Indonesia sekaligus semakin banyak pengikutnya dalam rentang waktu yang relatif singkat (A'dam, 2008). Sehingga, tidak mengherankan hal ini mendorong munculnya banyak penelitian terhadap tarekat ini, baik berkaitan, dengan ajaran-ajarannya, kiprahnya dalam dunia pendidikan, sosial-masyarakat, politik maupun ekonomi. Sekilas, fenomena ini bisa dipahami karena tarekat ini memiliki keunikan tersendiri, khususnya dari aspek ajaran-ajaran dan pandangannya terhadap kehidupan dunia, yang memang berbeda dengan tarekat-tarekat lain.

Keunikan tarekat Shiddiqiyah bisa dilihat dari perilaku ekonomi para penganutnya, terutama dalam mengembangkan unit-unit usaha yang dapat menunjang pengembangan tarekat tersebut yang semakin pesat di Indonesia. Sampai saat ini, banyak jenis produk yang dikembangkan oleh pengikut tarekat Shiddiqiyah, mulai dari pembangunan hotel bintang tiga di Jombang, produksi air mineral kemasan, mitra usaha sigaret kretek (kerjasama dengan HM. Sampoerna), kerajinan tangan bamboo, produksi teh celup dan madu. Tidak hanya itu, tarekat Shiddiqiyah juga mengelola unit bantuan sosial kemanusiaan yang mapan dan kuat, yang salah satu bentuknya adalah pengembangan model tabungan sosial *Tajrin Naf'a*. Berbeda dengan pemahaman tasawuf dan tarekat pada umumnya yang cenderung *fatalisme*, tarekat Shiddiqiyah mampu meramu



ajaran tasawuf dengan semangat kapitalisme (dalam pengertian mencari dan mengumpulkan harta/materi) dalam sebuah kesatuan ajaran dan perilaku.

Selain itu, dalam usaha menumbuhkan kemandirian ekonomi masyarakat, tarekat Shiddiqiyah juga mendirikan yayasan Sanusiyah yang bertempat di Kecamatan Kabuh. Di antara kegiatan yayasan ini adalah industri kecil anyaman pandan dan bambu. Usaha lain adalah dengan memberikan kambing kepada masyarakat yang tidak mampu. Mereka disuruh memelihara kambing dan setelah mendapatkan hasil, mereka harus menggilir kambing kepada warga lainnya yang tidak mampu. Jadi, kambing tersebut diberikan kepada masyarakat secara bergiliran dengan pengawasan supaya program dapat berjalan sebagaimana yang diinginkan. Usaha lain yang langsung dikelola secara formal berupa koperasi simpan pinjam Shiddiqiyah. Koperasi ini menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat. Selain itu, juga membua simpanan dan pinjaman kepada anggota-anggotanya serta masyarakat sekitar. Koperasi dirasakan banyak membantu anggota dan masyarakat sekitar dalam meningkatkan ekonomi mereka. Bahkan, banyak juga yang diberi bantuan modal usaha secara cuma-cuma.

Dampak ekonomi yang juga dirasakan oleh masyarakat adalah adanya kegiatan rutin mingguan, bulanan dan tahunan tarekat Shiddiqiyah. Pada acara-acara tersebut banyak warga masyarakat yang berdagang baik berupa makanan, minuman maupun barang-barang lainnya. Mereka merasakan bahwa kegiatan itu sangat membantu kegiatan usaha mereka. Bahkan ketika suatu waktu acara ditiadakan, masyarakat pada mengeluh dan memohon supaya kegiatan-kegiatan itu dibuka kembali seperti biasa.

Berbagai macam usaha ekonomi yang dilakukan tarekat Shiddiqiyah telah banyak dirasakan masyarakat sekitar, sehingga masyarakat merasa banyak berhutang budi terhadap tarekat Shiddiqiyah dan tidak ingin menjelekkkan citra tarekat Shiddiqiyah. Ini dibuktikan dengan walaupun ada kegiatan yang mendatangkan ribuan orang di Ploso, tetapi tidak didapati seorang pun yang sengaja mengemis dan meminta belasa kasihan orang lain. Mereka semuanya berusaha bekerja walaupun hanya dengan menjual koran untuk tempat duduk. Ini sangat berbeda dengan acara-acara di daerah lain yang seringkali diikuti

dengan banyaknya pengemis dan peminta-minta yang memohon belas kasihan orang lain. Aktifitas ekonomi yang mereka lakukan sebenarnya tidak hanya berhenti sampai di situ saja, seiring dengan perkembangan tarekat Shiddiqiyah lewat anggotanya-anggotanya juga banyak melakukan aktivitas ekonomi yang dapat membantu kehidupan masyarakat sekitarnya (A'dam, 2008).

Fenomena ketaatan terhadap sebuah ajaran agama dan pengaruhnya terhadap semangat kapitalisme juga telah dibuktikan melalui beberapa studi empiris, antara lain: studi Weber yang dimuat dalam buku *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme* (2003) menemukan bahwa ajaran Protestan dalam sekte *Calvinist* berpengaruh dalam kegiatan ekonomi para penganutnya, karena para penganut sekte itu memiliki budaya/ajaran yang menganggap kerja keras merupakan keharusan bagi mereka guna mencapai kesejahteraan spiritual. Didikan keagamaan Protestan pada sekte tersebut tentang pendidikan ekonomi telah membangkitkan semangat kapitalisme dan mampu mengatasi tradisionalisme. Weber menekankan bahwa kekuatan atau nilai agama ternyata ikut ambil bagian secara kualitatif terhadap pembentukan semangat kapitalisme (Asifuddin, 2004). Dalam ajaran Weber ditegaskan, kesadaran agama bukanlah sekedar akibat dari kenyataan sosial-ekonomis, tetapi agama merupakan suatu faktor otonom dan sekaligus memiliki kemungkinan untuk memberikan corak pada sistem perilaku (Sudrajad, 1994)

Namun, selanjutnya apa yang dipahami dan dilakukan oleh tarekat Shiddiqiyah sebenarnya juga bisa mematahkan thesis Max Weber tersebut, yang berpendapat bahwa tidak seperti Protestan (khususnya sekte *Calvinist* puritan) Islam tidak mempunyai afinitas teologis dengan pengembangan kapitalisme (Weber, 2003). Bahkan seperti dikutip oleh Taufik Abdullah (1979), meskipun dipercaya sebagai agama yang menganut sistem teologi yang monoteistis universalistis, Islam dianggap sebagai agama kelas prajurit, mempunyai kecenderungan pada kepentingan feodal, berorientasi pada prestise sosial, bersifat sultanistis, dan bersifat patrimonial birokratif, serta tidak mempunyai prasyarat rohaniah bagi pertumbuhan kapitalisme. Sebagaimana dikutip oleh Djakfar (2007), Weber juga percaya bahwa ajaran Islam

mempunyai sikap anti akal dan sangat menentang pengetahuan, terutama pengetahuan teknologi.

Menurut Effendi (2001), alasan kuat Weber untuk sampai pada kesimpulan ini adalah praktik-praktik ekonomi kalangan Islam yang tidak mendukung proses pertumbuhan kapitalisme secara keseluruhan. Terutama praktik-praktik sufistik Islam yang pada umumnya mengesankan sikap anti dunia atau melupakan dunia dijadikan dasar kesimpulan di atas. Lebih lanjut, Weber juga percaya bahwa kalangan Islam (berbeda dengan kalangan Protestan) tidak memiliki sifat sederhana, hemat, tekun atau perhitungan dalam seluruh aktifitas ekonomi. Singkat kata, mereka tidak mempunyai semangat *beruf* (*calling*/panggilan ilahi) dan asketis yang mempunyai afinitas dengan pertumbuhan kapitalisme.

Tarekat Shiddiqiyah tidak pernah menganggap remeh urusan duniawi, bahkan harus mendapatkan perhatian serius supaya dapat menopang ketenangan dalam beribadah kepada Allah. Zuhud tidak harus dipandang sebagai usaha menjauhkan diri dari persoalan-persoalan duniawi, tetapi urusan-urusan duniawi tidak pernah dimasukkan ke dalam hati. Walaupun setiap hari berurusan dengan urusan-urusan duniawi tetapi hati tidak pernah berpaling dari Allah swt.

Selanjutnya, fenomena perilaku ekonomi pengikut tarekat Shiddiqiyah tidak hanya mematahkan thesis Weber tersebut, namun juga mematahkan asumsi sejumlah kalangan yang menilai negatif terhadap ajaran tasawuf dan institusi tarekat yang selama ini selalu diposisikan berlawanan dengan dengan semangat kapitalisme, atau sejumlah pandangan yang tidak meyakini bertemunya nilai-nilai tasawuf dengan semangat tersebut. Menurut peneliti, perilaku ekonomi ini merupakan sebuah keunikan yang diilhami dari adanya internalisasi modal sosial dan modal spiritual dalam perilaku bisnis warga tarekat Shiddiqiyah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Secara fenomenal, yang teramati dari perilaku ekonomi pengikut tarekat Shiddiqiyah di Ploso Jombang memiliki dampak yang luar biasa baik

secara internal maupun eksternal. Secara internal, perilaku tersebut telah menciptakan kemapanan dan kemandirian dalam ekonomi dengan tanpa mengabaikan nilai-nilai spiritual agama yang termanifestasikan dalam ajaran tasawuf/tarekat. Sedangkan secara eksternal, akan bisa meluruskan stigma yang selama ini berkembang di masyarakat, bahwa kehidupan dalam dunia tasawuf/tarekat selalu kontra dengan semangat kapitalisme karena dianggap akan melalaikan kehidupan akhirat yang menjadi tujuan utamanya.

Berdasarkan pernyataan ini, maka pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana internalisasi modal sosial dan spiritual dalam perilaku bisnis yang dikembangkan oleh komunitas tarekat Shiddiqiyah di Jombang?” Sehubungan dengan permasalahan ini, maka untuk terarahnya penelitian ini dibatasi pada fokus masalah sebagai berikut:

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan permasalahan dan fokus penelitian ini, maka tujuan yang hendak dicapai melalui metode yang digunakan adalah untuk mengungkap rasionalitas perilaku ekonomi/bisnis warga tarekat Shiddiqiyah yang mereka gali dari internalisasi modal sosial dan spiritual dalam perilaku bisnis mereka sehingga membentuk perilaku ekonomi yang agresif.

### **1.4. Manfaat/ Kontribusi Penelitian**

#### **Kontribusi Teoritik**

Secara teoritis, kontribusi yang diharapkan adalah ditemukannya sebuah pengertian dan bangunan konsep rasionalitas ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai yang digali dari ajaran tasawuf/tarekat terkait dengan perilaku ekonomi/bisnis mereka, dalam hal ini yang berkaitan dengan modal sosial dan modal spiritual. Hal ini akan menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi secara umum dan khususnya dalam teori rasionalitas. Dan berdasarkan konsep yang dilahirkan diharapkan pula dapat membentuk perilaku religius bagi para pelaku bisnis dalam melaksanakan aktifitas ekonomi, dan sebaliknya pemahaman dan kedekatan seseorang dengan ajaran agama (dalam hal ini adalah tasawuf/tarekat) tidak harus mengorbankan etos

kerja yang tinggi dalam rangka mencapai kesejahteraan ekonomi. Terciptanya integrasi ajaran tarekat dengan semangat kapitalisme pengikut tarekat Shiddiqiyah tidak dapat dipungkiri telah memberikan nuansa baru tentang konsep rasionalitas dalam ilmu ekonomi.

### **Kontribusi Praktis/Empiris**

Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan rekomendasi kepada para pengambil kebijakan (pemerintah), agar supaya dalam menyusun kebijakan ekonominya selalu memperhatikan dan mengaitkan nilai-nilai kearifan lokal dalam setiap program ekonominya, dalam hal ini yang berkaitan dengan modal sosial dan modal spiritual, karena nilai-nilai tersebut akan menjadi pendorong yang sangat kuat bagi tumbuhnya gairah ekonomi yang berbasis kemandirian sekaligus akan memberikan makna dan warna yang sesuai dengan keyakinan mereka, seperti dengan mengadakan pelatihan kewirausahaan kepada kelompok masyarakat dengan pendekatan integrasi nilai-nilai yang mereka yakini selama ini.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **1.5. Penelitian Terdahulu**

Hasil studi Bellah (1992) yang dilakukan di Jepang telah membuktikan bahwa semangat kapitalisme tersebut tidak hanya dimonopoli oleh sekte Calvinist Protestan saja sebagaimana kesimpulan Weber. Temuan Bellah menyatakan bahwa masyarakat Jepang dengan berpangkal pada tradisi agama Tokugawa, sekalipun diterpa oleh gelombang modernisasi masih tetap menyimpan kekuatan sebagai pendobrak semangat berekonomi masyarakat.

Sedangkan di masyarakat China sebagaimana yang ditemukan Murrell (2002), agama dan institusi tradisional (lokal) mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap kinerja perusahaan dan kinerja ekonomi secara umum. Demikian halnya dengan studi Arslan (2000) yang melihat pengaruh agama Islam di Turkish dan agama Protestan di British terhadap kehidupan bisnis, yang menemukan bahwa faktor agama baik Islam di Turkish maupun Protestan di British mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam kehidupan bisnis.

Dari beberapa studi yang dilakukan di negara barat, China, Jepang dan Timur Tengah seperti yang telah diuraikan, menunjukkan betapa pentingnya peran agama baik Protestan, Islam, Tokugawa dan agama yang dianut di China terhadap semangat dan berkembangnya aktivitas ekonomi dan bisnis, dan tidak terkecuali pula di Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah beragama Islam. (Asifudin, 2004)

Studi Geertz (1952) menemukan bahwa semangat pembaharuan ekonomi (kewiraswastaan) di Jawa (Mojokerto) dimotori oleh pedagang-pedagang muslim yang taat dan keluarga bangsawan-bangsawan penguasa di Tabanan. Kelompok pembaharu menyadari dirinya bahwa semangat itu berkat keluhuran agama dan moral Islam yang dianut. Temuan ini diperkuat pula oleh hasil studi Nakamura (1983) yang menemukan bahwa agama Islam di Jawa dapat berpengaruh positif terhadap perilaku ekonomi masyarakat pemeluknya.

Studi yang lebih khusus yang mengaitkan keberhasilan usaha dagang dengan pemahaman agama Islam, dilakukan oleh Jonge (1984) dalam mengkaji perkembangan ekonomi dan Islamisasi di Madura. Dalam studi ini ditemukan bahwa hubungan antara perdagangan dan Islam, antara kiai dan wiraswasta sangat kuat. Emansipasi kelas perdagangan Islam memberi dorongan besar bagi terbentuknya suatu pola nilai yang menekankan keuletan dan ketaatan beragama. Kiai dan pedagang merupakan pembawa nilai yang terpenting, mereka merupakan sekutu yang erat. Para pedagang baik dalam kata-kata maupun dalam perbuatan memajukan tradisi Islam dan memberi teladan kepada semua orang dalam menjalankan rukun Islam. Kiai mendorong aktivitas pedagang dan membela mereka bila tindakan mereka menjengkelkan orang.

Dalam lingkungan yang lebih khusus lagi, Mu'tashim dan Mulkhan (1998) melakukan studi dalam praktek usaha di lingkungan pengikut tarekat Syadzilyah di Kudus Kulon. Dari studi ini ditemukan bahwa berkat tarekatlah mereka bisa berhasil dalam berusaha. Mereka dapat bekerja dengan baik, tidak *ngoyo*, tanpa rasa takut dan was-was dan selalu ingat untuk meminta pertolongan kepada Allah. Mereka percaya sepenuhnya bahwa nasib mereka berada di tangan Allah dan keberkahan guru (*mursyid*) telah menjadikan pengikut tarekat memiliki semangat bekerja keras dan sikap penuh percaya diri.

Sedangkan penelitian terhadap tarekat Shiddiqiyah, di antaranya dilakukan oleh A'dam (2008), "*Tarekat Shiddiqiyah di Indonesia: Studi Tentang Ajaran Dan Penyebarannya*". Penelitian ini menekankan pada aspek ajaran tarekat Shiddiqiyah secara umum khususnya yang berkaitan dengan ajaran spiritual dan perkembangannya di Indonesia. Namun, penelitian yang lebih dekat dengan pembahasan ekonomi dilakukan oleh Sudirman (2006), *The Tarekat Shiddiqiyah of Jombang: A Study of a Sufi Order and Its Economic Activities*. Penelitian terakhir ini dilakukan dengan pendekatan antropologi dan sosiologi tentang motivasi kegiatan ekonomi tarekat Shiddiqiyah yang mereka wujudkan dalam unit-unit usaha yang mereka kembangkan. Penelitian tersebut belum mengungkapkan pemaknaan mereka terkait dengan harta itu sendiri



yang menjadi *basic* rasionalitas dalam usaha-usaha ekonomi yang mereka lakukan.

#### **1.6. Modal Sosial dan Modal Spiritual: Sebagai Salah Satu Pembentuk Rasionalitas Individu**

Sebagaimana disebutkan bahwa kerangka rasionalitas dalam ekonomi neoklasik selalu dikaitkan dengan rasionalitas individu, baik dari aspek tujuan maupun aspek cara mencapai tujuan tersebut. Dalam konsep ekonomi neoklasik, individu dianggap rasional dalam tujuan apabila ia mampu mencapai maksimasi keuntungan (bagi produsen) dan kepuasan (bagi konsumen) dalam bentuk materi sehingga setiap upaya pencapaian maksimasi keuntungan dan kepuasan yang bersifat non materi dianggap tidak rasional dari aspek tujuannya. Hal ini berbeda dengan konsep rasionalitas dalam ekonomi Islam yang selalu mempertimbangkan variable *berkah*, *masalah* dan *falah* dalam setiap capaian maksimasi keuntungan dan kepuasan (Misanam, et. All, 2008).

Demikian juga terkait dengan rasionalitas cara mencapai tujuan tersebut, ekonomi neoklasik sangat kaku dalam menilai apakah individu adalah rasional ketika mengambil keputusan, intinya individu adalah rasional apabila ia mengikuti kaedah kelengkapan informasi (*completeness*), transitivitas (*transitivity*) dan kesinambungan (*continuity*), sehingga setiap keputusan yang diambil oleh individu berdasarkan kriteria yang tidak jelas seperti dorongan emosional, sensualitas, kebiasaan, dan tradisi bukan merupakan keputusan standar neoklasik sehingga tidak dikatakan sebagai keputusan yang rasional (Gellner dalam Munawar, 2007). Hal ini berbeda dengan rasionalitas dalam Islam yang memposisikan individu bukan hanya semata-mata sebagai makhluk ekonomi (*homo economicus*), namun juga sebagai makhluk sosial dan spiritual yang selama ini dikonsepsikan dengan istilah *homo islamicus*. Selanjutnya rasionalitas *homo islamicus* menuntun individu bahwa setiap capaian tujuan dan keberhasilan bukanlah semata-mata merupakan hasil upaya individu masing-masing, namun juga cerminan dari limpahan rahmat Allah SWT. (QS. 62:10) dan tidak lepas dari peran serta

individu yang lain (QS. 28:77). Dalam konteks demikian, peran modal spiritual dan modal sosial tidak bisa diabaikan begitu saja dalam membentuk rasionalitas individu, yaitu rasionalitas dalam mengambil keputusan untuk mencapai setiap tujuannya, apalagi dalam konsep *homo islamicus*, individu dipersepsikan sebagai *khalifah*. Menurut Qardlawy (2001), hakekat individu sebagai *khalifah* adalah individu sebagai penerima mandat sehingga segala perilaku dan tindakan ekonominya selalu dipengaruhi bahkan sangat terikat dengan nilai-nilai yang telah digariskan secara langsung oleh sang pemberi mandat (Allah SWT.) atau melalui utusannya (Rasulullah SAW.).

Konsep modal dilihat dari kaca mata ekonomi merupakan determinan penting dalam proses pembangunan ekonomi. Mula-mula pengertian modal hanya terbatas pada modal ekonomi atau finansial (*financial capital*). Modal finansial adalah sejumlah uang yang dapat dipergunakan untuk membeli fasilitas dan alat-alat produksi perusahaan saat ini (misalnya pabrik, mesin, peralatan kantor, kendaraan) atau sejumlah uang yang dihimpun atau ditabung untuk investasi di masa depan. Modal finansial juga mudah diukur seperti rupiah atau dollar yang dapat dihitung secara kuantitatif dan absolut, karena jumlah uang yang dibelanjakan dapat diidentifikasi sesuai jumlah barang yang dibelinya.

Seiring dengan proses pembangunan yang semakin kompleks, ruang lingkup pengertian modal seperti itu tidak lagi memadai, maka dicarilah area pengertian modal yang lebih luas dengan meminjam pengertian modal dari disiplin sosial yang lain sehingga muncullah istilah modal sosial, modal manusia, modal intelektual yang juga dapat digunakan untuk keperluan tertentu atau diinvestasikan untuk kegiatan di masa yang akan datang. Modal manusia, misalnya, dapat meliputi keterampilan atau kemampuan yang dimiliki orang untuk melaksanakan tugas tertentu. Modal intelektual mencakup kecerdasan atau ide-ide yang dimiliki manusia untuk mengartikulasikan sebuah konsep atau pemikiran.

Konsep mengenai modal manusia dan modal intelektual lebih sulit diukur, karena melibatkan pengetahuan yang dibawa orang di dalam benaknya dan tidak mudah dihitung secara biasa. Modal sosial juga termasuk

konsep yang tidak gampang diidentifikasi dan apalagi diukur secara kuantitas dan absolut. Diskursus modal sosial ini kemudian menjadi isu menarik yang banyak dibicarakan dan dikaji oleh ekonomi akhir-akhir ini. Modal sosial yang mencakup nilai-nilai saling pengertian (*shared value*), kepercayaan (*trust*) dan budaya kerjasama (*a culture of cooperation*), disinyalir menjadi faktor lain yang menjadi kunci keberhasilan suatu pembangunan.

Keberhasilan negara Jerman dan Jepang adalah salah satunya disebabkan karena memiliki modal sosial yang merupakan akar dari *long-term relationship* dan etika kerjasama/ gotong royong yang mampu menumbuhkan inovasi dan mengembangkan industri di dua negara tersebut. Bank Dunia, dalam laporan tahunannya yang berjudul *Entering the 21<sup>st</sup> Century*, juga mengungkapkan bahwa modal sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap proses pembangunan World Bank, 2000. Di samping itu, Bank Dunia mengungkapkan pula bahwa permasalahan yang kritis dalam penanggulangan kemiskinan di beberapa negara adalah karena kurang memadainya modal sosial yang ada di negara tersebut.

Selanjutnya Bank Dunia saat ini membahas modal sosial sebagai sesuatu yang dapat menyebabkan peningkatan efisiensi ekonomi dan politik. Penelitian modal sosial pada umumnya berada pada literatur sosiologi, ilmu politik, filsafat dan antropologi/sosiologi ekonomi. Lebih jauh, modal sosial termasuk elemen-elemennya seperti kepercayaan (*trust*), kohesifitas, altruisme, gotong-royong, jaringan, dan kolaborasi sosial akan memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beragam mekanisme, seperti meningkatnya rasa tanggungjawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kekerasan dan kejahatan. *Social capital* dianggap mempunyai peranan sentral karena memiliki 3 mekanisme: (1) *sharing* informasi antar anggota, (2) mengurangi *opportunist behaviors* dan (3) memfasilitasi pembuatan keputusan kolektif (Zainuri, 2010).

Sejatinya istilah modal sosial tidak muncul dari pemikiran ekonom, tetapi dari para sosiolog. *Entry point* bagi kebanyakan ekonomi

mengenai modal sosial adalah buku dari Putnam (1993) tentang kinerja ekonomi regional di Italia dan juga penelitiannya di Amerika Serikat. Menurut Putnam (1995), modal sosial adalah penampilan dari organisasi sosial seperti *network* (jaringan), norma-norma, dan kepercayaan sosial (*social trust*) yang dapat memudahkan koordinasi dan kerjasama yang saling menguntungkan.

Secara teoritis, ada tiga *main streams* teori modal sosial (Rahoyo, 2008). Pertama, teori Putnam dan Fukuyama; kedua, teori Coleman; dan ketiga, teori Bourdieu. Ketiganya sepakat bahwa modal sosial merupakan sebuah sumber daya (*resource*). Perbedaannya, Coleman cenderung melihat modal sosial sebagai sumber daya-sumber daya sosial yang tersedia bagi individu-individu dan keluarga untuk mencapai mobilitas sosial. Dengan Kata lain, Coleman berpendapat bahwa modal sosial merupakan sumber daya yang bisa memfasilitasi individu dan keluarga memiliki sumber daya manusia (*human capital*) yang memadai (Winter, 2000).

Coleman (1988) menyejajarkan modal sosial dengan modal-modal lain. Ia juga membagi modal sosial menjadi tiga elemen: pertama, kewajiban dan harapan (*obligation and expectation*) yang didasarkan pada keterpercayaan (*trustworthiness*) lingkungan sosial; kedua, kapasitas aliran informasi struktur sosial; dan ketiga, norma-norma yang dijalankan dengan berbagai sanksi. Coleman memberi contoh bagaimana kaitan antara kewajiban dan harapan yang didasarkan keterpercayaan lingkungan sosial bisa membentuk modal sosial. Jika dalam suatu komunitas ada beberapa orang yang saling melakukan kebaikan. Si Ali melakukan suatu kebaikan kepada Si Badu dan ia menaruh kepercayaan (*trust*) kepada si Badu bahwa suatu hari nanti si Badu akan membalas kebaikan itu. Proses tersebut di satu sisi memunculkan harapan (*expectation*) bagi Ali dan di sisi lain menimbulkan kewajiban (*obligation*) bagi si Badu. Kewajiban tersebut akan menjadi “slip kredit (*credit slip*)” yang dipegang Ali untuk kinerja (*performance*) Badu. Karena dalam realitasnya Si Ali tidak hanya melakukan kebaikan kepada Si Badu, tetapi juga kepada Si Carolina, Si Daud, Si Erman, dan lain-lain. Ali pada dasarnya memiliki serangkaian slip kredit yang

sewaktuwaktu bisa ia gunakan ketika ia membutuhkan (Coleman dalam Partha Dasgupta & Ismail Serageldin ,2000). Karena itu, bagi Coleman, bentuk modal sosial tergantung pada dua elemen. Pertama, keterpercayaan lingkungan sosial; artinya bahwa kewajiban pasti akan dilunasi dan kedua, luas aktual berbagai kewajiban (*the actual extent of obligation*).

Di samping Coleman, Bourdieu mendefinisikan modal sosial (Huang, 2003) sebagai berikut:

“the aggregate of the actual and potential resources that are linked to the possession of a durable network of relationships or mutual acquaintance and recognition”.

Ia membedakan modal sosial sebagai salah satu bentuk modal dengan modal ekonomi (sumber-sumber keuangan dan aset) dan modal kultural (pengetahuan, buku dan lukisan, pendidikan). Bourdieu (dalam Dwyer, 2006) memandang modal sosial terkait dengan isu bagaimana jejaring-jejaring sosial menghasilkan kekuasaan dan ketimpangan (*inequalities*). Dalam hal ini, ia memberikan penekanan modal sosial pada aspek jejaring sosial (*social networks*) yang memberikan akses terhadap sumber-sumber daya kelompok (*group resources*) sehingga individu pada akhirnya akan menikmati manfaat ekonomis. Bagi Bourdieu, manfaat ekonomis ini hanya akan dinikmati individu apabila ia secara terus-menerus terlibat dalam kelompok tersebut (Winter, 2000). Dalam konteks inilah, modal sosial dipahami sebagai sesuatu yang bersifat instrumental.

Putnam, di sisi lain, melihat modal sosial sebagai unsur penting bagi terciptanya masyarakat sipil (*civil society*) yang kuat dan aktif dan menjadi syarat agar demokrasi bisa berjalan dan ekonomi bisa tumbuh. Hal ini terinspirasi oleh keperihatinannya atas kecenderungan runtuhnya jalinan sosial masyarakat Amerika. Adanya televisi memberikan kontribusi bagi terciptanya “*couch potato syndrome*”. Kebiasaan orang Amerika “nongkrong” di depan layar televisi berjam-jam sebagai cerminan hidup yang sangat individualistik. Menurut Putnam.(1993), modal sosial adalah kemampuan warga untuk mengatasi masalah publik dalam iklim demokratis. Modal sosial

adalah norma dan jaringan yang malancarkan interaksi dan transaksi sosial sehingga segala urusan bersama masyarakat dapat diselenggarakan dengan mudah. Secara rinci Putnam merumuskan ada tiga elemen modal sosial, yakni *trust, norms, networks*. Sementara itu, penelitian Fukuyama (1995) mengenai modal sosial mencakup wilayah yang lebih luas dibanding wilayah penelitian Putnam. Fokus Fukuyama adalah menjelaskan mengapa beberapa negara secara ekonomis bisa lebih berhasil daripada negara lain. Dalam hal ini, Fukuyama memandang modal sosial sebagai *trust*, kemampuan orang-orang (masyarakat) bekerja bersama untuk tujuan umum (*collective action*) dalam kelompok atau organisasi.

Di samping definisi modal sosial yang diutarakan oleh tokoh-tokoh di atas, Narayan (1997) mencoba membuat sintesis berbagai pengertian modal sosial dalam literatur sosiologi. Ada empat perspektif modal sosial di mana keempat perspektif tersebut memang berbeda, tetapi tidak saling bertentangan satu dengan yang lain. Pertama, perspektif komunitarian, di mana modal sosial digambarkan sebagai organisasi-organisasi dan kelompok-kelompok vokal. Kedua, perspektif jejaring (*network*) yang mendefinisikan modal sosial sebagai hubungan (relasi) antara berbagai perkumpulan (asosiasi) vertikal dan horisontal. Dalam perspektif ini, berbagai hubungan tersebut dibedakan menjadi hubungan interkomunitas dan hubungan antar komunitas. Ketiga, perspektif kelembagaan yang memandang bahwa penentu penting dan utama kuat-tidaknya jejaring masyarakat adalah lingkungan institusional, legal dan politis (*institutional, legal, and political environment*). Keempat, perspektif sinergi yang mendasarkan diri pada asumsi bahwa tak satu pun aktor atau pelaku pembangunan (negara, swasta, dan masyarakat) mempunyai akses sendiri terhadap sumber-sumber daya yang diperlukan untuk menciptakan pertumbuhan yang adil dan berkelanjutan. Perspektif ini memusatkan perhatian pada berbagai hubungan di antara dan di dalam berbagai pemerintah dan masyarakat sipil.

Konsep dan definisi serta perspektif modal sosial memang mempunyai varian yang sangat banyak dan beragam, tetapi tampaknya muncul sebuah konsensus bersama bahwa pada dasarnya modal sosial berarti

kemampuan para pelaku (aktor) untuk mengamankan berbagai manfaat (*benefits*) melalui nilai-nilai luhur keanggotaan dalam jejaring sosial atau struktur-struktur sosial lain. Dalam konteks inilah Grootaert menekankan peran penting berbagai perkumpulan atau asosiasi lokal seperti halnya organisasi tarekat Shidiqiyah yang memainkan peran dalam tiga cara. Pertama, berbagi informasi di antara para anggota komunitas; kedua, mengurangi berbagai perilaku oportunistik; dan ketiga, memfasilitasi pengambilan keputusan kolektif (Grootaert, 2001).

Tokoh lain yang mengembangkan konsep modal sosial adalah Fukuyama. Dia memberikan definisi modal sosial yang penting. Meskipun berbeda dengan definisi yang dilontarkan oleh Putnam, definisi keduanya memiliki kaitan yang erat, terutama menyangkut konsep kepercayaan (*trust*). Putnam mengartikan modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama.

Menurut Fukuyama, modal sosial adalah seperangkat nilai atau norma yang informal yang ditegakkan atau yang masih diikuti oleh sekelompok orang yang menjadikan mereka itu satu dengan yang lain mampu melakukan kerjasama (Fukuyama, 2000). Dalam hal ini sangat mungkin membentuk suatu kelompok masyarakat yang sukses tanpa modal sosial tetapi masyarakat seperti itu harus mempunyai mekanisme organisasi resmi/ formal yang berbentuk kontrak, hirarki organisasi, konstitusi, undang-undang, juknis, juklak, *job description*. Akan tetapi mekanisme koordinasi formal cenderung menyebabkan *high cost economy* yaitu berupa munculnya biaya transaksi seperti biaya pembuatan aturan, biaya menegakkan aturan dan biaya *monitoring*. Oleh karena itu modal sosial dapat mendorong adanya tiga hal yaitu: (1) turunnya biaya transaksi (2) munculnya adaptasi kelompok (3) mendorong inovasi.

Masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi cenderung bekerja secara gotong-royong, merasa aman untuk berbicara dan mampu mengatasi perbedaan-perbedaan. Sebaliknya, pada masyarakat yang memiliki modal sosial rendah akan tampak adanya kecurigaan satu sama lain, merebaknya



“kelompok kita” dan “kelompok mereka”, tiadanya kepastian hukum dan keteraturan sosial, serta seringnya muncul “kambing hitam”.

John Malucciu, Lawrence Haddad dan Julian May (2000) meneliti hubungan modal sosial dengan kesejahteraan rumah tangga. Data yang digunakan adalah data panel di provinsi terbesar di Afrika selatan. Dengan menggunakan pendekatan statistik (kuantitatif), penelitian tersebut menemukan bahwa modal sosial yang *diproxy* dengan keikutsertaan rumah tangga terhadap kelompok informal dan formal tidak menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap kesejahteraan rumah tangga pada tahun 1993, tetapi mempunyai dampak yang sangat signifikan pada tahun 1998.

Dua hasil studi terbaru dari Narayan dan Pritchett (1999), dengan menggunakan survey informasi pada keanggotaan rumah tangga dalam suatu kelompok sebagai sebuah *proxy* untuk modal sosial menemukan bahwa terdapat dampak positif dan besar serta signifikan dari variabel modal sosial terhadap kesejahteraan rumah tangga. Ada tiga studi empirik bidang ekonomi dari modal sosial (Narayan,1997) dan (Knack dan Keefer,1997), memiliki mekanisme yang sama bagaimana pengaruh modal sosial terhadap kesejahteraan rumah tangga dengan meminjam mekanisme kerja dari Coleman, Putnam dan Fukayama, mereka menghipotesiskan sebagai berikut:

1. Adanya pengurangan biaya transaksi dengan perbaikan informasi akan mengakibatkan kesempatan-kesempatan baru dan perbaikan difusi inovasi.
2. Promosi pengambilan keputusan juga kegiatan bersama dapat mengurangi eksternalitas negatif dan merangsang produksi barang--barang publik.
3. Pengembangan sensitifitas waktu norma-norma, *trust* dan reputasi diseminasi. Lagi pula beberapa dari sensitifitas waktu ini muncul akibat krisis di mana modal sosial berfungsi sebagai asuransi informal.

Narayan dan Pritchett (1997), yang melakukan penelitian di Tanzania menemukan bahwa modal sosial' mempunyai pengaruh 4-10 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan pengaruh modal *insani* (*human capital*), sementara Grootaert 1999, yang melakukan penelitian di Indonesia

menemukan pengaruh modal sosial lebih besar dua kali lipat dengan *human capital*.

Selanjutnya Aris Marfai (2005) yang melakukan penelitian di Indonesia menemukan bahwa *angkringan* sebagai bentuk kegiatan perekonomian kecil yang mampu bertahan di tengah sulitnya perekonomian Indonesia menandakan berperannya modal sosial (*sosial capital*) dalam perekonomian masyarakat. Disebut modal sosial, karena untuk memulai kegiatan *angkringan* biasanya dimulai dari informasi kerabat, teman, tetangga atau keluarga yang telah berjualan sebelumnya.

Mereka saling membantu dalam permodalan, suplai makanan, tempat tinggal dan informasi, seperti informasi tempat berjualan, tempat kulak dan lain-lain. Dalam taraf ini pedagang *angkringan* telah mampu memberikan simbol bahwa modal sosial sebagai salah satu faktor penting dalam kegiatan ekonomi suatu masyarakat. Hal ini didukung oleh pendapat Gunadi Brata (2004), bahwa dari hubungan dengan pelanggan ini tidak jarang pedagang *angkringan* juga memperoleh informasi-informasi baru.

Walaupun informasi-informasi tersebut umumnya tidak berkaitan langsung dengan aktivitas usaha *angkringan*, namun pedagang *angkringan* secara bertahap dapat menambah akumulasi informasi yang dalam bidang atau, kesempatan lain mungkin akan berguna, serta dapat bernilai ekonomis. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa modal sosial yang mereka miliki, mempunyai nilai ekonomis karena dengan begitu mereka memperoleh informasi peluang usaha atau merintis usaha warung *angkringan*.

Tonkiss (2000) mengingatkan bahwa modal sosial barulah bernilai ekonomis kalau dapat membantu individu atau kelompok misalnya untuk mengakses sumber-sumber keuangan, mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan meminimalkan biaya transaksi. Lebih jauh, Tonkiss mengatakan pula bahwa pada kenyataannya, jaringan sosial tidaklah begitu saja menciptakan modal fisik dan modal finansial yang belum pernah ada.

Dalam beberapa literatur terdapat beberapa konsensus bahwa modal sosial merupakan elemen dasar dari *trust* norma-norma dan jaringan.

Tulisan Marina Delta Guista ini diharapkan memberi kontribusi bagaimana modal sosial tercakup dan mempunyai akses terhadap modal produktif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa modal sosial dalam suatu kelompok yang terhimpun dalam reputasi kolektif mempunyai pengaruh terhadap sisi permintaan dinamis seperti akses pasar kredit, tetapi respon masyarakat terhadap perilaku institusi bisa bervariasi, yaitu bersifat positif dengan jumlah informasi yang tersedia dalam sistem dan bersifat negatif terhadap intensitas dari *punishment* atau lembaga finansial.

Modal sosial mirip bentuk-bentuk modal lainnya, dalam arti ia juga bersifat produktif. Modal sosial dapat dijelaskan sebagai produk relasi manusia satu sama lain, khususnya relasi yang intim dan konsisten. Modal sosial menunjuk pada jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi meningkatkan produktivitas masyarakat. Namun demikian, modal sosial berbeda dengan modal finansial, karena modal sosial bersifat kumulatif dan bertambah dengan sendirinya (*self-reinforcing*) (Putnam, 1993). Karenanya, modal sosial tidak akan habis jika dipergunakan, melainkan semakin meningkat.

Rusaknya modal sosial lebih sering disebabkan bukan karena dipakai, melainkan karena ia tidak dipergunakan. Berbeda dengan modal manusia, modal sosial juga menunjuk pada kemampuan orang untuk berasosiasi dengan orang lain (Coleman, 1988). Bersandar pada norma-norma dan nilai-nilai bersama, asosiasi antar manusia tersebut menghasilkan kepercayaan yang pada gilirannya memiliki nilai ekonomi yang besar dan terukur (Fukuyama, 1995).

Di Afrika Selatan terdapat institusi yang bernama Ubuntu, yang merupakan konsep kemanusiaan yang bermakna “saya yang menyebabkan kamu eksis”. Ubuntu merupakan ekspresi kehidupan sebuah komunitas dan tanggung jawab bersama yang berinteraksi dan saling *sharing* antara satu dengan yang lain. Oleh karena itu, patut direnungkan apa yang dikatakan oleh Fukuyama (1995) bahwa nilai yang paling dasar dari *sosial capital* adalah *trust* (rasa saling percaya).

Modal sosial di Indonesia justru berkembang dalam sisi gelapnya, contohnya adalah dominasi praktik kolusi-nepotisme dan berbagai bentuk praktik mafia. Indikasi nyata dari gejala ini adalah naiknya peringkat kebusukan praktik korupsi. Akar praktik kolusi-nepotisme adalah kuatnya tradisi “anak babe” (anak penguasa) yang selalu mendapat kemudahan berusaha karena jaringan kekuasaan yang dibangun oleh orang tua mereka. “Anak babe” memperoleh secara mudah tiga faktor dalam modal sosial karena status mereka. Lancarnya transaksi sosial berarti penghematan besar dalam transaksi ekonomi. Dengan modal sosial yang kuat, mereka tak mengeluarkan sepeser pun untuk berusaha (Zainuri, 2010).

Benih praktik mafia tumbuh dari prinsip seperti “kita harus berbaik sangka” atau “jangan makan tulang kawan”. Prinsip yang bagus untuk membangun modal sosial namun salah kaprah. Banyak yang tahu persis kapan seseorang mulai memanipulasi jabatan. Karena sikap toleran tersebut, pelanggaran itu terus berlangsung sehingga tercipta suatu kerja sama korupsi antarinstansi dan lembaga. Praktik korupsi ala mafia ini begitu parah sehingga penggantian seluruh pegawai negeri dan wakil rakyat sekaligus tidak akan mengatasi masalah ini. Sebab, cara korupsi sudah sangat jelas terlihat semua orang sehingga yang belum kebagian hanya menunggu waktu. Dalam era reformasi ini, peran dominan birokrat agak tergeser oleh para wakil rakyat. Hal ini menunjukkan betapa kuatnya modal sosial negatif tersebut sehingga mampu menjalankan pengetahuan korupsi dalam waktu singkat. Empat tahun sejak masa pemilu pertama yang disebut-sebut sebagai pemilu yang demokratis, ketrampilan korupsi telah merata.

Modal sosial negatif tumbuh subur karena asyik dengan teori pertumbuhan ekonomi, kebijakan ekonomi tak akan efektif tanpa memasukkan faktor sosial-budaya. Modal sosial positif, arisan dan gotong royong, digunakan sebagai kosmetik kebijaksanaan pembangunan. Padahal, modal sosial positif justru membuka peluang pembangunan ekonomi (Kinsley, 1996). Karena itu, perlu pengamatan yang jeli untuk lebih memperbaiki modal sosial yang salah kaprah.

Arisan dan gotong royong telah bergeser dari makna dasarnya. Semangat arisan adalah untuk menjalin hubungan antar anggota sambil menggilir dana yang dapat meringankan beban seorang anggotanya. Dalam arisan, kerap dihasilkan kesepakatan bersama untuk melakukan sesuatu. Namun, tradisi arisan ini telah “melenceng” menjadi sarana pamer kekayaan, bahkan muncul “arisan tender”. Begitu halnya gotong royong kebersihan kampung. Pada masa lalu, kegiatan ini dilakukan spontan oleh masyarakat. Namun, terjadi perubahan karena dorongan kompetisi dalam perlombaan kebersihan nasional atau gotong royong yang dipaksakan kepala desa dalam rangka menyambut kunjungan pejabat tinggi. Hasil akhirnya adalah kebersihan untuk perlombaan, bukan kebersihan untuk kesehatan. Dalam contoh tersebut, terlihat bahwa faktor eksternal lebih kuat dalam mendorong modal sosial. Misalnya, arisan yang berubah karena pola hidup konsumtif dan kesemuan gotong royong akibat tekanan hubungan vertikal.

Ajaran dan budaya yang diyakini dan dianut oleh para pengikut tarekat Shidqiyah selama ini bisa merupakan salah satu bentuk modal sosial positif yang mengakar kuat dalam komunitas mereka dengan nilai-nilai saling pengertian (*shared value*), saling percaya (*trust*) dan saling mengembangkan budaya kerjasama (*a culture of cooperation*).

Sedangkan modal spiritual (*spiritual capital*) adalah modal yang merefleksikan berbagai nilai-nilai bersama, visi bersama, dan tujuan mendasar dalam kehidupan. Dalam sebuah organisasi, *spiritual capital* tercermin pada apa yang diyakini oleh organisasi tersebut, untuk apa organisasi itu ada, dan apa yang dicita-citakannya, serta tanggung jawab apa yang dipikulnya (Zohar & Marshall, 2005).

Oleh penggagasnya, ide munculnya *spiritual capital* berawal dari adanya kelemahan tafsiran yang sempit yang ditunjukkan oleh *social capital*, yakni walaupun *social capital* yang tinggi pada sebuah perusahaan bisa memberikan keuntungan bagi karyawan, pelanggan, dan pemegang saham, namun sesungguhnya gagasan itu mengabaikan dimensi yang lebih luas dari kebijakan mempertahankan stabilitas pada masyarakat yang lebih luas. Dimensi yang lebih luas (stabilitas) ini tidak bisa diwujudkan oleh bisnis

tanpa fondasi berupa visi spiritual yang lebih dalam, karena itu manusia perlu memiliki pemahaman akan apa itu hidup manusia dan apa sebenarnya tujuan manusia itu, dan bagaimana meningkatkannya (Zohar & Marshall, 2005).

Karena itulah, Zohar & Marshall menawarkan solusi dengan gagasan modal spiritual (*spiritual capital*). *Spiritual capital* adalah modal yang ditingkatkan dengan memanfaatkan sumber-sumber daya dalam jiwa manusia. Dikatakan bahwa *spiritual capital* melampaui semua gagasan tentang modal pada saat ini. *Spiritual capital* menyangkut makna, tujuan, dan pandangan yang dimiliki bersama mengenai hal yang lebih berarti dalam hidup dan bagaimana ini semua diterapkan dalam kehidupan dan strategi-strategi pelaku. Indikator yang ditunjukkan kalau seseorang atau organisasi telah memiliki *spiritual capital* adalah hal-hal yang berupa kesadaran akan adanya makna yang lebih luas, visi yang memberikan semangat ataupun ilham, penerapan nilai-nilai kemanusiaan yang fundamental, dan kesadaran mendalam akan adanya tujuan yang lebih luas dari setiap usaha yang akan dijalankan. Dalam ungkapan yang lebih sederhana, Zohar & Marshall memberikan arti *spiritual capital* adalah khazanah pengetahuan dan kecakapan spiritual yang tersedia bagi seseorang atau suatu budaya.

Memang, sebagaimana diungkapkan oleh Samdin (2007) bahwa nilai-nilai dalam *spiritual capital* dalam ekonomi sekuler bertumpu pada dimensi sosial atau nilai-nilai manusiawi yang bersangkutan paut dengan kehidupan dalam interaksi sosial, tanpa menyentuh dimensi teologis yang berhubungan langsung dengan sang Khalik sebagai sumber dari segala sumber spirit. Nilai-nilai fundamental yang membentuk modal spiritual tersebut dikelompokkan menjadi: (1) nilai-nilai personal, yaitu nilai-nilai yang berkaitan dengan kehidupan sendiri, teman, dan keluarga; (2) nilai-nilai interpersonal, yaitu hal-hal yang menentukan kelompok dan hubungan di antara anggota kelompok seperti loyalitas dan kepercayaan; dan (3) nilai-nilai transpersonal, yaitu nilai-nilai yang melampaui diri sendiri dan kelompok yang bersifat universal seperti kesucian hidup, melindungi dunia demi generasi mendatang atau keadilan.

Disadari ada persamaan antara modal sosial dan *spiritual capital*, yang terkait dengan meningkatnya kesadaran akan tanggungjawab sosial yang lebih luas dari seseorang, organisasi atau perusahaan, dan juga kesadaran bahwa seseorang atau perusahaan adalah bagian dari komunitas yang lebih luas dan harus bersedia mengemban tanggungjawab yang riil terhadap komunitas itu. Namun dalam *spiritual capital*, gagasan ini dikembangkan lebih jauh lagi. *Spiritual capital* seperti yang telah didefinisikan adalah kekayaan yang membantu melestarikan umat manusia, dan juga merupakan kekayaan yang memelihara dan melanggengkan jiwa manusia. *Spiritual capital* tercermin dalam apa yang diyakini oleh suatu komunitas atau organisasi, apa yang menjadi tujuan pendiriannya, apa yang dicita-citakannya, dan tanggungjawab apa yang diembannya.

Aspek-aspek tersebut dikatakan sebagai aspek-aspek kejiwaan yang kalau dipelihara dan diikuti akan menjadi motivator untuk terus mengembangkan kekayaan sosial dan materiil serta menciptakan stabilitas dan melestarikan kehidupan sehari-hari. Dikatakan bahwa *spiritual capital* adalah fondasi bagi sebuah organisasi atau masyarakat, dan dengan memelihara serta melanggengkan tujuan inti dari seluruh upaya manusia, maka *spiritual capital* merupakan perekat yang melekatkan semua unsur. *Spiritual capital* memberikan kerangka moral dan motivasi, sebuah etos, sebuah ruh (*spirit*). *Spiritual capital* melestarikan, mendukung, memperkaya baik modal materiil maupun *social capital*. *Spiritual* juga bisa menjadi sebuah faktor dinamis dalam sebuah organisasi. Organisasi-organisasi yang berbasis *spiritual capital* tak hanya berkelanjutan, tetapi juga terus berevolusi.

Dengan melaksanakan proses peningkatan *spiritual capital*, sebuah organisasi mentransformasi dirinya dari dalam dirinya sendiri. Ia bergerak dan punya daya hidup, ia punya kesadaran mendalam tentang tujuan dan arahnya. *Spiritual capital* merupakan sebuah sistem yang kompleks, adaptif, dan memiliki kemampuan pengaturan diri. Semua ini meningkatkan *vitalitas* dari dalam (*inner-vitality*) organisasi dan kesanggupannya untuk berfungsi secara efektif dan berkontribusi untuk lingkungannya yang lebih luas dan semua ini berawal dari *spiritual*. Dalam pembahasannya, Zohar &



Marshall berhasil mengemukakan keunggulan dari gagasannya dan memilah perbedaannya dengan dua konsep modal yang telah terkenal lebih dulu, yaitu modal materiil dan modal sosial dengan gagasannya tentang modal spiritual.

Istilah spiritual yang dipakai berasal dari bahasa latin *spiritus* yakni sesuatu yang memberikan kehidupan atau *vitalitas* pada sebuah sistem. Adanya unsur spiritual dalam diri manusia, maka membuat manusia itu bertanya, mengapa ia mengerjakan sesuatu dan mencari cara-cara yang secara fundamental lebih baik untuk melakukannya. Unsur spiritual itulah yang membuat manusia ingin agar hidupnya manusia memiliki arti. Namun, dikatakan oleh Zohar dan Marshall, bahwa *spiritual capital* bukanlah sesuatu yang bersentuhan dengan agama atau sistem keyakinan teologis tertentu, karena mereka tidak percaya bahwa perusahaan-perusahaan dapat menjadi lebih spiritual dengan mendirikan kuil atau menyeru para karyawan mereka untuk berdoa

### **1.7. Konsep Rasionalitas dalam Ekonomi**

Salah satu konsep penting dalam ilmu ekonomi konvensional adalah pilar paradigma ilmu ekonomi konvensional, yaitu manusia adalah makhluk ekonomi yang rasional (*rational economic man*), dan hal ini merupakan “hati” dari ilmu ekonomi konvensional (Agil, 1992). Pembahasan tentang rasionalitas telah mendapatkan perhatian serius dari para pakar ekonomi, sekaligus telah mendapatkan kritikan yang juga tidak sedikit, baik dari pakar ilmu ekonomi konvensional itu sendiri maupun pakar ilmu bahwa perilaku individu adalah pasti rasional.

Dalam kajian ekonomi, rasionalitas merupakan suatu perkataan yang lebih sering dipakai daripada didefinisikan. Kalaulah definisi itu diberikan, biasanya berupa deskripsi tentang pilihan rasional atau perbuatan rasional. *Rasionality assumption* dalam ekonomi menurut Roger LeRoy Miller (1997) adalah *individuals do not intentionally make decisions that would leave them worse off*. Ini berarti bahwa rasionalitas didefinisikan sebagai tindakan manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya yaitu memaksimalkan kepuasan atau keuntungan senantiasa berdasarkan pada keperluan (*need*) dan keinginan-

keinginan (*want*) yang digerakkan oleh akal yang sehat dan tidak akan bertindak secara sengaja membuat keputusan yang bisa merugikan kepuasan atau keuntungan mereka. Bahkan menurut Miller, suatu aktivitas atau sikap yang terkadang nampak tidak rasional akan tetapi seringkali ia memiliki landasan rasionalitas yang kuat, misalnya sikap orang lanjut usia yang tidak mau belajar teknologi baru, orang yang berpacaran dengan menghabiskan waktu dan uang, sikap menolong orang fakir miskin dan sebagainya.

Rasionalitas merupakan kunci utama dalam pemikiran ekonomi modern. Ia menjadi asas aksioma bahwa manusia adalah makhluk rasional. Seorang manusia ekonomi (*homo economicus*) memilih di antara berbagai alternatif pilihan dengan tujuan untuk memaksimalkan kepuasan. Sebelum memilih, ia mesti menyusun skala prioritas dari berbagai alternatif pilihan. Syarat pilihan rasional adalah bahwa setiap individu mengetahui berbagai informasi secara lengkap tentang alternatif-alternatif dan ia mempunyai kemampuan untuk menyusun skala prioritasnya sesuai dengan preferensinya. Apabila dua syarat tersebut terpenuhi, maka pilihan rasional bisa berlaku. (Hamouri, 1991)

Konsep rasionalitas muncul karena adanya keinginan-keinginan konsumen untuk memaksimalkan utilitas dan produsen ingin memaksimalkan keuntungan, berdasarkan pada satu set *constrain*. Yang dimaksud *constrain* dalam ekonomi konvensional adalah terbatasnya sumber-sumber dan pendapatan yang dimiliki oleh manusia dan alam, akan tetapi keinginan manusia pada dasarnya tidak terbatas. Sedangkan dalam ekonomi Islam sebagaimana diungkapkan Mannan (1982), yang dimaksud dengan *constrain* adalah terbatasnya kemampuan manusia baik dari segi fisik maupun pengetahuan untuk mencapai atau mendapatkan sesuatu sumber yang tidak terbatas yang telah disediakan oleh Allah SWT. Berdasarkan pernyataan di atas maka manusia perlu membuat suatu pilihan yang rasional sehingga pilihan tersebut dapat memberikan kepuasan atau keuntungan yang maksimal pada manusia.

Menurut ilmu ekonomi konvensional, sesuai dengan pemahamannya tentang *rational economics man*, tindakan individu rasional adalah tertumpu

kepada kepentingan diri sendiri (*self interest*) yang menjadi satu-satunya tujuan bagi seluruh aktivitas<sup>1</sup>. Ekonomi konvensional mengabaikan moral dan etika dalam pembelanjaan dan unsur waktu adalah terbatas hanya di dunia saja dengan mengabaikan dimensi kehidupan akhirat.

Adam Smith sebagaimana diungkapkan oleh Samuelson and Nordhaus (2001) menyatakan bahwa tindakan individu yang mementingkan kepentingan diri sendiri pada akhirnya akan membawa kebaikan masyarakat seluruhnya karena tangan tak tampak (*invisible hand*) yang bekerja melalui proses kompetisi dalam mekanisme pasar. Rasionalisme ekonomi mentafsirkan perbuatan manusia itu sesuai dengan sifatnya yang *homo economicus*, di mana semua perbuatannya senantiasa berdasarkan pada perhitungan terperinci, yang ditujukan untuk mencapai kesuksesan ekonomi. Kesuksesan ekonomi dimaknai sebagai menghasilkan uang sebanyak-banyaknya. Mengejar kekayaan, baik dalam bentuk uang maupun barang ialah tujuan utama dalam kehidupan ini. Pada saat yang sama, ia merupakan ukuran kesuksesan ekonomi. Keberhasilan untuk mendapatkan uang yang banyak dianggap sebagai merupakan hasil yang bersumber dari kesungguhan dan keahlian mereka dalam mencapai tujuan tersebut. (Tajuldin et.al, 2004). Dalam ekonomi konvensional, perilaku rasional dianggap ekuivalen (*equivalent*) dengan memaksimalkan utilitas. Menurut John C. Harsanyi (1986), *theory of rational behavior* mengandung tiga cabang, yaitu: *Pertama, Utilitas theory*, yang bermakna bahwa perilaku yang rasional mengandung unsur memaksimalkan utilitas atau tercapainya utilitas maksimum yang diharapkan. *Kedua, Game theory*, yaitu teori perilaku rasional dengan dua atau lebih interaksi rasionalitas individu, masing-masing rasionalitas menghendaki untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri sebagai bentuk dari fungsi utilitas individu (walaupun terkadang ada pertentangan dengan sikap *altruistik*). *Ketiga, Ethics*, di mana kriterianya adalah penilaian moral dari masyarakat, yang mana ia melibatkan pemaksimalan rata-rata tingkat utilitas dari semua individu dalam masyarakat.

---

<sup>1</sup> Ini tergambar dalam ungkapan Adam Smith (1776) dalam bukunya *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nation*, yang menyatakan “*it is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard to their own interest*”. Sebagaimana dikutip oleh Miller, 1997, hal. 5-6.

Inilah yang dikenali dengan altruistik, yang merupakan perkembangan baru dari konsep rasionalitas.

Dalam hal ini Syed Omar Syed Agil (1992) menyusun kriteria yang cukup komprehensif mengenai rasionalitas yaitu bahwa dalam ekonomi konvensional seorang individu dianggap sebagai rasional apabila; (1) Mereka tahu apa yang mereka mau sesuai dengan skala prioritas kemauan dan bersikap konsisten (individu andaikan mempunyai informasi lengkap). (2) Semua informasi dan cara dinilai dengan berdasarkan pada logika akal. (3) Tujuan dan cara bisa dinilai dengan uang. (4) Dalam produksi, mereka hanya melihat aspek ketrampilan (*skill*) tanpa mengambil aspek sentimen, nilai-nilai moral dan agama yang tidak dapat dinilai dalam bentuk uang. (5) Perilaku seseorang yang mementingkan kepuasan diri sendiri akan membawa kebaikan kepada masyarakat. (6) Pilihan dibuat selaras dengan pilihan yang diprediksi dibuat oleh masyarakat. Dianggap rasional sekiranya pilihan yang dibuat bersesuaian dengan kehendak masyarakat. Selanjutnya Syed Omar Syed Agil membuat kategorisasi rasionalitas ekonomi dalam beberapa bentuk, di antaranya:

*Pertama, Egoistic Rationality*, merupakan bentuk rasionalitas yang sempurna. Jenis rasionalitas ini adalah sebagaimana diungkapkan Edgeworth bahwa “prinsip utama ilmu ekonomi adalah bahwa setiap agen (pelaku) digerakkan hanya oleh kepentingan diri sendiri (*self interest*), di mana produsen hendak memaksimumkan keuntungan dan konsumen hendak memaksimumkan utilitas”. Asumsi yang dipergunakan adalah bahwa setiap konsumen mendapatkan informasi yang lengkap tentang alternatif-alternatif dan ia mempunyai kemampuan untuk menyusun prioritasnya sesuai dengan preferensinya untuk memaksimumkan utilitas. Produsen juga mengetahui dengan pasti *performance* yang lalu, kondisi saat ini, dan pengembangan masa depan di lingkungan *firm*-nya. Intinya, semua agen digerakkan semata-mata oleh *self interest* dalam memaksimumkan utilitasnya.

*Kedua, Bounded Rationality*, merupakan pengembangan baru dari *egoistic rationality*. Dalam kenyataannya dua persyaratan dalam *egoistic rationality* tidak dapat dipenuhi. Terdapat beberapa halangan, seperti ketidakmampuan setiap individu untuk mendapatkan dan mengetahui semua

informasi yang mengarahkannya pada pilihan yang optimal. Halangan ini mempengaruhi pilihannya untuk mendapatkan kepuasan yang optimal. Dengan kata lain, seseorang bisa puas pada level tertentu, tetapi belum tentu optimal dalam pilihannya.

*Ketiga, Altruism*, merupakan pengembangan baru dari konsep rasionalitas. Dalam kenyataannya *egoistic rationality* bertentangan dengan eksistensi manusia yang mempunyai perasaan dan emosi, sehingga ia peduli kepada masyarakat sekitarnya. Kenyataan ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pakar ekonomi. Oleh karena itu, banyak pakar menyatakan adanya dua perkara yang seakan-akan bertentangan tetapi hakikatnya tidak, yaitu: *egoistic rationality* dan *altruism*.

*Altruism* menjadi sarana untuk mencapai kepuasan maksimum dengan dua cara: *Pertama*, Perbuatan itu sendiri mengeluarkan (memproduksi) utilitas. Beberapa individu mendapatkan utilitas dengan melakukan perbuatan baik, seperti memberikan makanan kepada orang miskin, memberi beasiswa kepada anak yatim, memberikan tempat duduk kepada orang yang hamil atau mengandung ketika dalam angkutan umum dan sebagainya. Perbuatan-perbuatan tersebut diyakini dapat menghasilkan utilitas untuk siapa saja yang melakukannya. *Kedua*, Beberapa aktivitas bisa membangun reputasi yang baik kepada penyumbang (donor) dalam masyarakat yang selanjutnya bisa menaikkan tingkat jualan atau keuntungannya. Ini artinya seorang individu memaksimalkan utilitas dengan membangun reputasi yang baik dalam masyarakat. Serupa dengan ini adalah doktrin tanggung jawab sosial (*doctrine of sosial responsibility*), di mana firma melakukan kebajikan sosial untuk meningkatkan *image* yang baik dalam rangka memaksimalkan keuntungan penjualan.

Salah satu kritik terhadap konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional menyatakan bahwa individu mempunyai informasi yang lengkap adalah tidak tepat, karena realitasnya tidak semua individu mempunyai informasi yang lengkap tetapi mereka mempunyai informasi dan pengetahuan yang terbatas sehingga tidak selamanya bisa membuat keputusan yang rasional dalam rangka memaksimalkan utilitas. Di samping itu, terdapat faktor-faktor

yang tidak dapat diprediksi secara rasional. Misalnya dalam pandangan Islam terdapat pilihan yang bukan didorong oleh logika manusia akan tetapi logika agama. Contohnya kecenderungan dari produsen untuk memilih keuntungan yang wajar dibanding dengan untung maksimum demi meningkatkan kemaslahatan konsumen terutama golongan miskin (Kholis, 2009).

Orientasi dari keseimbangan konsumen dan produsen dalam ekonomi konvensional adalah untuk semata-mata mengutamakan keuntungan. Semua tindakan ekonominya diarahkan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Jika tidak demikian justru dianggap tidak rasional. Lain halnya dengan ekonomi Islam yang tidak hanya ingin mencapai keuntungan ekonomi tetapi juga mengharapkan keuntungan rohani dan *al-falah*. Keseimbangan antara konsumen dan produsen dapat diukur melalui asumsi-asumsi secara komprehensif. Memang untuk mengukur pahala dan dosa seorang hamba Allah, tidak dapat diukur dengan uang, akan tetapi hanya merupakan ukuran secara anggaran dengan unitnya tersendiri.

Rasionalitas keseimbangan konsumen dan produsen dalam ekonomi konvensional ditunjukkan pada perilaku seseorang untuk memenuhi kehendaknya dan kehendak masyarakat sebagaimana ia memenuhi kehendak dirinya sendiri. Kenyataan ini adalah tidak benar karena perilaku seseorang individu adalah berbeda dengan perilaku individu lain dan tidaklah mungkin bisa memenuhi keperluan dan keinginan sendiri apabila keperluan individu itu tidak dipenuhi. Timothy Gorringer (1994) menyatakan bahwa mereduksi manusia yang *homo sapiens* (makhluk bijaksana) dengan hanya *homo economicus* yang secara rasional memaksimalkan utilitas, bertindak berdasar *self interest* saja merupakan reduksi yang sangat telak terhadap nilai-nilai moral/etika.

Menurut Umer Chapra (2001), sebenarnya kalau tujuan-tujuan normatif masyarakat telah ditentukan, tidak bisa ada kebebasan tak terbatas untuk mendefinisikan rasionalitas sebagaimana dalam ekonomi konvensional. Dengan demikian, perilaku rasional secara otomatis akan teridentifikasi dengan perilaku yang kondusif bagi realisasi tujuan-tujuan normatif tersebut.

Namun, ilmu ekonomi konvensional tidak melakukan hal ini.

Memasukkan kesejahteraan orang lain mengandung implikasi keterbatasan pada perilaku individu. Ini tidak sesuai dengan paradigma ilmu ekonomi konvensional yang sekuler, oleh karena itu mesti dikesampingkan. Dalam rangka menyelaraskan pendekatan *Darwinis* sosial ekonomi, rasionalitas mesti disamakan dengan pemenuhan keperluan dan kepentingan diri sendiri. Ini jelas terlihat dari ekspresi “manusia ekonomi rasional” yang secara praktis dikemukakan oleh semua penulis. Mereka menafsirkan, “dorongan kepentingan diri dalam diri manusia sebagai moral yang setara dengan dorongan gaya gravitasi di alam”. Edgeworth (dalam Chapra, 2001) dengan tegas menyatakan gagasan ini seraya mengatakan bahwa “prinsip utama ilmu ekonomi adalah bahwa setiap agen (pelaku) digerakkan hanya oleh kepentingan diri sendiri. Dalam kerangka ini, masyarakat dipandang hanya sebagai suatu kumpulan individu yang disatukan oleh kepentingan diri sendiri.

Sebenarnya dapat saja memenuhi kepentingan diri sendiri dalam berbagai cara, baik ekonomi maupun nonekonomi, yang didasarkan kepada perhitungan uang atau selain uang. Namun, untuk menyelaraskan dengan orientasi materinya, ilmu ekonomi mengesampingkan semua aspek kepentingan diri nonekonomi itu, sementara itu ia hanya menyamakan rasionalitas dengan aspek ekonomi saja. Bahkan pengertian ekonomi di sini, disederhanakan lagi hanya dikaitkan dengan hitungan uang.

Ilmu ekonomi telah menciptakan konsep imajiner tentang “manusia ekonomi” di mana tanggungjawab sosial satu-satunya adalah meningkatkan keuntungannya. Dengan demikian, ilmu ekonomi hanya memperhatikan perilaku rasional manusia ekonomi yang dimotivasi hanya oleh dorongan untuk memenuhi kepentingan dirinya sendiri dengan cara memaksimalkan kekayaan dan konsumsinya lewat cara apapun. Semua keinginan lain yang membawa manusia bersama-sama seperti kerjasama, saling menyayangi, persaudaraan dan *altruisme*, di mana orang berjuang untuk kebahagiaan orang lain, sekalipun kadangkala hal itu mesti mengorbankan kepentingan dirinya sendiri, dikesampingkan sama sekali. Dengan demikian, jebakan ilmu ekonomi sekuler pada dasarnya adalah bagaimana memenuhi kepentingan diri sendiri lewat maksimasi kekayaan dan konsumsi sebagai alat utama untuk melakukan

filterisasi, motivasi, dan restrukturisasi. Menurut Omar Syed Agil (1992), terdapat beberapa kritik terhadap konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional, di antaranya;

*Pertama*, terlalu *demanding*, karena menganggap setiap agen ekonomi pasti memiliki informasi lengkap. Ini tentu anggapan yang tidak realistis. Di samping itu terlalu terbatas, karena memahami *self interest* secara sangat sempit. *Kedua*, Tidak menggambarkan tingkah laku manusia yang sesungguhnya yaitu apa yang diasumsikan oleh ekonomi konvensional tidak mewakili perilaku manusia yang sebenarnya dan mengabaikan sama sekali emosi dan perasaan. Hamilton (1994) mengungkapkan bahwa ilmu ekonomi berkaitan dan bersepekat dengan kehidupan manusia, sedangkan manusia adalah makhluk yang berperasaan selain berakal, oleh karena itu ekonomi modern yang mengabaikan perasaan (*moral/etika*) dan *spirituality* merupakan kesalahan yang sangat telak. Memahami sesuatu dengan hanya berdasarkan akal semata merupakan pemahaman yang tidak lengkap.

*Ketiga*, pilihan perlu konsisten. Individu diandaikan rasional jika memilih pilihannya yang senantiasa konsisten dan mengabaikan perbedaan cita rasa individu. Di samping itu, dalam setiap pilihannya, setiap individu tidak hanya mempertimbangkan apakah pilihannya itu memenuhi utilitasnya, akan tetapi juga mempertimbangkan mestikah memilih pilihan itu. Misalnya, pertanyaannya bukan hanya, “Dapatkah benda ini dibeli ?” Tetapi juga “Haruskah minuman keras ini dibeli?”. Oleh karena itu Viktor J. Vanberg (1994) menyatakan bahwa karena tidak mungkin mencapai konsisten yang terus menerus dalam pilihan rasional, beliau menyatakan perlu ada sebuah teori yang disebut dengan *theory of behavioural adaptation*.

*Keempat*, terlalu materialistik. Teori ilmu ekonomi konvensional menganggap manusia senantiasa ingin mencapai keuntungan material yang lebih tinggi sedangkan sebenarnya ada batasan dalam kehendak manusia. Dalam kenyataannya keinginan manusia tidak hanya dibatasi oleh *budget constrain/level of income*, tingkat harga, atau tingkat modal yang dipunya, tetapi juga oleh hukum, peraturan perundangan, tradisi, nilai-nilai/ajaran agama, nilai moral, dan tanggung jawab sosial.



Dalam ekonomi Islam, tindakan rasional termasuklah kepuasan atau keuntungan ekonomi dan rohani baik di dunia maupun di akhirat, sedangkan dalam ekonomi konvensional cakupan tujuannya terbatas hanya pada kepuasan atau keuntungan ekonomi saja. Oleh karena itu, dimensi waktu dalam ekonomi Islam adalah lebih luas dan menjadi perhatian tersendiri pada tingkat agen-agen ekonomi di dalam Islam. Dalam ekonomi Islam, di dalam menjalankan perekonomian tidak hanya berasaskan pada logika semata-mata, akan tetapi juga berasaskan pada nilai-nilai moral dan etika serta tetap berpedoman kepada petunjuk-petunjuk dari Allah SWT.

Manusia perlu bertindak rasional karena ia mempunyai beberapa kelebihan dibanding ciptaan Allah yang lainnya. Manusia dianggap bertindak rasional apabila individu tersebut mengarahkan perilakunya untuk mencapai tahapan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam (Siddiqi, 1992). Individu rasional adalah individu yang berusaha memaksimumkan *al-falah* dibanding memaksimumkan kepentingan diri sendiri.

#### **1.8. Rasionalitas dalam Ekonomi Islam**

Dalam ekonomi Islam, tindakan rasional adalah apabila seseorang meraih kepuasan atau keuntungan ekonomi dan rohani baik di dunia maupun di akhirat, sedangkan dalam ekonomi konvensional cakupan tujuannya terbatas hanya pada kepuasan atau keuntungan ekonomi saja. Oleh karena itu, dimensi waktu dalam ekonomi Islam adalah lebih luas dan menjadi perhatian tersendiri pada tingkat agen-agen ekonomi di dalam Islam. Dalam ekonomi Islam, di dalam menjalankan perekonomian tidak hanya berasaskan pada logika akal semata, akan tetapi juga berdasarkan pada nilai-nilai moral dan etika serta tetap berpedoman kepada petunjuk-petunjuk dari Allah SWT (Nurkholish, 2009).

Manusia perlu bertindak rasional karena ia mempunyai beberapa kelebihan dibanding ciptaan Allah yang lainnya. Manusia dianggap bertindak rasional apabila individu tersebut mengarahkan perilakunya untuk mencapai tahapan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam (Shiddiqi dalam Tahir et. al, 1992). Individu rasional adalah individu yang berusaha memaksimumkan

*al-falah* dibanding memaksimalkan kepentingan diri sendiri. Konsep dasar rasionalitas Islam menurut Monzer Kahf (dalam Tahir et. al, 1992) adalah:

1. Konsep kesuksesan

Islam membenarkan individu untuk mencapai kesuksesan di dalam hidupnya melalui tindakan-tindakan ekonomi, namun kesuksesan dalam Islam bukan hanya kesuksesan materi akan tetapi juga kesuksesan di hari akhirat dengan mendapatkan keridhaan dari Allah SWT. Kesuksesan dalam kehidupan muslim diukur dengan moral agama Islam, bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas seseorang, semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketakwaan kepada Allah SWT merupakan kunci dalam moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan serta menjauhkan diri dari kejahatan. Ketakwaan kepada Allah dicapai dengan menyandarkan seluruh kehidupan hanya karena Allah, dan hanya untuk (tujuan) Allah, dan dengan cara yang telah ditentukan oleh Allah (Hendri, 2003)

2. Jangka waktu perilaku konsumen

Dalam pandangan Islam kehidupan dunia hanya sementara dan masih ada kehidupan kekal di akhirat. Maka dalam mencapai kepuasan perlu ada keseimbangan pada kedua jangka waktu tersebut, demi mencapai kesuksesan yang hakiki. Oleh karena itu sebagian dari keuntungan atau kepuasan di dunia sanggup dikorbankan untuk kepuasan di hari akhirat. Manakala dalam pandangan konvensional mereka tidak memperhitungkan hal tersebut karena mereka menganggap kematian sebagai akhir dari segalanya, sehingga tidak perlu menyisihkan sebagian hartanya dari keuntungan atau kepuasan untuk masa yang tidak jelas dan tidak logis pada hari akhirat.

3. Konsep kekayaan

Kekayaan dalam konsep Islam adalah amanah dari Allah SWT dan sebagai alat bagi individu untuk mencapai kesuksesan di hari akhirat nanti, sedangkan menurut pandangan konvensional kekayaan adalah hak individu dan merupakan pengukur tahap pencapaian mereka di dunia.

4. Konsep barang

Konsep barang dalam pandangan Islam selalu berkaitan dengan nilai-nilai moral. Dalam al-Quran dinyatakan dua bentuk barang yaitu: *al-thayyibat* (barangan yang baik, bersih, dan suci serta berfaedah) dan barangan *al-rizq* (pemberian Allah, hadiah, atau anugerah dari langit) yang bisa mengandung halal dan haram. Menurut ekonomi Islam, barang bisa dibagi pada tiga kategori yaitu: barang keperluan primer (*daruriyyat*) dan barang sekunder (*hajiyyat*) dan barang tersier (*tahsiniyyat*). Barang haram tidak diakui sebagai barang dalam konsep Islam. Dalam menggunakan barang senantiasa memperhatikan *maqasid al-syari'ah* (tujuan-tujuan syariah). Oleh karena itu konsep barang yang tiga macam tersebut tidak berada dalam satu level akan tetapi sifatnya bertingkat dari *daruriyyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyyat* (Khan dalam Tahir et. Al. 1992)

#### 5. Etika konsumen

Islam tidak melarang individu dalam menggunakan barang untuk mencapai kepuasan selama individu tersebut tidak mengkonsumsi barang yang haram dan berbahaya atau merusak. Islam melarang mengkonsumsi barang untuk *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (*spending in the wrong way*) seperti suap, berjudi dan lainnya.

Berbeda dengan ekonomi konvensional yang mengasumsikan manusia sebagai *rational economic man*, jenis manusia yang hendak dibentuk oleh Islam adalah *Islamic man* ('*ibadurrahman*), (QS 25:63). *Islamic man* dianggap perilakunya rasional jika konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang seimbang. Tauhidnya mendorong untuk yakin, Allah-lah yang berhak membuat *rules* untuk mengantarkan kesuksesan hidup.

*Islamic man* dalam mengkonsumsi suatu barangan tidak semata-mata bertujuan memaksimumkan kepuasan, tetapi selalu memperhatikan apakah barang itu halal atau haram, *israf* atau *tabzir*, merusak masyarakat atau tidak dan lain-lain. Ketakwaaannya kepada Allah dan kepercayaannya kepada hari akhir membuatnya senantiasa taat kepada *rules* Allah dan Rasul-Nya. *Islamic man* tidak materialistik, ia senantiasa memperhatikan anjuran syariat untuk berbuat kebajikan untuk masyarakat, oleh karena itu ia baik hati, suka

menolong, dan peduli kepada masyarakat sekitar. Ia ikhlas mengorbankan kesenangannya untuk menyenangkan orang lain. (QS 2:215; QS 92: 18-19). Motifnya dalam berbuat kebajikan kepada orang lain, baik dalam bentuk berderma, bersedekah, meyantuni anak yatim, maupun mengeluarkan zakat harta, dan sebagainya, tidak dilandasi motif ekonomi sebagaimana dalam *doctrine of sosial reposibility*, tetapi semata-mata berharap keridhaan Allah SWT (Nurkholis, 2009).

Berbeda dengan tujuan utama konsumsi oleh konsumen dalam ekonomi konvensional yang semata-mata memaksimalkan utilitasnya, ekonomi Islam yang berasaskan syariat Islam, menolak aktivitas manusia yang selalu memenuhi segala kehendaknya untuk memaksimalkan utilitas, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap hal yang baik dan buruk sekaligus. Kehendak manusia didorong oleh suatu kekuatan dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda antara satu orang dengan lainnya (sangat subjektif). Kehendak tidak selalu sesuai dengan rasionalitas, karena sifatnya yang tak terbatas. Kekuatan dari dalam diri manusia itu disebut jiwa atau hawa nafsu (*nafs*) yang menjadi penggerak aktivitas manusia (QS Asy-Syams: 7-10). Karena kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka sangat wajar apabila kehendak satu orang dengan lainnya berbeda-beda pula (QS Yusuf: 53; al-Qiyamah: 2; al-Fajr: 27). Menurut Siddiqi, perilaku rasional dalam ekonomi Islam tidak selalu mengindikasikan pemaksimalan. (*rational behaviour in Islamic economics doesn't necessarily imply maximization*).

Menurut Islam, manusia harus mengendalikan dan mengarahkan kehendaknya (*want*) sehingga dapat membawa *maslahah* dan bukan madarat untuk kehidupan dunia dan akhirat. Sedangkan keperluan (*need*) muncul dari suatu pemikiran atau identifikasi secara objektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat bagi kehidupan. Keperluan diarahkan oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya. Jadi, seorang muslim mengkonsumsi suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya bagi

kehidupannya. Hal ini merupakan asas dan tujuan dari syariat Islam itu sendiri, yaitu *masalah al-'ibad* (kesejahteraan hakiki untuk manusia), sekaligus sebagai cara untuk mendapatkan *al-falah* yang maksimum (Nurkholis, 2009).

Rasionalitas dalam ekonomi Islam, senantiasa memperhatikan *masalah* untuk diri, keluarga dan masyarakat, utilitas pribadi bukanlah segala-galanya, namun juga tidak diabaikan. Oleh karena itu, seseorang dianggap rasional menurut Islam apabila:

1. Menghindarkan diri dari sikap *israf* (berlebih-lebihan dan melampaui batas). Seorang konsumen muslim akan selalu mempertimbangkan *masalah* bagi diri dan masyarakatnya dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa dan menghindari sikap *israf* (Khan dalam Tahir, 1992). Ia tidak akan menuruti *want*-nya untuk mendapatkan utilitas yang maksimum, apabila ia mendapatkan *want*-nya itu mengandung *israf*. Misalnya, seorang muslim tidak akan mengkonsumsi makanan yang mahal-mahal walau *income*-nya memungkinkan untuk membelinya, sementara ia mengetahui tetangganya kelaparan karena tidak punya makanan. Ia akan memilih untuk menginfakkan sebagian *income*-nya kepada tetangganya agar dapat makan (Qardlawy, 2001). Dengan begitu ia berarti mendahulukan *masalah* daripada memaksimalkan utilitas untuk diri pribadinya.
2. Tidak mengabaikan kehidupan akhirat. Pada dasarnya seorang muslim akan dihadapkan pada dua pilihan yaitu di antara mengkonsumsi barang ekonomi yang bersifat duniawi saja dan yang bersifat ibadah (*ukhrawi*). Penggunaan barang atau jasa untuk keperluan ibadah bernilai lebih tinggi dari konsumsi untuk duniawi. Konsumsi untuk ibadah lebih tinggi nilainya karena orientasinya adalah *al-falah* yang akan mendapatkan pahala dari Allah Swt, sehingga lebih bertujuan untuk kehidupan akhirat kelak. Oleh karena itulah, konsumsi untuk ibadah pada hakikatnya adalah konsumsi untuk masa depan (*future consumption*), sedangkan konsumsi duniawi adalah hanya untuk konsumsi masa sekarang (*present consumption*). Semakin besar konsumsi untuk ibadah maka semakin tinggi pula *al-falah* yang akan dicapai (Hendri, 2003)
3. Konsisten dalam prioritas pemenuhan keperluan (*daruriyyah, hajiyyah, dan tahsiniyyah*). Keperluan manusia dalam konsumsi memiliki tingkat kepentingan

yang tidak selalu sama. Terdapat prioritas-prioritas di antara satu dengan lainnya yang menunjukkan tingkat kemanfaatan dan kemendesakan dalam pemenuhannya. Para ulama telah membagi prioritas ini menjadi tiga, yaitu *al-hajah al-dlaruriyyah*, *al-hajah al-hajiyyah*, dan *al-hajah al-tahsiniyyah*. Seorang muslim perlu mengalokasikan *budget*-nya secara urut sesuai dengan tingkat prioritasnya secara konsisten. Keperluan pada tingkat *daruriyyah* mesti dipenuhi terlebih dahulu, baru kemudian *hajiyyah* dan kemudian *tahsiniyyah* (Mannan, 1993). Prioritas ini semestinya diaplikasikan pada semua jenis keperluan, yaitu agama (*al-din*), kehidupan, harta, ilmu pengetahuan (akal) dan kelangsungan keturunan.

4. Memperhatikan etika dan norma. Syariah Islam memiliki seperangkat etika dan norma yang mesti dipedomani dalam semua aktivitas kehidupan. Beberapa etika misalnya kesederhanaan, keadilan, kebersihan, *halalan tayyiban*, keseimbangan, dan lain-lain. Ringkasnya, seorang muslim dalam beraktivitas, khususnya dalam mengkonsumsi barang atau jasa mestilah berpedoman pada etika dan norma yang telah ditetapkan oleh syariat Islam. Ini artinya, ia lebih mengutamakan *maslahah*, dari mendapatkan utilitas untuk memenuhi *want*-nya yang relatif tidak terbatas (Qardlawy, 2001).

Menurut Anas Zarqa' (dalam Agil, 1992) perilaku muslim yang rasional akan mendorong individu untuk berada pada suatu tingkat yang berada di antara sifat *tabdzir* dan kecukupan. Rasional dalam mengkonsumsi menurut modelnya adalah:

1. Konsumen yang rasional tidak akan berpuas hati sebelum sampai ke tahap barang kecukupan yang mampu diusahakan, karena akan berdosa dan dianggap berbuat dhalim terhadap diri dan keluarga.
2. Tidak melebihi garis pembaziran, karena dilarang Islam
3. Konsumen tidak menggunakan barang terlarang, karena berkibat buruk di akhirat.
4. Bersedia memberikan sebagian dari konsumsinya kepada orang lain atas sikap mematuhi prinsip Islam seperti zakat, sadaqah, infaq.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang didasarkan pada masalah yang sifatnya tidak untuk mencari generalisasi melainkan mencari kebenaran yang sifatnya spesifik pada lokasi dan konteks (kedisnian dan kekinian), bersifat *holistic* (memandang obyek penelitian dalam hal ini harta sebagai satu kesatuan yang utuh yang tidak bisa dipisahkan dari masalah yang lain, seperti: masalah sosial, ekonomi, budaya, politik dan agama). Peneliti walaupun berjarak tetapi melebur dengan obyek yang diteliti karena yang diteliti adalah makna di balik fakta/fenomena yang sifatnya *empiric non sensual (noumena)*, juga jenis kebenaran yang ingin diperoleh adalah konstruksi yang sifatnya idiografis (yang menghasilkan ide, konsep atau makna) dan bukannya yang *nomothetic* (bisa diukur atau distatistikkan).

#### **3.2 Pendekatan Kualitatif: Fenomenologi**

Pendekatan kualitatif bersentuhan dengan persoalan-persoalan sosial, karena itu teori-teori yang mendasarinya adalah teori-teori sosial. Dalam hal ini Bungin (2006) menjelaskan bahwa setidaknya ada empat aliran teori dalam ilmu sosial yang lazim diasosiasikan dengan pendekatan etnomedologi penelitian, yaitu: teori-teori tentang budaya, teori fenomenologi, teori etnografi, dan teori interaksionisme simbolik. Bahkan menurut Moloeng (2006), pada dasarnya landasan teoritis dari metodologi kualitatif bertumpu secara mendasar pada fenomenologi, sedangkan dasar teoritis lainnya, seperti interaksi simbolis, kebudayaan, etnografi, etnometodologi, dan *grounded theory* dijadikan dasar tambahan yang melatar belakangi secara teoritis penelitian kualitatif.

Kaum fenomenologi meneliti bagaimana dunia ini dihayati. Bagi mereka, realitas yang terpenting adalah bagaimana manusia melukiskannya, atau menghayati dunianya. Sedangkan perbedaan dengan kaum *positivisme* adalah dalam mendekati persoalan-persoalan untuk mencari jawabannya. Kalau kaum *positivisme* mendekati fakta-fakta dan sebab-sebab melalui metode seperti survey kuisioner, pencatatan



barang-barang, dan analisis demografi yang menghasilkan data kuantitatif (jumlah dan angka-angka) yang memungkinkannya untuk membuktikan hubungan antara variabel secara statistik. Sedangkan kaum fenomenologi, sebaliknya, berusaha memahami melalui metode-metode kualitatif seperti observasi partisipan, *open-ended interviewing*, dan dokumen perorangan. Metode-metode ini dilakukan untuk mencari data deskriptif yang memungkinkan kaum fenomenologi memahami dunia sebagaimana sang subyek memahaminya (Bogdan dan Taylor, 1993 ).

### **3.3 Kerangka Pikir**

Adapun proses pemecahan masalah dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) mengamati berbagai fenomena, simbol, tulisan-tulisan, dan tindakan yang dilakukan informan; (2) berusaha memahami, cerita-cerita, ungkapan makna fenomena yang bisa mendeskripsikan rasionalitas perilaku ekonomi mereka. Pada tahap ini, peneliti bersikap pasif menerima apa adanya, dan inilah yang dimaksud dengan pencarian makna *interpretative* berdasarkan fenomenologi. (3) makna yang telah ditemukan, kemudian dikomparasikan atau disintesiskan dengan teori-teori yang relevan dan konsep-konsep Islam (Al-Qur an dan Sunnah). Pada tahap dua dan tiga ini, peneliti bertindak sebagai subyek dan bersifat aktif mengembangkan ide untuk menemukan dan menjelaskan makna dari pemahaman fenomena.

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian.**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada aspek pengungkapan makna rasionalitas yang mendorong perilaku ekonomi mereka. Secara spesifik, rasionalitas di sini dimaksudkan untuk mengungkapkan beberapa hal yang berkaitan dengan motivasi, tujuan dan hakekat perilaku ekonomi dengan menggunakan perspektif ajaran tasawuf/tarekat yang diyakini sekaligus dilakukan oleh para pengikut tarekat Shiddiqiyah di Kabupaten Jombang.

### **3.5 Setting Lokasi Penelitian**

Saat ini pengikut tarekat Shiddiqiyah yang memiliki kantor pusat di desa Losari Kecamatan Ploso Jombang telah menyebar luas ke seluruh wilayah

Indonesia. Karena itu penting untuk menentukan *setting* lokasi penelitian yang dianggap representasi dari semua pengikut tarekat ini. Untuk itu kami hanya membatasi pada lokasi, di mana mayoritas pengikut tarekat Shiddiqiyah berdomisili sekaligus menjadi pusat kegiataannya, yaitu di Kabupaten Jombang.

### **3.6 Karakteristik Obyek Penelitian**

Dipilihnya pengikut tarekat Shiddiqiyah di Kabupaten Jombang sebagai obyek penelitian karena berdasarkan fenomena dan informasi pada kelompok yang memiliki ciri khas atau karakteristik tersendiri yang relevan permasalahan yang hendak dikaji, yaitu: (1) berhasil secara ekonomi; (2) memiliki komitmen yang kuat terhadap ajaran-ajaran tarekat Shiddiqiyah. Keberhasilan mereka secara ekonomi setidaknya bisa dilihat dari banyaknya unit usaha yang mereka kembangkan, mulai dari perusahaan air minum MAQOO, kerajinan tangan pandan dan bambu, perusahaan teh celup dan madu, kelompok "arisan sosial produktif" *Tajrin Naf'a*, Minimarket, menjalin mitra kerjasama dengan perusahaan rokok HM. Sampoerna untuk mendirikan salah satu cabang pabriknya di Jombang, mendirikan hotel bintang 3 di Jombang dan lain sebagainya. Di sisi lain mereka adalah pengikut setia tarekat Shiddiqiyah, bahkan masih ada hubungan kerabat dengan sang *mursyid* (pemimpin puncak tarekat). Fenomena ini setidaknya bisa menggambarkan bagaimana pengaruh ajaran tarekat Shiddiqiyah terhadap semangat dan gairah ekonomi para pengikutnya, sekaligus memberikan perspektif yang berbeda terhadap makna harta yang dibangun dari nilai-nilai *local wisdom* yang mereka miliki.

### **3.7 Jenis dan Sumber Data serta Metode Penentuan Informan**

Data dalam penelitian ini berupa realitas sosial atau aspek pemaknaan realitas atas fenomena semangat kapitalisme yang tinggi di kalangan kelompok pengikut tarekat Shiddiqiyah di Kabupaten Jombang di mana data tersebut diungkapkan secara tidak langsung dari berbagai informasi dari informan kunci yang dikumpulkan secara tertulis dari rekaman dialog dan komentar data berbagai narasi hasil pembicaraan sehari-hari di berbagai kesempatan; berbagai *stakeholder* sehingga dapat diidentifikasi sejumlah konsep-konsep tentang pemahaman, cara

pandang, cara berpikir dan sebagainya yang pada hakekatnya adalah data yang sebenarnya dari penelitian kualitatif ini.

Sumber data adalah *key informan*. Informan adalah orang-orang yang dianggap mengetahui benar suatu fenomena yang menjadi obyek penelitian, sehingga dapat membantu peneliti dalam menggali informasi/data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif (Miles and Huberman, 1992). Informan awal dipilih secara purposif, yaitu ditentukan oleh peneliti sendiri sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut (Alwasilah, 2002) ada empat tujuan dari pemilihan informan secara purposif, yaitu karena: *Pertama*, kekhasan dari latar, individu, atau kegiatan. *Kedua*, demi heterogenitas dalam populasi. *Ketiga*, untuk mengkaji kasus-kasus yang kritis (mementahkan) terhadap teori-teori yang ada, yakni yang menjadi landasan di awal penelitian maupun yang berkembang dalam proses penelitian. *Keempat*, mencari perbandingan-perbandingan untuk mencerahkan alasan-alasan perbedaan antara latar, kejadian, atau individu. Dari alasan tersebut menunjukkan bahwa penelitian kualitatif lebih mengutamakan *comparability* dan *transferability* dari temuan-temuannya, bukannya transfer temuan-temuan itu terhadap kelompok lain atau populasi yang tidak diteliti. Karena itu, seleksi informan dalam penelitian kualitatif tidak statis, melainkan bersifat dinamis, dari fase ke fase, berurutan (*sequential*), berkembang (*development*), dan kontekstual.

### **3.8 Metode Pengumpulan dan Analisis Data**

Pada dasarnya pengumpulan dan analisis data dilakukan secara serempak (*simultan*). Analisis data tidak perlu menunggu selesainya pengumpulan data. Data yang sudah terkumpul kemudian langsung dianalisis melalui proses reduksi kemudian ditampilkan, kemudian data yang telah dianalisis tersebut dicek dan diperdalam lagi di lapangan kemudian dianalisis dan ditampilkan. Begitu seterusnya sampai tidak ditemukan informasi (*satured*) yang baru tentang persoalan yang dianalisis, baru kemudian disimpulkan. Proposisi atau kesimpulan itupun perlu dilakukan umpan balik dan dikonfirmasi kepada partisipan sehingga kesimpulan atau proposisi tersebut mendapat pengabsahan.

Adapun instrumen pengumpulan data penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Dalam proses kerja pengumpulan data itu, ada enam metode utama yang dapat digunakan secara simultan, yaitu:

1. Observasi Partisipatif.

Digunakan untuk menggali data atau informasi dari sumber informasi yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, benda, dan rekaman gambar (Sutopo, 2002). Dalam konteks penelitian ini, peneliti atau pengamat sebagai pemeranserta yang bersifat moderat (*moderate participation*), yakni peneliti berada pada posisi seimbang antara sebagai orang dalam dan orang luar.

2. Wawancara mendalam (*in-depth interview*).

Yaitu wawancara dengan informan kunci (*key informant*) untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan mendalam pada aspek tertentu. Data yang diperoleh dari informan kunci melalui wawancara mendalam juga dapat membantu peneliti menginterpretasikan fenomena yang ada. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) tersebut dilakukan terhadap informan kunci baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam aktifitas ekonomi tarekat Shiddiqiyah serta banyak bersinggungan dalam penggunaan dan pengalokasian harta.

3. Analisis *Life Story* (*human document*)

Dipergunakan untuk memperoleh bahan keterangan dari individu (informan) tertentu mengenai “apa yang dialaminya” di dalam masyarakat yang menjadi obyek penelitian. *Life story* dalam penelitian ini digunakan dalam melihat bagaimana reaksi, interpretasi dan pandangan dari dalam terhadap diri masyarakat tertentu. Dengan pemahaman melalui *life story*, peneliti telah dapat memahami detail persoalan yang diteliti dari individu, kelompok, atau masyarakat tertentu yang tidak bisa diperoleh dari interview, observasi, atau lainnya (Bungin, 2003).

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dari sumber-sumber pustaka yang ada baik di daerah Ploso sebagai sentra Tarekat Shiddiqiyah maupun di tempat lain yang mengungkap seputar kegiatan ekonomi tarekat serta kegiatan lain yang berkaitan dengan implikasi pemahaman warga tarekat terhadap makna

harta. Sumber dokumentasi juga dapat berupa foto-foto dan film kegiatan ekonomi dan kegiatan-kegiatan lain yang memiliki dimensi sosial, spiritual, budaya dan politik (dakwah).

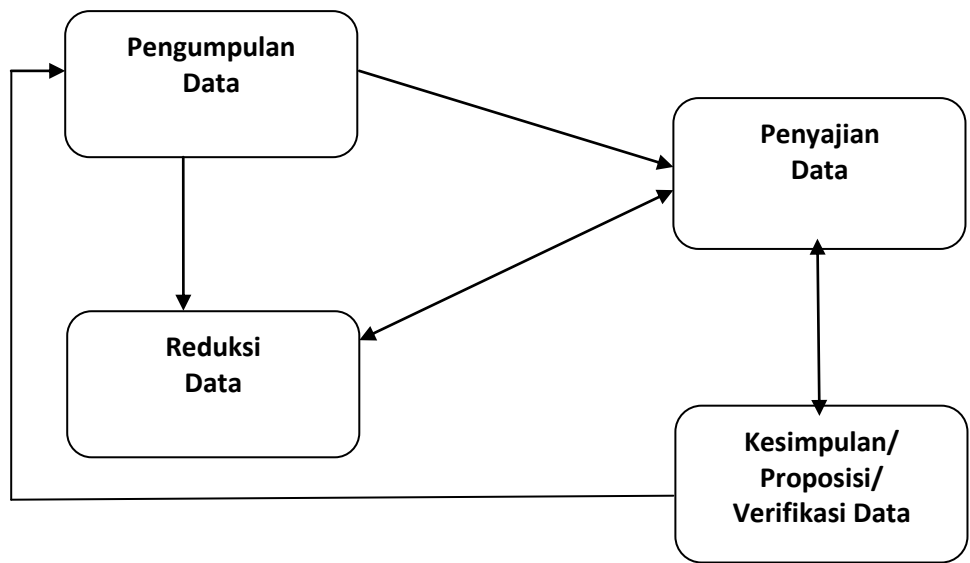
5. Perekaman (*recording*)

Dilakukan terhadap sebagian besar responden dan informan kunci. Caranya adalah dengan merekam berbagai data atau informasi terkait dengan menggunakan alat perekam (MP4, kamera, dan video kamera). Sutopo (2002) mengemukakan bahwa perekaman dalam penelitian kualitatif sangat membantu dalam pengumpulan data, terutama untuk memperjelas berbagai situasi dan perilaku subyek yang diteliti.

6. Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*)

Teknik pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan dengan cara mengumpulkan obyek penelitian (informan) dalam gugus kelompok, kemudian dilakukan interview dan diskusi secara terarah terutama pada aspek-aspek yang masih meragukan dan masih memerlukan pendalaman, konfirmasi ataupun klarifikasi kontekstual. Peneliti sebagai instrumen dalam FGD ini berperan sebagai fasilitator diskusi. Selain untuk mengumpulkan data, teknik ini juga digunakan untuk melakukan cek silang (*cross check*) data sementara yang sudah didapat.

Sedangkan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap; pertama, menemukan gambaran aktifitas ekonomi, sosial, budaya dan politik/dakwah yang terintegrasi dengan kegiatan spiritual warga tarekat Shiddiqiyah, dan bagaimana penghayatan mereka terhadap makna dan fungsi harta dalam kehidupan mereka sehari-hari sehingga bisa menggambarkan rasionalitas ekonomi mereka. Setelah itu peneliti menghubungkan interpretasi data dengan teori induk (*grand theory*). Selanjutnya analisis disusun dan diarahkan pada fokus penelitian untuk disimpulkan dan diverifikasi. Tetapi jika kesimpulan dianggap kurang memenuhi, maka data kembali dikumpulkan dengan sasaran yang sudah terfokus, sehingga analisis dilakukan sebagai suatu siklus sampai penelitian ini selesai.



**Gambar** : Proses Analisis Data Secara Umum  
**Sumber** : Miles dan Huberman (1992)

## BAB VI

### PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Paparan Data

##### 4.1.1 Tarekat Shiddiqiyah dan Perkembangannya

Tarekat Shiddiqiyah adalah salah satu dari 44 tarekat dalam agama Islam yang saat ini ada dan berkembang di dunia. Tarekat Shiddiqiyah merupakan aliran tarekat yang mengajarkan metode atau sistem untuk menanamkan kalimat *Laa ilaha illa Allah* ke dalam jiwa, hati, ruh yang menyehatkan serta membersihkannya dari bermacam-macam penyakit dan kotoran. Tarekat ini dari Muhammad diturunkan melalui sahabat Abu Bakar al-Shiddiq. *Mursyid* Tarekat Shiddiqiyah saat ini adalah Syaikh Muhammad Muchtar bin Abdul Mu'thi – Muchtarullah al-Mujtaba, yang mulai mengajarkan Tarekat Shiddiqiyah sejak tahun 1959, setelah memperoleh izin dan perintah dari *Mursyid*-nya, Syaikh Ahmad Syuaib Jamali al-Bantani.

Kata Shiddiqiyah berasal dari gelar dari Abu Bakar ketika Nabi Muhammad menceritakan tentang pengalamannya didalam Isra Mi'raj kepada umatnya saat itu. Abu Bakar adalah salah satu orang pertama percaya akan kebenaran peristiwa Isra Mi'raj yang dialami Nabi Muhammad. Abu Bakar mendapatkan gelar *Shiddiq* dari Nabi Muhammad, yang artinya membenarkan, percaya atas kebenaran. Momen Isra' Mi'raj Nabi Muhammad SAW. yang jatuh pada tanggal 27 Rajab tersebut selanjutnya diperingati sebagai hari Shiddiqiyah oleh para penganutnya dengan perayaan secara besar-besaran. Tarekat Shiddiqiyah sekarang ini di luar Indonesia sudah punah, dan satu-satunya di dunia hanya terdapat di Indonesia yang berpusat di Jombang, Jawa Timur.

Tarekat Shiddiqiyah didirikan oleh Kyai Moch. Mukhtar ibn Haji Abdul Mu'thi pada tahun 1959 di daerah Ploso Jombang. Kemunculan nama Shiddiqiyah sebenarnya bukan semata-mata keinginan Kyai Muchtar, tetapi atas anjuran gurunya, yaitu Syaikh Syu'aib Jamali al-Bantani. Sebelum tarekat ini resmi dinamakan dengan tarekat Shiddiqiyah, mulanya disebut dengan tarekat Khalwatiyah Shiddiqiyah. Tetapi sejalan dengan perjalanan waktu, maka nama

Khalwatiyah tidak lagi disebut dalam rangkaian nama tarekat tersebut, sehingga menjadi tarekat Shiddiqiyah saja.

Walaupun dalam banyak kasus, nama tarekat selalu diambil dari nama pendirinya, tetapi Kyai Muchtar tidak menamakan tarekatnya dengan nama yang identik dengan nama dirinya, misalnya tarekat “*Muchtariyyah*”, justru beliau menggunakan nama Shiddiqiyah ini dilakukan semata-mata karena sifat *tawadlu'* dan *ta'dhim* pada gurunya yang memang telah berpesan supaya beliau mengganti nama tarekat yang dijarkannya dengan nama Shiddiqiyah.

Kyai Muchtar sendiri pada mulanya tidak hanya mempelajari tarekat dari Syaikh Syu'aib Jamali al-Bantani, tetapi juga telah belajar tarekat *Naqsyabandiyah Khalidiyah*, tarekat *Anfasiyyah*, tarekat *Akmaliyah* dan tarekat *Nuriyyah*. Hanya saja beliau tidak mempunyai izin untuk mengadakan pembaiatan tarekat-tarekat tersebut, kecuali tarekat *Anfasiyyah*, tarekat *Akmaliyah* dan tarekat Shiddiqiyah. Dari ketiga tarekat yang telah dipelajarinya tersebut hanya tarekat Shiddiqiyah yang diajarkan dan dikembangkan sampai saat ini.

Tujuan pengajaran tarekat Shiddiqiyah adalah, pertama: mendidik dan membimbing manusia untuk kenal dan dekat kepada Allah yaitu dengan melalui dzikir baik *dzikir jahr* maupun *dzikir sirri*, Kedua: mendidik dan membimbing manusia supaya bertakwa kepada Allah dengan sebenar-benarnya takwa dengan melalui pelaksanaan ibadah seperti shalat, puasa dan melakukan dzikir. Ketiga: mendidik dan membimbing manusia supaya menjadi hamba yang bersyukur kepada Allah SWT.

Pada perkembangan terakhir ini, tarekat Shiddiqiyah sudah tersebar ke berbagai pelosok tanah air Indonesia bahkan ke negara tetangga seperti Singapura, Malaysia dan Brunei Darussalam. Murid-murid tarekat Shiddiqiyah terus bertambah setiap hari, mereka terdiri dari segala umur, berbagai tingkat sosial ekonomi dan berbagai profesi dan keahlian. Karena pesatnya perkembangan kaum muslimin muslimat yang memerlukan bimbingan pelajaran tarekat Shiddiqiyah, sang *Mursyid* mengangkat wakil-wakil beliau yang disebut Kholifah yang bertugas mewakili *Mursyid* memberikan bimbingan pada murid-murid Shiddiqiyah di



seluruh penjuru nusantara. *Khalifah* yang pertama diangkat adalah Slamet Makmun, sebagai murid pertama, kemudian diikuti Duchan Iskandar, Sunyoto Hasan Achmad, Ahmad Safi'in, Saifu Umar Achmadi, Muhammad Munif dan lain-lain hingga lebih dari 40 orang *khalifah*.

Pada periode tahun 1980-1991 pengikut tarekat Shiddiqiyah semakin berkembang, hanya saja jumlah yang pasti tidak dapat diketahui. Pada tahun 1991 jumlah anggota tarekat Shiddiqiyah di kecamatan Ploso diperkirakan sudah lebih dari 10.000 orang. Pada periode ini ada seorang yang diangkat menjadi *khalifah* yaitu Tasrichul Adib Aziz. Pada waktu diangkat menjadi *khalifah*, beliau berumur 36 tahun. Mengenai jumlah murid di seluruh Indonesia pada periode ini diperkirakan 1.000.000 (satu juta orang). Murid-murid ini tersebar di seluruh Indonesia terutama di daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, DIY dan DKI Jakarta. Pada saat ini tercatat 40 *khalifah*, dengan sebaran sebagai berikut: Jombang 13 orang, Nganjuk 2 orang, Kediri 1 orang, Malang 3 orang, Gresik 1 orang, Lamongan 1 orang, Banyuwangi 1 orang, Kota Surabaya 1 orang, Bojonegoro 1 orang, Jepara 2 orang, dan di Palembang 1 orang.

Pada tahun 1996 tarekat Shiddiqiyah mendapatkan pengakuan yang sangat berarti dari pemerintah Jawa Timur yaitu dengan dicantumkannya tarekat Shiddiqiyah pada buku Gerakan Kembali ke Desa (GKD) pada sampul belakang yang meliputi Nama Yayasan Pendidikan Shiddiqiyah (YPS), foto *mursyid* tarekat Shiddiqiyah, nama-nama cabang YPS sebanyak 42 cabang serta tulisan 8 kesanggupan. Pengakuan keberadaa pusat tarekat Shiddiqiyah tersebut tentu saja disambut dengan gembira oleh warga tarekat Shiddiqiyah dan dijadikan sebagai motivator untuk berusaha memajukan tarekat Shiddiqiyah.

Pada tahun 2004 ketika terjadi kongres pertama organisasi Shiddiqiyah (Orshid) diperkirakan pengikut tarekat Shiddiqiyah sudah mencapai 6.000.000 orang (enam juta orang), sedangkan pada tahun 2011 (Munas Orshid ke -3) diperkirakan jumlah warga Shiddiqiyah sekitar 10.000.000 (sepuluh juta orang) yang tersebar di seluruh Indonesia, tetapi jumlah ini juga sebatas perkiraan, sebab tidak ada catatan pasti yang tersip. Sedangkan *khalifah*-nya sudah berjumlah sekitar 40 orang yang tersebar di daerah Jombang, Bojonegoro, Nganjuk, Malang,

Surabaya, Jepara dan daerah-daerah lain di seluruh Indonesia. Jumlah tersebut semakin meningkat seiring dengan pembaiatan yang senantiasa terjadi baik di pusat maupun berbagai daerah. Hanya saja memang agak kesulitan untuk menghitung jumlah pastinya, pendataan jumlah anggota belum dilakukan secara menyeluruh. Namun, belakangan ini organisasi Shiddiqiyah sebagai organisasi terbesar tarekat Shiddiqiyah memulai usaha untuk menertibkan administrasi tarekat Shiddiqiyah di antaranya pemberian kartu anggota.

#### **4.1.2 Unit-Unit Usaha Tarekat Shiddiqiyah**

Terdapat beberapa jenis produk yang diasosiasikan kepada tarekat Shiddiqiyah, di antaranya adalah pabrik air minum Maaqo, produksi kerajinan tangan, perusahaan Mufasufu Sejati Jaya Lestari sebagai Mitra Produksi Sigaret (MPS) dengan PT. HM. Sampoerna, Yusro Hotel, Yusro Alfamart, Majalah al-Kautsar, dan Madu al-Kautsar, serta Rumah Makan Yusro. Dalam hal ini, akan dipaparkan empat jenis unit usaha yang dianggap paling menonjol, yaitu: produksi air minum Maaqo, produksi sigaret MPS, Yusro Hotel, dan produksi kerajinan tangan baik yang berkaitan dengan sejarah berdirinya, sekilas tentang kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi dan dampaknya terhadap masyarakat. Semua itu bertujuan untuk membantu dalam memahami bahwa empat jenis unit usaha tersebut merupakan kegiatan ekonomi yang paling efektif dan meningkat kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Di sisi lain, sejarah berdirinya masing-masing unit sangat penting untuk mengungkap beberapa ajaran Shiddiqiyah yang bisa mendorong kegiatan ekonomi tersebut, bagi warga Shiddiqiyah khususnya dan warga sekitarnya pada umumnya. Dari paparan tersebut diharapkan bisa memberikan gambaran bahwa tarekat Shiddiqiyah merupakan salah satu tarekat yang intens dan aktif dalam pengembangan ekonomi.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Internalisasi Modal Sosial dan Modal Spiritual dalam Perilaku Bisnis**

#### **Warga Tarekat Shidiqiyah**

Sebagaimana dijelaskan pada pembahasan sebelumnya bahwa rasionalitas dalam Islam yang memposisikan individu bukan hanya semata-mata sebagai makhluk ekonomi (*homo economicus*), namun juga sebagai makhluk sosial dan spiritual yang selama ini dikonsepsikan dengan istilah *homo islamicus*. Selanjutnya rasionalitas *homo islamicus* menuntun individu bahwa setiap capaian tujuan dan keberhasilan bukanlah semata-mata merupakan hasil upaya individu masing-masing, namun juga cerminan dari limpahan rahmat Allah SWT. (QS. 62:10) dan tidak lepas dari peran serta individu yang lain (QS. 28:77). Dalam konteks demikian, peran modal spiritual dan modal sosial tidak bisa diabaikan begitu saja dalam membentuk rasionalitas individu, yaitu rasionalitas dalam mengambil keputusan untuk mencapai setiap tujuannya, apalagi dalam konsep *homo islamicus*, individu dipersepsikan sebagai *khalifah*. Menurut Qardlawy (2001), hakekat individu sebagai *khalifah* adalah individu sebagai penerima mandat sehingga segala perilaku dan tindakan ekonominya selalu dipengaruhi bahkan sangat terikat dengan nilai-nilai yang telah digariskan secara langsung oleh sang pemberi mandat (Allah SWT.) atau melalui utusannya (Rasulullah SAW.).

Dalam praktek mereka sehari-hari, warga Shiddiqiyah meyakini bahwa untuk mencapai kesuksesan termasuk kesuksesan seseorang dalam mencari rizki atau harta tidak hanya ditentukan oleh upaya dan kerja keras seseorang namun lebih dari itu mereka selalu berpedoman dengan prinsip “Atas Berkat Rahmat Allah SWT”. Artinya, semua harta dan kekayaan yang didapatkan dan dimiliki oleh manusia tidak hanya semata-mata datang dari dalam dirinya sendiri, namun juga datang dari “kekuatan luar” baik itu disadarinya atau tidak, sehingga tidak mengherankan mereka menempuh berbagai macam cara yang diyakininya bisa membantu meraih kekayaan atau harta sebagaimana yang mereka inginkan. Di antara cara-cara yang mereka yakini bisa menambah harta mereka adalah: bekerja keras, berdoa, bershilaturahmi, menjalankan “amalan” dari sang Murysid, dan banyak bersedekah. Berikut ini pengalaman sebagian warga Shiddiqiyah dalam

rangka menggapai kesuksesan dalam bisnis mereka sehingga menjadikan mereka sebagai sosok “hartawan” di kalangan warga Shiddiqiyah:

#### **4.2.2 Pengalaman Bisnis Warga Shiddiqiyah**

##### **Pengalaman Ramu Surachman**

Banyak orang menganggap meniti sukses dalam bisnis perlu dukungan modal yang cukup. Namun kenyataan tidaklah mutlak demikian, adakalanya mereka yang sukses justru membangun bisnisnya dari nol, atau berlatar belakang keluarga sulit. Ada pepatah mengatakan jangan silau melihat kesuksesan seseorang hari ini, tapi lihat liku-liku dan keuletan yang dulu dilalui dengan susah payah. Nama Ramu Surachman mungkin sudah tidak asing lagi di kalangan warga Shiddiqiyah. Beliau adalah Ketua Yayasan Pendidikan Shiddiqiyah (YPS) Pusat yang saat ini tengah getol mengembangkan pendidikan *Bustan Tsamrotul Qolbis Salim* (BTQ = TPQ nya warga Shiddiqiyah) di tanah air. Selain sebagai sosok petinggi YPS, beliau adalah seorang pengusaha sukses di bidang *outsourcing*, penjualan tenaga kerja yang melayani permintaan jasa dari berbagai perusahaan besar di Indonesia. Saat ini jumlah karyawan di bawah kendalinya mencapai 15 ribu orang. Ini belum lagi usaha bidang lain yang terus menggurita.

Lahir pada 22 Februari 1955 di Desa Trayang, Kertosono, Nganjuk, Ramu adalah adalah putra pertama dari lima bersaudara. Ibunya seorang petani dan ayah seorang prajurit. Usia 12 tahun dia ikut pindah ke Surabaya. Sang ayah menikah lagi dan dari istri kedua lahir 7 anak. Semasa kecil Ramu biasa tidur di masjid. Ia merasa lebih nyaman daripada harus berjubel di rumah yang sempit dengan 12 saudara, apalagi di rumah itu juga tinggal keluarga sang paman. Meski berperang dengan kondisi ekonomi yang sulit, Ramu berhasil melanjutkan pendidikan hingga perguruan tinggi dan merajut kerajaan bisnisnya. Berbekal ilmu di bangku kuliah itu, Ramu yang awalnya hanya seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS) itu berprestasi pas-pasan, namun penghasilan yang pas-pasan tersebut mendorong Ramu untuk mencari tambahan penghasilan dari sumber yang lain. Jadi sopir peralatan berat, bulldozer, *forklift*, dan sebagainya dilakukan di luar jam dinas. Dari beragam pekerjaan yang digelutinya itu, lalu mengerucut dan terfokus pada beberapa usaha saja. Jalan pun kian mulus, usahanya terus membesar.

Setidaknya ada tiga prinsip penting yang dipakai dalam merintis usaha, kata Ramu mulai membeberkan rahasia suksesnya. Tiga kunci tersebut adalah cita-cita, kepercayaan dan doa. Untuk mengawali menjadi pengusaha sukses, pertama kali harus berani bermimpi, maksudnya berani bercita-cita. Sebab hidup tanpa cita-cita seperti daun jatuh di atas air, bergerak tak tentu arah. Misalnya ingin mencapai gunung yang tinggi, sejak dini harus mempersiapkan berbagai keperluan yang dibutuhkan dalam perjalanan. Mengumpulkan informasi, memperbanyak koneksi dan lainnya. Setelah itu menentukan tahapan dan diukur dengan kemampuan. Baginya hal ini sangat penting, jangan sampai seseorang mengambil suatu pekerjaan di luar batas.

Yang kedua, menjadi orang yang bisa dipercaya. Dalam berbisnis, kepercayaan mutlak diperlukan. Menciptakan kepercayaan relasi bisnis sebaik-baiknya walaupun keuntungan yang diberikan mungkin amat kecil nilainya. Maka jika kepercayaan itu dapat terjaga dengan baik, rejeki akan mengalir dari sumber yang lain. Ketika seseorang puas dengan sebuah pekerjaan atau pelayanan yang diberikan, dia akan memberikan pekerjaan atau proyek lain yang mungkin ada keuntungan lebih besar, dan seterusnya nama baik itu juga akan dicari banyak orang. Lebih jauh lagi menurut Ramu, sebaiknya hubungan dengan para pelanggan jangan hanya sebatas bisnis semata tapi harus ditingkatkan menjadi hubungan persaudaraan.

Menjaga hubungan baik tidak hanya terhadap relasi perusahaan saja tapi terhadap karyawanpun harus diperhatikan. Sebagaimana sering kali disampaikan sang *Mursyid*, pengusaha itu kaya dari segi harta tapi miskin tenaga. Sisi lain, karyawan kaya dari segi tenaga tapi kekurangan harta. Masing-masing mempunyai hak dan kewajiban yang harus dijalankan. Jadi cara menyikapinya, hubungan harus dijaga seharmonis mungkin agar kedua pihak terus berjalan. Kalau misalnya kepercayaan ternodai maka reputasi pebisnis bisa hancur. Orang yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan biasanya akan menyampaikannya kepada orang lain sehingga tak mustahil pintu rejeki akan tertutup nantinya, dan kalau nama baik sudah hancur akan sulit diperbaiki.

Yang ketiga adalah doa. Sesuai pengalaman pribadi Ramu Surahman, kesuksesan usaha itu terkait erat dengan pengaruh doa dan sulit dibayangkan usaha

bisa bertahan apalagi berkembang tanpa ditopang dengan doa. Selain berdoa sendiri seperti diajarkan Shiddiqiyah, juga doa keluarga dan yang paling dominan adalah doa sang guru (*mursyid*), khususnya pada moment kegiatan *isti'ana* (kegiatan doa bersama yang dipimpin oleh sang *mursyid*). Seperti yang dialaminya ketika memulai usaha di bidang *outsourcing* yang awalnya hanya 5 orang. Tapi karena hasilnya memuaskan dan kepercayaan itu dapat terjaga lalu berkembang.

Suatu saat Ramu Surahman menghadap sang *Mursyid*, dan menceritakan ada tawaran dari sebuah perusahaan untuk menyediakan tenaga *security* (satpam), lalu beliau bertanya kepada Ramu berapa banyak ia bisa mengendalikan tenaga kerja. Ia menjawab 500 orang. Beliau lalu mendoakan dan menganjurkan untuk aktif mengikuti kegiatan *isti'ana* dan kontrak kerjapun dengan perusahaan berjalan lancar. Setelah itu peluang permintaan tenaga kerja masih terbuka lebar tapi rasanya ia tak bisa lagi menambah karyawan. Kemudian ia menghadap sang guru lagi, didoakan lagi dan bertambah menjadi 750 orang. Demikian seterusnya hingga sekarang jumlah karyawannya banyak sekali. Dalam tahapan itu, menurut Ramu sepertinya sang *Mursyid* tahu betul kemampuannya. Sebab jumlah karyawan banyak belum tentu bisa berjalan aman tanpa didukung manajemen yang baik.

Usaha bidang jasa itu tidak mudah, banyak orang yang mengakui. Tidak seperti jualan barang, begitu terjadi transaksi urusan selesai. Bisnis jasa tenaga manusia sebaliknya. Sekarang orangnya baik, bisa dipercaya, tapi begitu dipekerjakan bisa berubah. Karena sering melihat tumpukan uang besar awalnya orang baik tapi lama-lama bisa jadi pencuri. Bahkan Ramu meyakini kalau ribuan karyawannya itu hakekatnya sang *Mursyid* yang mengendalikan, makanya aman, tak ada masalah. Sehingga, tidak mengherankan apabila Ramu Surahman dengan rendah diri menyatakan bahwa kesuksesan bisnisnya selama ini banyak disebabkan oleh doa sang *Mursyid*, sambil menasehati generasi muda ia menyatakan:

“Terus terang yang paling dominan dalam bisnis saya adalah pengaruh doa sang guru. Walaupun begitu, jadi murid itu juga jangan mau enak saja. Kalau ada maunya datang minta tolong. Sejak menjadi murid Shiddiqiyah saya berusaha selalu mendekat, dalam arti siap menerima perintah. Ada beberapa tugas yang dipercayakan kepada saya dan sekarang ini, salah satu contohnya, menjadi ketua YPS. Untuk generasi muda saya berharap pandai-pandailah menangkap peluang usaha, dan menjadi wirausahawan yang sukses. Ingat di dalam diri kita ini ada raksasa besar. Kalau

dibangunkan maka akan muncul ide-ide besar yang bisa menciptakan usaha besar. Terus berusaha dan berdoa. Jangan takut melangkah!”.

### **Pengalaman Jolik Siwi**

Banyak orang menginginkan menjadi pengusaha sukses tapi nyatanya tidak sedikit yang gagal walaupun dia telah menempuh dengan berbagai cara. Meski begitu, mayoritas pengusaha mengaku memiliki cara-cara tertentu yang diyakini menjadi faktor penting yang dapat mengantarkan kesuksesannya. Pada prinsipnya selalu ada tips atau rahasia di balik kesuksesan seseorang. Misalnya pengusaha Jolik Siwi, seorang warga Shiddiqiyah yang percaya kesuksesannya antara lain karena keikhlasan sedekah. Ia menceritakan:

“Dulu saya berpatokan firman Allah, “Barang siapa beramal satu biji maka akan dibalas 7 biji dan masing-masing biji akan beranak pinak sampai seratus. Yang kedua, suatu saat saya mendengar *Mursyid* menerangkan sebuah hadits yang artinya jangan kamu berharap mendapatkan lebih banyak dari apa yang kamu berikan. Itu saya terapkan,” ungkapnya membeberkan rahasia suksesnya.

Dari pengalaman menterjemahkan ‘pegangan’ di atas, Jolik Siwi mengaku amal yang dilandasi karena *lillahi ta’ala* mendapat balasan dari Allah yang besar. Beliau menceritakan pengalamannya:

“Masya Allah balasannya di luar dugaan, besar sekali!, Malahan balasan itu juga datang dalam waktu tidak lama. Setelah memberi atau bersedekah, dalam hitungan 3 sampai 4 hari balasan itu langsung datang,” imbuhnya.

Dia mencontohkan balasan itu antara lain seperti mendapat tanah, mobil dan sebagainya. Dia menegaskan pengalaman itu adalah realita yang sudah terbukti. Bahkan, pada saat orang lain banyak mengalami masa *paceklik*, susah cari tanah Jolik Siwi malah seperti “*diglondongi*”, hampir tiap hari ada orang datang menjual tanah pada dirinya. Selanjutnya ia mengatakan:

“Semua karena atas berkat rahmat Allah yang maha kuasa, bukan karena Jolik Sakti. Karena hati orang yang kita beri sedekah senang dan itu menjadi doa bagi orang yang bersedekah,”

Pengusaha kuningan ini mengaku omsetnya per bulan memang tidak sebesar pengusaha lain. Per tahun omset penjualannya berkisar Rp. 10 M atau sekitar Rp. 800 juta lebih tiap bulan. Tapi yang lebih penting baginya, usahanya terus berputar dan tak pernah sepi dari pesanan walaupun musim bisnis kadang kurang bersahabat. Dilihat dari peta persaingan para pebisnis di daerahnya, nama Jolik cukup diperhitungkan. Selain rahasia sedekah ada juga hal lain yang dijadikan pegangan, yaitu menghargai waktu, salah satu ajaran delapan kesanggupan bagi murid Shiddiqiyah yang diaplikasikan dengan cara tidak menggunakan waktu hanya untuk santai-santai. Di samping shilaturrahmi dan doa berjamaah juga diakui berperan penting.

Selain alasan di atas, untuk mengembangkan sayap usahanya, Jolik juga terus berusaha mencari terobosan di bidang yang lain. “*Jangan berhenti, bermimpilah setinggi langit,*” ujar kepala keluarga ini yang selalu berusaha menghindari pertengkaran karena dipercaya dapat mengusir rejeki. Belakangan ini Jolik tengah membuat usaha menanam 1500 pohon Jabon di atas lahan seluas 12 Ha. Bisnis kayu ini dipercaya memiliki prospek yang cukup cerah. Untuk menekan biaya perawatan pohon, dia bahkan telah menemukan pupuk kompos yang kualitasnya dinilai lebih baik dan efisien.

Namun dari uraian rahasia di atas dia menyimpulkan keberhasilannya lebih karena *Mursyid* tarekat Shiddiqiyah. “*Tanpa beliau usaha saya bukanlah apa-apa,*” terangnya. Pengakuan ini disadari karena perubahan yang luar biasa itu terjadi setelah dia bertemu ajaran Shiddiqiyah dan aktif mengikuti kegiatan-kegiatannya seperti *isti’anah*, *kautsaran*, *menerapkan budaya 3 S* (sedekah, santunan dan shilaturahim) dan lain-lain. Sebelum itu bisnis Jolik tergolong sulit berkembang. Sebagai wujud syukur dari kelestarian usahanya ini dia gunakan sebagian hartanya untuk turut berperan mendukung berbagai program Shiddiqiyah termasuk pembangunan *Jami’atul Mudzakkirin*.

### **Pengalaman Fatchurrahman**

Seperti pesan sebuah iklan produk minuman, untuk memotifasi orang agar mampu melaksanakan sesuatu, *Khalifah* Duchan Iskandar berpesan kepada putra pertamanya, Fatchurrahman untuk melanjutkan perjuangan Shiddiqiyah kelak di



kemudian hari. Saat itu *Khalifah* Duchan tengah membangun Pesantren Jati Pitu Kuncung Ngoro Jombang dan melihat perlu tambahan tanah yang luas. “*Kamu pasti bisa melanjutkan!*,” kata Fatchur menirukan pesan ayahanda ketika itu. Fatchur tak menduga bisa melaksanakan amanat tersebut, melihat keadaannya saat itu tak berpencaharian.

Namun dua tahun sepeninggal *khalifah* Duchan, tanda-tanda kemampuan itu mulai nampak. Tahun 1998 terbuka pintu kesejahteraan. Sejumlah sumber kelimpahan rizki mengalir dan terus membesar. Saat ditanya kunci suksesnya, mantan Ketua DPW Orshid Jawa Timur ini awalnya mengaku memperoleh dari apa yang di”*dhawuh*”kan *al-Mukarrom* Kyai Moch. Muchtar Mu’thi, agar selalu melakukan *birrul walidaian* (berbakti kepada orang tua). Dia menambahkan, berbuat baik kepada kedua orang tua itulah yang bisa memudahkan dalam urusan apapun. Juga terus berdo’a dan *washilah* tidak pernah putus. Sebab manusia dari alam gelap kandungan ke alam dunia melalui orang tua dan ridlo orang tua adalah ridla Allah SWT. Konsep itu sampai sekarang terus diterapkan.

“Alhamdulillah usaha sambil doa sedikit-sedikit terbuka, meski saya tidak begitu keras bekerja tapi kok sudah bisa mencukupi keluarga, sarana bangunan dan perjuangan. Akal saya sendiri tidak mampu menganalisanya.”

Selain kunci pertama itu, Direktur Utama PT. Perdula-MPS Ngoro Jombang ini mempunyai surat ‘andalan’ yang tak pernah ditinggalkan: perbanyak bacaan surat An-Nashr dan Al-Qodar. Di dalam Al-Qur-an surat An-Nashr, terdapat kalimat datangnya pertolongan Allah, *Nashrullahi wal Fath*, yang ketika pertolongan Allah dan kemenangan itu datang harus disambut dengan cara yang benar: bertasbih (*subhanallah*), *alhamdulillah*, *astaghfirullah*, sebagaimana pesan sang *Mursyid*.

“Karena kalau sudah disediakan seperti ini, disandarkan ke Yang Maha Baqa’ (abadi), insyaallah lestari. Kalau disandarkan karena aku yang bisa, itu rusak,” Bukankah Allah berfirman: “*Maa indakum yanfad wamaa indallahil baq*”. “Apa-apa yang di sisi kamu itu binasa dan apa-apa yang disandarkan kepada Allah yang baqa’.”

Ketiga, pria yang dipercaya menjadi Ketua Kadin Jombang ini juga sangat menekuni surat Al-Rahman dan Al-Waqi'ah yang diamalkan tiap setelah Shubuh dan setelah Maghrib sejak masih belajar di bangku Madrasah Ibtidaiyyah sampai Perguruan Tinggi.

“Mungkin buahnya didatangkan sekarang ini, diberi kelonggaran ekonomi, dikuras ini, mengalir sini,” Di situ, *laa maqtu'atin walaa mamnu'ah*. Tidak putus-putus,”

Konsekwensi pada posisi demikian disikapi Fatchur dengan sikap istiqomah dan selalu mendekat serta mengikuti program sang *Mursyid*. “*Jangan putus*”, pungkasnya bersungguh-sungguh.

### **Pengalaman Kamal Musthofa**

Mengawali kisah kesuksesan bisnisnya, Kamal Mustofa menegaskan bahwa setelah mengikuti tarekat Shiddiqiyyah, ia dan keluarganya merasa lebih tenang karena sekarang tahu di mana posisi sebagai pengusaha yang seharusnya. Menurutnya pengusaha yang mengerti posisi, seharusnya tidak mengejar keuntungan pribadi dan keluarga saja tapi bagaimana memperhatikan kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar agar bisa meningkat. Jika tidak bisa, menurut Kamal, pengusaha tersebut berarti belum berhasil. I'tikad untuk berbagi keuntungan itu tambahnya juga turut menjadi faktor yang menentukan apakah usaha seseorang akan sukses dan lestari atau tidak, yang dimaksud dengan lestari di sini adalah manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat banyak (berkah). Pandangan Kamal tersebut diakuinya karena *Mursyid* Shiddiqiyyah telah mengajarkan cara menempuh hidup sukses dunia akhirat, di bidang ekonomi misalnya yang jika hal itu dijalankan secara benar, murid Shiddiqiyyah akan bisa meraih hidup sukses, bukan hanya sukses saja, tapi juga lestari.

Menekuni bisnis bersama keluarga sejak puluhan tahun yang lalu Kamal memang tidak mengandalkan satu bidang usaha saja, sektor pertambangan dan pabrik kertas juga telah digarap sejak beberapa tahun lalu. Sedang bisnis utamanya, perusahaan rokok kini bahkan sudah menjelma menjadi dua perusahaan. Beberapa merek rokok seperti Asia, Asia Master, Madja, Madja Urban Park, Madja Premier, Filtro, Filtro Maxx, dan Filtro Nasional sudah beredar di pasaran dan mulai di kenal

masyarakat secara luas. Omset dari sejumlah cabang bisnis itu dalam beberapa tahun terakhir melesat sepuluh kali lipat. Menurut pengakuannya, capaian ini sebagian besar adalah karena dia mengikuti ajaran tarekat Shiddiqiyah.

“Alhamdulillah, setelah *bai’at* ikut tarekat Shiddiqiyah saya merasa lebih dekat dengan agama, dan saya merasakan segalanya terbuka dengan mudah dalam urusan bisnis saya, apalagi Pak Kyai (Muchtar) sering memberikan “amalan-amalan” yang membuat saya yakin pada prinsip Atas Berkat Rahmat Allah Yang Maha Kuasa”.

Menurutnya, untuk mencapai bisnis yang sukses itu bukan hal sulit. Banyak orang yang mengalami kesuksesan, tapi tidak sedikit pula yang kesuksesannya itu tidak bertahan lama dan ujung-ujungnya jatuh bangkrut. Agar kegagalan bisa dihindari ia menerapkan berbagai sistem manajemen mulai dari sisi lahiriyah maupun bathiniyyah. Ia menerapkan berbagai pelajaran yang telah diterima dari sang *Mursyid* untuk menopang bisnisnya, baik dari sisi usaha maupun doa. Dalam hal doa misalnya, ia selalu memperhatikan “uang barokah” dan melaksanakan doa *kautsaran* rutin tiap minggu di perusahaannya bersama orang-orang tertentu. Dari sisi lahiriyah dia juga menerapkan manajemen perusahaan seperti layaknya, sistem manajemen yang sehat dan kuat selalu diperhatikan. Menurutnya, besar kecilnya perusahaan tidak bisa menjadi ukuran, tapi kondisi manajemenlah yang menentukan. Perusahaan besarpun akan roboh kalau manajemennya lemah, dan sebaliknya usaha kecil bisa menjelma menjadi raksasa bila manajemennya kuat. Selain itu, hubungan perusahaan dengan karyawan adalah kesatuan yang harus dijaga, akan lebih baik jika karyawan tidak ditempatkan sebatas pekerja. Sekat pembatas antara pengusaha dan karyawan harus dilepas sehingga karyawanpun merasa turut memiliki dan bertanggungjawab terhadap kelangsungan perusahaan tempat ia bekerja

Selain itu ternyata dia juga memegang kuat beberapa pesan spiritual, dari sang *Mursyid* misalnya agar menyandarkan segala sesuatu pada Atas Berkat Rahmat Allah Yang Maha Kuasa, dan sebuah pesan yang diterima dari Moch. Subchi Azal (putra sang *Mursyid*) mengenai sikap dalam belajar kepada ulama tashawuf agar *sami’na wa atho’na*, mendengar dan mentaati semua perintah dan program guru. Walaupun pesan kedua ini tidak mudah, namun dia memahaminya dengan berusaha menurut kemampuan.

#### 4.2.3.1 Dimensi Modal Spiritual dan Modal Spiritual dalam Perilaku Bisnis Warga Tarekat Shiddiqiyah

##### Makna Bekerja: Refleksi Ibadah dan Jihad

Sebagaimana disebutkan dalam pembahasan sebelumnya, bahwa bagi warga Shiddiqiyah bekerja merupakan sebuah keharusan. Dikatakan demikian karena satu-satunya jalan untuk menjadikan orang yang mandiri secara ekonomi sehingga terhindar dari jiwa meminta-minta dan menggantungkan kepada orang lain adalah dengan bekerja keras, apalagi untuk bisa melaksanakan ciri khas dan budaya Shiddiqiyah, S3 (sedekah, santunan, dan shilaturahim) juga tidak bisa dilepaskan dari harta sehingga mereka harus bekerja dan berupaya untuk mendapatkannya. Bahkan sang *Mursyid* (Kyai Muchtar) mengategorikan bekerja dan berjuang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi merupakan bagian dari *jihad* yang ada dalam Islam untuk menjadi *insan* yang mandiri, bisa berbagi rizki dan pantang meminta-minta kepada orang lain. Berkaitan dengan *jihad* untuk membangun perekonomian tersebut, Kyai Muchtar menegaskan bahwa *jihad* dalam kategori ini membutuhkan tri tunggal, yaitu: kemauan yang kuat, rasa kemampuan, dan tenaga kemampuan. Ibaratnya membangun rumah, beliau mengatakan:

“Jihad itu membutuhkan tri tunggal, pertama: kemauan yang kuat, misalnya mau membangun rumah, walaupun sudah ada material, uang banyak, tenaga, tapi kalau kemauan tidak ada maka bangunan pun tak akan jadi. Unsur yang kedua rasa kemampuan, walaupun kemauan ada tapi tidak ada rasa kemampuan maka kemauan itu akan mati. Misal, kadang ada orang belum bekerja tapi kemauannya sudah melemah, hilang. Untuk mengatasinya harus ada sugesti yang kuat, harus ada kemampuan. Unsur ketiga tenaga kemampuan, ini mengenai teknis (keahlian). Walaupun ada kemauan kuat, ada rasa kemampuan, tapi tenaga kemampuan tidak ada maka rumah yang akan dibangun itu juga tak akan jadi. Jadi harus memiliki tiga syarat: kemauan, rasa kemauan, dan tenaga kemampuan”.

Yang dimaksud dengan rasa kemampuan sebagaimana yang ditegaskan oleh Kyai Muchtar tersebut bukan perasaan yang muncul secara tiba-tiba, namun harus dianggap sebagai sugesti bahwa ia harus mampu menjalankannya. Perintah memiliki sugesti ini sebagaimana tersebut dalam al-Quran: “*Dan berbuat baiklah*

*kamu sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada-Mu*” (QS. 28:77). Berdasarkan logika, mungkinkah manusia bisa berbuat baik sebagaimana Allah SWT. berbuat baik kepada manusia?. Tidak mungkin, namun kalau tidak mungkin, mengapa Allah memerintahkan sesuatu yang tak mungkin dilakukan manusia? Jawabnya adalah bahwasanya perintah tersebut bukan dalam arti yang sebenarnya, tapi mengandung makna sugesti agar manusia memiliki rasa kemampuan sehingga kemauan yang ada dalam dirinya tidak mati.

Selanjutnya menurut Kyai Muchtar, kalau sudah lengkap dan dipraktekkan manusia akan bertemu dua ujian: ujian gagal dan ujian berhasil. Menghadapi salah satu ujian itu kalau tidak hati-hati, manusia juga bisa terpeleset, terjebak. Dua ujian itu dalam al-Quran disebut *hasanat* dan *sayyiat*, ujian yang menggembirakan dan ujian yang menyedihkan. Ujian *hasanat* bisa membuat lupa diri dan sombong, sedang ujian *sayyiat* bisa menjerumuskan manusia jatuh pada putus asa, stress dan sebagainya. Baik kesombongan dan putus asa kedua-duanya akan membuat manusia kafir, untuk itulah apapun hasilnya dalam bekerja baik kesuksesan maupun kegagalan harus disandarkan kepada prinsip “Atas Berkah Rahmat Allah” agar manusia selamat dari dua ujian tersebut. Beliau mengatakan:

“Lalu bagaimana agar kita selamat dari dua ujian itu? Alhamdulillah, kita sudah diberi pedoman oleh para pendahulu bangsa seperti diabadikan dalam alenia ketiga konstitusi Negara kesatuan Republik Indonesia. Bunyinya: Atas Berkah Rohmat Allah Yang Maha Kuasa dan dengan didorongkan oleh keingginan luhur supaya berkehidupan kebangsaan yang bebas maka rakyat Indonesia menyatakan dengan ini kemerdekaannya”.

Menurut sang *Mursyid*, itu merupakan pengalaman yang sangat besar bangsa Indonesia, pedoman besar ini didasari pengalaman panjang para pendahulu dalam memperjuangkan kemerdekaan negara Indonesia. Sekitar 434 tahun, dengan pengorbanan jiwa, raga dan harta yang begitu hebat, mengalami kegagalan demi kegagalan, mulai dari Sultan Agung Mataram, Sultan Tirtoyoso Banten dan sebagainya, dan setelah mencapai ratusan tahun perjuangan itu akhirnya berhasil. Prinsip tersebut benar-benar ditanamkan kepada semua warga Shiddiqiyah, sampai-sampai kop (kepala) surat Shiddiqiyah selalu diawali dengan tulisan: Atas Berkah Yahmat Allah Yang Maha Kuasa”, yang memberikan makna apabila

berhasil pernyataan pada kop surat itu menunjukkan ungkapan sopan santun dan kalau belum berhasil maka harus sabar dan ulet.

“Jadi ini harus dilaksanakan murid Shiddiqiyah dengan sungguh-sungguh. Kita berusaha sungguh-sungguh mewujudkan perekonomian Shiddiqiyah dengan usaha dan bekerja. Ini juga sesuai dengan dasar dan tujuan negara. Dasar negara ada lima, tujuan negara juga ada lima. Jangan dasarnya saja dihafalkan, tujuan negara juga tidak boleh dilupakan agar tidak menyimpang”.

Sebagaimana diungkapkan oleh Triono, dalam acara pengajian dan *mau'idhah hasanah*-nya Kyai Muchtar juga seringkali menyinggung masalah kewajiban bekerja dalam Islam dengan beberapa ajaran Rasulullah SAW. yang menyatakan keutamaan orang yang makan dari jerih payahnya sendiri seperti yang dilakukan oleh para nabi, sebagaimana diriwayatkan dalam sebuah hadits:

عَنِ الْمِقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَكَلَنْتُ أَحَدًا طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

“Dari al-Miqdam (bin Ma'di Karib) bahwasanya Rasulullah SAW. bersabda: “Tidaklah sama sekali seseorang dari kalian memakan makanan yang lebih baik daripada ia memakan hasil kerjanya sendiri. Dan sungguh Nabi Dawud as.makan dari hasil kerja tangan sendiri”. (HR Bukhari: 1930, Ibn Majah: 2129 dan Ahmad: 16552, 16560)

Keutamaan seseorang yang makan dari jerih payahnya sendiri telah diterangkan dalam banyak hadis Nabi SAW, sedangkan dalam hadis ini lebih ditegaskan bahwa Nabi Dawud as pun bekerja sendiri untuk mencari makannya. Apa yang dilakukan oleh Nabi Dawud as. ini jauh berbeda dengan banyak kejadian di tengah-tengah masyarakat kita. Banyak kita dapati orang-orang berpangkat atau ahli-ahli agama yang malas bekerja sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Mereka membebankan kepada pengikutnya atau masyarakatnya membayar dana tertentu untuk belanja hidup mereka. Sehingga bukan ahli-ahli agama tersebut menjadi contoh yang baik untuk menjadikan orang tekun bekerja sendiri, bahkan memupuk rasa malas dan bergantung kepada orang lain.

Contoh perbuatan Nabi Dawud as. disebut oleh Rasulullah SAW. di sini untuk mendorong semangat kerja dan menanamkan jiwa berdikari kepada setiap muslim. Dengan semangat dan jiwa seperti yang dimiliki Nabi Dawud as ini, maka diharapkan akan tercipta kesejahteraan dan kemakmuran di dalam masyarakat kita dengan cepat. Islam sangat mendorong orang-orang mukmin untuk bekerja keras, karena pada hakikatnya kehidupan dunia ini merupakan kesempatan yang tidak akan pernah terulang untuk berbuat kebajikan atau sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain. Ini sekaligus untuk menguji orang-orang mukmin, siapakah di antara mereka yang paling baik dan tekun dalam bekerja. Allah SWT. berfirman:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الْغَفُورُ (2) الملك

"Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun." (QS. 67 : 2)

Untuk menekankan perintah agar manusia menggunakan kesempatan hidup di dunia ini dengan giat bekerja dan beramal, Allah SWT. menegaskan bahwa tidak ada satu amal atau satu pekerjaanpun yang terlewatkan untuk mendapatkan imbalan di hari akhir nanti, karena semua amal dan pekerjaan kita akan disaksikan oleh Allah SWT, Rasulullah SAW. dan orang-orang mukmin yang lain. Allah SWT. berfirman:

وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ  
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (105) التوبة

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." (QS. 9 : 105)

Di sisi lain, Rasulullah SAW. sangat menekankan kepada seluruh umatnya, agar tidak menjadi umat yang pemalas dan suka meminta-minta.

Pekerjaan apapun, walaupun tampak hina di mata banyak orang, jauh lebih baik dan mulia daripada harta yang ia peroleh dengan cara meminta-minta. Dalam sebuah riwayat disebutkan:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ  
وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ لَأَنْ يَأْخُذَ أَحَدُكُمْ حَبْلَهُ فَيَحْتَطِبَ عَلَى ظَهْرِهِ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ  
يَأْتِيَ رَجُلًا فَيَسْأَلَهُ أَعْطَاهُ أَوْ مَنَعَهُ

"Dari Abu Hurairah ra. bahwasanya Rasulullah SAW. bersabda: "Demi Dzat yang jiwaku ada di tangan-Nya (Demi Allah), sungguh apabila salah satu di antara kalian mengambil seutas tali, kemudian mencari kayu bakar dan mengikat di punggungnya (untuk dijual), niscaya hal itu lebih baik dan mulia baginya daripada ia meminta-minta kepada orang lain, dengan risiko; diberi maupun tidak diberi." (HR. Bukhari: 1377, Muslim: 1727,1728, Tirmidzi: 616, Nasai: 2542, Ahmad: 7016, 7177, 7646, 8771, 9053, 9490, 9766, 10033 dan Malik: 1588)

Tidak hanya itu, petunjuk Rasulullah SAW. tersebut kemudian diikuti oleh para sahabat, tabiin dan generasi umat Islam setelahnya. Sehingga tidak mengherankan kalau pada masa itu disebut dengan masa keemasan Islam, masa di mana tidak ada kesenjangan antara ajaran Islam dengan perilaku umatnya, masa di mana terjadi keseimbangan orientasi dalam kehidupan umat Islam, yaitu orientasi kehidupan dunia dan akhirat. Kita juga membaca dalam catatan sejarah betapa para ulama besar Islam semisal Abu Hanifah, Imam Malik, Imam Syafii dan Imam Ahmad juga merupakan para pekerja keras yang pantang untuk meminta-minta atau menggantungkan hidupnya dari orang lain, termasuk dari pemerintah saat itu, walaupun hal tersebut sebenarnya sangat mudah mereka dapatkan kalau mereka menginginkan.

Sungguh menarik apa yang disampaikan oleh seorang sahabat yang terkenal dengan sifat *zuhud*-nya, seorang sahabat yang sangat *wirai* dalam kehidupannya, yaitu Ibn Umar. Dalam sebuah riwayat *atsar* yang masyhur. Beliau berkata:



ليس خيركم من ترك دنياه لآخرته, ولا آخرته لدنياه حتى يصيب منهما جميعاً, فإنه يبلغه إلى الآخرة, ولا تكونوا كالأعلى الناس (رواه ابن عساکر كما ذكره السيوطي في الجامع الصغير, وهو أيضا في الفردوس بمأثور الخطاب: 409\3)

"Bukanlah sebaik-baiknya di antara kalian, orang yang meninggalkan kehidupan dunianya untuk kehidupan akhiratnya, demikian juga orang yang meninggalkan kehidupan akhiratnya untuk kehidupan dunianya sehingga ia mampu menggapai keduanya, karena kehidupan dunia merupakan sarana untuk menuju kehidupan akhirat. Dan janganlah kalian menjadi orang yang menggantungkan diri kepada orang lain". (HR. Ibn 'Asakir sebagaimana diungkapkan oleh Al-Suyuthi dalam kitab Al-Jami' Al-Shaghir, hadis tersebut juga bisa diketemukan dalam kitab Al-Firdaus bi Ma'thur Al-Khithab: 3/409)

Dalam riwayat lain, Abdullah ibn Umar berkata:

واحرث لدنياك كأنك تعيش أبداً, واعمل لآخرتك كأنك تموت غداً  
(القرطبي: 16\18)

"Bekerjalah untuk kehidupan duniamu seolah-olah kamu akan hidup selamanya, dan beramallah untuk kehidupan akhiratmu seolah-olah kamu akan mati besok." (Al-Qurthubi: 16/18)

Menarik juga untuk direnungkan sebuah kisah seorang sahabat yang bernama Abdullah bin 'Amr bin Al-'Ash yang tidak henti-hentinya melakukan shalat malam dan puasa setiap hari. Ketika ia bertemu Rasulullah SAW. beliau langsung bertanya: "Apakah benar, engkau tidak henti-henti melakukan shalat malam dan puasa setiap hari?" Ia menjawab: "Benar, wahai Rasulullah!" Rasulullah SAW. bersabda: "Jangan engkau lakukan itu! Puasa dan berbukalah, shalat dan tidurlah, karena badanmu, matamu, istrimu dan keluargamu juga memiliki hak yang harus kamu penuhi" (Lihat kisah tersebut dalam hadis-hadis riwayat Bukhari: 1839, Muslim: 1962, Tirmidzi: 701, Nasai: 1612, Abu Dawud: 1180, Ibn Majah: 1336, dan Ahmad: 6188).

Kisah tersebut setidaknya memberikan penjelasan bahwa ajaran Islam tidak hanya mementingkan amal ibadah (ritual/*mahdlah*) saja, atau hanya mementingkan amal perbuatan akhirat dengan melupakan kehidupan dunia. Hal ini disampaikan

oleh Rasulullah SAW. agar umatnya tetap menjaga keseimbangan antara ibadah dan bekerja (atau setidaknya ibadahnya tidak sampai mengganggu pekerjaannya, dan sebaliknya), dan antara amal akhirat dan dunia, karena semua memiliki hak yang sama-sama wajib dipenuhi. Bahkan, dalam sebuah riwayat hadis dijelaskan bahwa ada beberapa dosa manusia yang tidak bisa ditebus atau diampuni kecuali dengan bekerja keras:

من الذنوب ذنوب لا يكفرها إلا الله بطلب المعيشة

“Terdapat beberapa dosa manusia yang tidak bisa ditebus (diampuni) kecuali dengan jerih payah dalam mencari rizki” (HR. Thabrani, Abu Nu’aim dan al-Khathib)

Konsep bekerja keras sebagai ibadah dan bagian dari *jihad* bagi warga Shiddiqiyah sangat mirip dengan konsep “seruan” dan “panggilan” dalam ajaran Protestan *Calvinist* sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Weber (2003). Weber meletakkan dasar argumentasinya pada konsep tentang suatu kewajiban individu yang dibebankan oleh Tuhan. Dengan kata lain, konsep “seruan” atau “panggilan” merupakan keyakinan bahwa semua kekuasaan di atas dunia merupakan pemberian Tuhan dan meraih kekuasaan tersebut merupakan tugas suci. Pemahaman atas konsep panggilan ini menjadikan semua kegiatan yang *profan* dalam kehidupan sehari-hari menjadi bernilai keagamaan. Menurut Amilda (2010), bagian terpenting dari konsep ini adalah bekerja sebagai tugas suci, keharusan bekerja tersebut selanjutnya memunculkan etos kerja yang mendukung berkembangnya mentalitas kapitalis berupa sikap kehati-hatian, bijaksana, rajin dan bersungguh-sungguh dalam mengelola usaha.

Meskipun demikian, dalam tarekat Shiddiqiyah konsep kerja keras sebagai *ibadah* dan *jihad* tidak secara otomatis menafikan adanya kekuatan-kekuatan lain yang bersifat “ghaib” seperti kekuatan doa (terutama doa *mursyid* dan doa orang tua), “uang barokah”, maupun kekuatan mukjizat sedekah. Barangkali inilah yang membedakan dengan ajaran Protestan *Calvinist*, karena menurut Weber spirit kapitalime ala *Calvinist* juga telah meniadakan kekuatan magis di dunia, dengan menanggalkan semua cara-cara magis dalam memperoleh keselamatan dengan mengkategorikannya sebagai *takhayul* dan dosa (Amilda, 2010). Sedangkan dalam

tarekat Shiddiqiyah, cara-cara magis justru dianggap sebagai kekuatan pendukung selama tetap melakukan *ikhtiyar* dan kerja keras sebagaimana diperintahkan dalam ajaran Islam serta memiliki dasar keyakinan yang kuat sehingga terhindar dari perilaku syirik, yaitu mengakui adanya kekuatan lain di atas kekuatan Allah (Al-Kautsar, 2010c).

### **Makna Berdoa Sebagai Kekuatan Spiritual**

Bagi warga Shiddiqiyah, doa merupakan salah satu ajaran dan amalan yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Mereka meyakini bahwa apabila seseorang ingin sukses termasuk dalam mencari rizki atau harta, maka baginya tidak cukup dengan usaha dan kerja keras semata. Apalagi mereka selalu menggantungkan apa yang mereka lakukan atas dasar prinsip “Atas Berkat Rahmat Allah Yang Maha Kuasa”, artinya semua keberhasilan yang mereka dapatkan hakekatnya merupakan karunia dari Allah SWT. sehingga manusia harus memohon dan meminta kepada-Nya agar mendapatkan sesuatu yang diinginkannya dengan cara berdoa. Namun, keyakinan tersebut tidak berarti bahwa mereka tidak melakukan usaha dan kerja keras, karena bagi mereka kerja adalah “syariat” yang harus mereka jalankan untuk mendapatkan “hakekat“ karunia Allah SWT yang telah digariskan dalam takdir-Nya. Untuk menegaskan kebenaran adanya “kekuatan lain” di balik setiap kesuksesan seseorang, Fatchurrahman, yang akrab dipanggil dengan Gus Fatchur mengatakan:

“Tidak mungkin, orang sukses karena kerjanya sendiri, buktinya gampang aja, orang sama-sama kerja kerasnya, tapi *ndilalah* rezekinya kok gak sama, bahkan ada yang kerjanya gak begitu *ngoyo* tapi kok kaya (sambil tersenyum), padahal yang kerja keras juga gak seperti ini semua.....”

Kenyataan bahwa ada “kekuatan lain” dalam hidup manusia memang sudah menjadi salah satu akidah/keyakinan dalam ajaran Islam, dalam Al-Quran sendiri ditegaskan bahwa manusia harus berbuat kebaikan kepada sesama, salah satu alasannya adalah karena Allah SWT. senantiasa berbuat baik kepada manusia, dan kesuksesannya tidak bisa lepas dari karunia-Nya; “*Dan berbuat baiklah kamu (kepada sesama), sebagaimana Allah berbuat baik kepadamu*” (QS. 28:77). Ayat

tersebut mengingatkan manusia agar tidak lupa bahwa kebaikan (kesuksesan), atau kekayaan harta yang diperolehnya di dunia tidak lepas dari kebaikan (karunia) Allah SWT. sehingga sebaliknya adalah sangat logis ketika manusia dalam keadaan sukses diperintahkan agar supaya membantu dan tidak melupakan orang-orang yang selama ini dianggap masih belum “beruntung”.

Makna berdoa kepada Allah SWT. sendiri bagi warga Shiddiqiyah dipahami secara umum, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung bisa membaca sendiri doa pada umumnya maupun berupa “amalan-amalan khusus” (seperti bacaan wirid atau ayat/surat tertentu, dalam jumlah tertentu, pada waktu tertentu) yang diberikan oleh sang *Mursyid*, baik dilakukan secara sendirian maupun berjamaah seperti doa *kautsaran* (semacam “*doa tahlilan*” warga Shiddiqiyah). Sedangkan doa yang tidak langsung bisa melalui perantara doa orang tua dan doa sang *Mursyid* yang diyakini sangat mustajab.

Dalam prakteknya, tarekat Shiddiqiyah setiap bulan menggelar kegiatan rutin (hanya boleh diikuti oleh warga tarekat), tepatnya setiap tanggal 15 kalender Hijriyah yang disebut dengan acara *isti'annah*, yaitu acara siraman rohani, *munajat* dan doa bersama yang dipimpin langsung oleh sang *mursyid* pada tengah malam di sebuah gedung terbuka yang disebut dengan gedung *isti'annah* Ploso Jombang. Meskipun acara tersebut tidak diwajibkan oleh sang *mursyid*, namun warga tarekat sudah menganggapnya sebagai sebuah kebutuhan dan seolah mewajibkan dirinya sendiri untuk selalu hadir. Pada moment tersebut warga tarekat bisa memanjatkan doa umum (yang dipimpin oleh sang *mursyid*) maupun doa khusus yang dipanjatkan oleh warga pribadi sesuai dengan hajat masing-masing. Selama ini acara rutin bulanan tersebut selalu dihadiri oleh banyak warga tarekat dari seluruh Indonesia, tidak kurang dari 10.000 orang dalam setiap acaranya. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang datang rutin tersebut dari luar Jawa, seperti dari Sumatra (Medan) dan Sulawesi (Makasar), sebagaimana diceritakan oleh Tries Edi Wahyono (Pembantu Rektor I Universitas Kanjuruhan Malang) yang selama ini aktif mengikuti acara *ista'nah* bulanan tersebut selama lebih dari 24 tahun. Hal tersebut juga diamini oleh Waluyo (Dekan Fakultas Peternakan pada Universitas yang sama) yang hampir tidak pernah absen pada acara tersebut selama menjadi warga Shiddiqiyah lebih dari 27 tahun, meskipun harus bolak balik Malang-

Jombang tiap bulan ia menikmatinya dan merasa rugi apabila tidak bisa hadir pada acara tersebut.

Dorongan kuat mengikuti *isti'ana* tersebut tidak lepas dari motif doa dan keyakinan akan kekuatan spiritual di dalamnya, apalagi sang *mursyid* pernah mengatakan bahwa apabila ada warga memiliki suatu hajat tertentu, maka sebaiknya ia mengikuti *isti'ana* selama 7 kali secara rutin, dan insya Allah hajatnya akan terkabulkan. Apa yang disampaikan sang *mursyid* tersebut ternyata dirasakan dan dialami sendiri oleh warga, bahkan banyak yang mengaku ada yang tidak sampai 7 kali datang, hajatnya sudah dikabulkan oleh Allah SWT. sehingga mereka pun seolah merasa sangat rugi ketika tidak bisa ikut *isti'ana*, sebagaimana yang terungkap dalam pengakuan Tries Edy Wahyono:

“Kita sendiri yang merasa rugi kalau tidak ikut, akhirnya begitu, karena kita benar-benar merasakan hikmahnya, dan ini tentunya masalah keyakinan bagi kami, kalau tidak ikut kami yang rugi. Ruginya gimana? Ya, hikmah yang kami dapatkan tidak bisa dapatkan di tempat lain, ya itu yang tidak bisa diceritakan orang lain, kalo tidak menjalani sendiri. Kalau yang kongkrit begini pak, nuwun sewu, di sana dalam pengajian itu kita diberi kesempatan menjalankan doa khusus kemudian doa khusus ini kalau kita punya hajat khusus ndak sampek tujuh kali berturut-turut pasti terkabul, nah pertanyaannya kenapa mereka mau datang, bahwa mereka merasa doanya telah terkabul, Anda gak bisa bayangkan setiap tanggal 15 tanpa diminta orang bener-bener datang bukan hanya kesadaran tapi sudah menjadi kebutuhan. Itu dihadiri 10.000 orang, doanya bersama-sama dipimpin *mursyid* dengan ketentuan tertentu. Beliau pernah menyampaikan kalau ada yang punya hajat sebaiknya minimal 7 kali berturut-turut, artinya 7 kali pada tanggal 15 H supaya hajat itu bisa terlaksana, prakteknya ternyata ngomong sama teman-teman itu tidak sampek tujuh kali, ada yang baru 3 kali sudah terkabul.”

Tidak hanya itu, warga Shiddiqiyah juga meyakini apa yang mereka sebut dengan istilah “uang barokah”, sebagai salah satu bentuk doa untuk mendapatkan rizki dengan perantara uang yang sudah di “*asma'i*”, sebagaimana yang dilakukan dan dirasakan sendiri oleh Kamal Mustofa dan lain-lain. Sudah lazim di kalangan warga Shiddiqiyah bahwa setiap malam 17 Ramadhan atau yang disebut dengan acara “*lailatul mubarakah*” itu selalu diadakan beberapa kegiatan, di antaranya doa khususnya doa untuk memohon rizki yang barokah dengan membaca ayat tertentu dengan media uang yang masih bagus, kemudian yang telah di *asma'i* tersebut

dibungkus kain berwarna hijau. *Asma'* uang itu selama ini dikenal dengan “uang barokah”. Tidak hanya dari kalangan murid Shiddiqiyah, kegiatan dengan *wasilah* malam barokah yang hanya terjadi setahun sekali ini tidak sedikit pula diikuti oleh orang-orang dari luar Shiddiqiyah, disebabkan mereka telah merasakan barokahnya (Al-Kautsar, 2011b). Biasanya, setiap selesai mengerjakan sholat uang yang terbungkus kain hijau tersebut diletakkan pada tangan seseorang yang sedang menengadah berdoa untuk memohon rizki yang banyak dan barokah kepada Allah SWT.

Namun di sisi lain, ada sebagian pendapat di kalangan umat Islam yang mengatakan bahwa meng-*asma'i* uang barokah atau membuat *azimat* seperti meng-*asma'i* uang maupun berdoa dengan menyandarkan pada suatu benda tertentu, maka hal itu hukumnya adalah haram. Pendapat ini di antaranya berdasarkan pemahaman dari sebuah riwayat yang menyatakan: “*Sesungguhnya hizib, azimat, dan pelet adalah perbuatan syirik*” (HR. Ahmad: 3385). Dalam hal ini warga Shiddiqiyah memahami hadits tersebut tidak secara tekstual, namun mereka memahami keharaman *azimat* dan sejenisnya tersebut dalam konteks *azimat* yang kandungannya bukan ayat-ayat Al Quran atau yang semisalnya (seperti kalimat dzikir). Pemahaman seperti ini senada dengan pendapat Al-‘Asqalani (1989) ketika menjelaskan makna hadits di atas:

“Keharaman yang terdapat dalam hadits itu, atau hadits yang lain, adalah apabila yang digantungkan itu tidak mengandung Al Quran atau yang semisalnya. Apabila yang digantungkan itu berupa dzikir kepada Allah SWT, maka larangan itu tidak berlaku, karena hal itu digunakan untuk mengambil barokah serta perlindungan dengan nama Allah, atau dzikir kepada-Nya”.

Di samping itu, ada juga dalil dari hadits Nabi SAW. yang menjelaskan kebolehan ini, di antarana adalah yang diriwayatkan oleh sahabat Auf bin Malik bahwasanya pada zaman jahiliyah banyak yang memakai *azimat* (dan semacamnya), lalu hal tersebut disampaikan kepada Rasulullah SAW. dan belaiupun menjawab: “*Coba tunjukkan azimatmu itu padaku, membuat azimat itu tidak apa-apa selama di dalamnya tidak terkandung kemusyrikan*” (HR. Muslim: 4079). Apalagi, bagi warga Shiddiqiyah, “uang barokah” dipahaminya hanya sebatas sebagai perantara untuk lebih memantapkan hati ketika berdoa agar

mendapat rizki yang banyak dan barokah, mereka tidak menyandarkan diri kepada benda (uang barokah) tersebut tetapi hanya menyandarkan diri kepada Allah SWT. Hal ini berbeda misalnya ketika seseorang menyandarkan diri kepada benda (uang barokah) tersebut, bukan bersandar kepada Allah, tidak bersandar kepada pertolongan Allah, maka inilah yang tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam. Dengan demikian, pengamalan “uang barokah” bagi mereka dibenarkan dalam ajaran Islam sepanjang hati seseorang tetap bersandar kepada Allah SWT.

Dalam perspektif ekonomi, keyakinan bahwa doa merupakan salah satu unsur kekuatan penunjang dalam berbisnis dikategorikan sebagai bagian dari modal spiritual (*spiritual capital*). Konsep modal spiritual sendiri pada awalnya digagas oleh Zohar dan Marshall (2005) dari adanya kelemahan tafsiran yang sempit yang ditunjukkan oleh *social capital*, yakni walaupun *social capital* yang tinggi pada sebuah perusahaan bisa memberikan keuntungan bagi karyawan, pelanggan, dan pemegang saham, namun sesungguhnya gagasan itu mengabaikan dimensi yang lebih luas dari kebijakan mempertahankan stabilitas pada masyarakat yang lebih luas. Dimensi yang lebih luas (stabilitas) ini tidak bisa diwujudkan oleh bisnis tanpa fondasi berupa visi spiritual yang lebih dalam, karena itu manusia perlu memiliki pemahaman akan apa itu hidup manusia dan apa sebenarnya tujuan manusia itu, dan bagaimana meningkatkannya. Karena itulah Zohar & Marshall menawarkan solusi dengan gagasan modal spiritual (*spiritual capital*), *spiritual capital* adalah modal yang ditingkatkan dengan memanfaatkan sumber-sumber daya dalam jiwa manusia yang bersifat universal sehingga melahirkan spirit dalam hidupnya.

Namun bagi Samdin (2007), konsep modal spiritual dari Zohar dan Marshall dianggap masih belum sempurna karena tidak memasukkan keyakinan dan spirit religius (*religious capital*) di dalamnya. Menurutnya, Zohar dan Marshall hanya mengenalkan nilai-nilai *spiritual capital* dalam ekonomi sekuler yang bertumpu pada dimensi sosial atau nilai-nilai manusiawi yang bersangkutan paut dengan kehidupan dalam interaksi sosial, tanpa menyentuh dimensi teologis yang berhubungan langsung dengan sang Khalik sebagai sumber dari segala sumber spirit. Intinya, konsep ekonomi *spiritual capital* bukanlah sesuatu yang bersentuhan dengan agama atau sistem keyakinan teologis tertentu, karena mereka tidak percaya

bahwa perusahaan-perusahaan dapat menjadi lebih spiritual dengan mendirikan kuil atau menyeru para karyawan mereka untuk berdoa.

Sebaliknya, bagi warga Shiddiqiyah doa, dzikir dan amalan “bacaan” tertentu memiliki makna dan kekuatan dalam meraih kesuksesan bisnis mereka. Bahkan, motto “Atas Berkat Rahmat Allah Yang Maha Kuasa” yang terpampang di mana-mana (termasuk kop surat Shiddiqiyah) semakin menguatkan bahwa segala kesuksesan hidup tidak bisa dimaknai sebagai hasil kerja keras manusia semata, melainkan juga karena faktor campur tangan Allah SWT. sehingga sudah sewajarnya kalau mereka memaknai doa sebagai upaya mendapatkan kekuatan, pertolongan dan anugerah dari-Nya.

Lebih dari itu, doa, dzikir, dan amalan “bacaan” bagi warga tarekat Shiddiqiyah juga bisa dimaknai sebagai upaya untuk meningkatkan kesalehan dan derajat spiritual seseorang yang akan berpengaruh langsung maupun tidak langsung dalam meningkatkan kegiatan bisnis mereka. Hal semacam ini sebagaimana diungkapkan oleh Monzer Kahf (1995) dalam “*The Islamic Economy :Analytical of The Functioning of The Islamic Economic System*” yang menyatakan bahwa tingkat kesalehan seseorang mempunyai korelasi yang positif terhadap tingkat produksi yang dilakukannya. Jika seseorang semakin meningkat nilai kesalehannya maka nilai produktifitasnya juga semakin meningkat, begitu juga sebaliknya jika kesalehan seseorang itu dalam tahap degradasi maka akan berpengaruh pula pada pencapaian nilai produktifitas yang menurun.

Ketika seseorang senantiasa terjaga untuk selalu menegakkan shalat, berdoa, berdzikir, atau membaca “amalan-amalan” tertentu berarti ia telah dianggap shaleh. Dalam posisi seperti ini, orang tersebut telah merasakan tingkat kepuasan bathin yang tinggi dan secara psikologis jiwanya telah mengalami ketenangan dalam menghadapi setiap permasalahan dalam hidupnya (QS. 65:2). Hal ini akan berpengaruh secara positif bagi tingkat produksi yang berjangka pendek, karena dengan hati yang tenang dan tidak ada gangguan-gangguan dalam jiwanya ia akan melakukan aktifitasnya produksinya dengan tenang pula dan akhirnya akan dicapai tingkat produksi yang diharapkan, atau dalam bahasa Al-Quran disebut dengan istilah orang yang akan dilapangkan hidup dan rizkinya (QS. 13:28)



Teori kesalehan individu dan dampaknya terhadap tingkat produktivitas yang diungkapkan oleh Monzer Kahf tersebut sekaligus menepis anggapan sebagian kalangan bahwa keduanya mempunyai korelasi yang negatif. Sebagaimana diungkapkan oleh Suprayitno (2008), selama ini kesan yang terbangun dalam alam pikiran kebanyakan pelaku ekonomi bahwa kesalehan seseorang merupakan penghambat dan perintang untuk melakukan aktifitas produksi. Orang shaleh dalam pandangan mereka terkesan sebagai sosok orang pemalas yang waktunya hanya dihabiskan untuk beribadah dan tidak jarang menghiraukan atau tidak serius dalam aktifitas ekonomi yang dijalannya, dan akhirnya mereka mempunyai pemikiran negatif terhadap nilai-nilai kesalehan tersebut. Mengapa harus berbuat shaleh (berdoa, berdzikir, atau membaca amalan-amalan tertentu), sedangkan kesalehan tersebut hanya membawa kerugian (*lost*) dalam aktifitas bisnisnya?. Berdasarkan teori Monzer Kahf dan pengalaman bisnis warga tarekat Shiddiqiyah tampaknya pandangan tersebut merupakan sebuah logika yang salah dan perlu diluruskan.

Kenyataan bahwa kondisi spiritual mampu meningkatkan dan mendorong kesuksesan bisnis seseorang sebelumnya juga pernah diungkapkan oleh Mu'tashim dan Mulkhan (1998) yang telah melakukan penelitian terhadap praktek usaha di lingkungan pengikut tarekat Syadziliyah di Kudus Kulon. Dari studi ini ditemukan bahwa berkat tarekatlah mereka bisa berhasil dalam berusaha, karena ajaran tarekat seperti ajaran sabar, syukur dan tawakkal kepada Allah SWT, sehingga mereka dapat bekerja dengan baik, tidak *ngoyo*, tanpa rasa takut dan was-was dan selalu ingat untuk meminta pertolongan kepada Allah. Mereka percaya sepenuhnya bahwa nasib mereka berada di tangan Allah dan keberkahan guru (*mursyid*) telah menjadikan pengikut tarekat memiliki semangat bekerja keras dan sikap penuh percaya diri.

### **Makna Shilaturahmi: Membentuk Jaringan dan Menjaga Harmonisasi**

Sebagaimana diketahui, bahwa shilaturahmi merupakan salah satu pilar utama dalam ajaran tarekat Shiddiqiyah yang memiliki ciri khas ajaran 3 S (silaturahmi, sedekah dan santunan). Silaturahmi atau menjalin tali persaudaraan di sini dimaknai tidak hanya sekedar misalnya dengan berkunjung ke rumah teman,

kerabat atau sanak famili, berjabat tangan atau memohon maaf. Ada sesuatu yang lebih hakiki dalam ajaran silaturahmi, yaitu aspek mental, ikatan batin, dan keluasan hati. Hal ini sesuai dengan asal kata dari silaturahmi itu sendiri, yaitu *shilah* atau *washl*, yang berarti menyambungkan atau menghimpun, dan *ar-rahiim* yang berarti kasih sayang. Kata “menyambungkan” menunjukkan sebuah proses aktif dari sesuatu yang asalnya tidak tersambung, sedangkan kata “menghimpun” biasanya mengandung makna menjadikan sesuatu yang tercerai-berai dan berantakan, menjadi sesuatu yang bersatu dan utuh kembali. Tentang hal ini Rasulullah SAW. bersabda, dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari:

"Yang disebut bersilaturahmi itu bukanlah seseorang yang membalas kunjungan atau pemberian, melainkan bersilaturahmi itu ialah menyambungkan apa yang telah putus".

Ajaran silaturahmi telah membudaya di kalangan warga Shiddiqiyah, baik secara formal maupun informal. Secara formal misalnya dalam kegiatan keagamaan “doa kausaran” yang diadakan secara rutin tiap minggu di rumah-rumah warga secara bergiliran. Inti dari “doa *kautsaran*” adalah membaca sejumlah ayat Al Quran (terutama surat Al Kautsar), beberapa bacaan dzikir dalam jumlah tertentu, dan beberapa doa yang semuanya dilakukan secara bersama-sama. Rangkain “doa *kautsaran*” tersebut disusun sendiri oleh sang *Mursyid*, hakekat “doa *kautsaran*” adalah mirip dengan “*tahlilan*” bagi warga NU. Dalam momen “doa *kautsaran*” tersebut, selain berdoa warga Shiddiqiyah bisa mempererat tali persaudaraan di antara mereka, dalam forum ini sekat-sekat yang selama ini memisahkan di antara mereka bisa dihilangkan, yang kaya maupun yang miskin, petani, pegawai, pedagang, buruh, tukang becak, bahkan seorang profesor pun bisa duduk bersama dalam suasana keakraban dan kehangatan. Rasa keakraban dan kebersamaan yang muncul dari ajaran silaturahmi ini menjadikan mereka bisa saling berbagi informasi dan menjalin banyak relasi. Demikian juga dalam kegiatan “*wisata rohani*” yang diadakan setiap tiga bulan sekali oleh Pengurus Pusat Organisasi Shiddiqiyah ke daerah-daerah bisa dianggap sebagai salah satu bentuk silaturahmi. Semangat silaturahmi ini dikembangkan dan diyakini memberikan manfaat yang banyak bagi

orang yang melakukannya, salah satunya bisa dipanjangkan umurnya dan dilapangkan rizkinya sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadits Nabi SAW.:

من أراد أن يبسط له في رزقه وينسأ له في أثره فليصل رحمه.

"Barangsiapa yang ingin dipanjangkan umurnya dan diluaskan rezekinya, hendaklah ia menyambungkan tali persaudaraan" (HR. Bukhari dan Muslim)

Lebih dari itu, semangat silaturahmi warga Shiddiqiyah tidak hanya dikembangkan dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan saja. Mereka selama ini juga menggelar pameran wujud karya warga Shiddiqiyah sebagai ajang “silaturahmi bisnis” bagi para pengusaha dan wirausahawan Shiddiqiyah seluruh Indonesia. Pameran wujud karya adalah ajang pameran produk-produk warga seluruh Indonesia yang pada awalnya diselenggarakan tiap tahun di pusat tarekat Shiddiqiyah Losari Ploso Jombang, untuk mengenalkan kepada masyarakat luas terhadap kiprah, kontribusi dan partisipasi warga Shiddiqiyah dalam rangka memajukan ekonomi bangsa Indonesia sebagai salah satu wujud cinta tanah air dan membela negara (sebagaimana diungkapkan oleh sang *Mursyid*). Namun, ajang pameran tersebut sebenarnya juga dimaksudkan dan dimanfaatkan sebagai momen bertemunya para warga dan pengusaha Shiddiqiyah untuk saling berbagi informasi tentang berbagai potensi ekonomi dan bisnis di daerah masing-masing, menciptakan kesempatan untuk menjalin kerjasama dan kemitraan di antara mereka, seperti dalam masalah pemasaran, penyediaan bahan baku, atau pembukaan cabang di daerah lain. Pameran wujud karya Shiddiqiyah ini biasanya diselenggarakan pada setiap hari Shiddiqiyah, yaitu setiap tanggal 27 Rajab, dan yang terakhir kali adalah pameran yang ke-4 pada tahun 2011. Tidak hanya itu, baru-baru ini Shiddiqiyah juga menggagas dan memelopori pameran wujud karya bagi produk-produk di pesantren seluruh Indonesia (tidak hanya dari Shiddiqiyah) yang pertama kali diselenggarakan di Surabaya pada tahun 2010.

Dalam konteks bisnis, kebutuhan akan informasi, banyaknya koneksi dan relasi serta menumbuhkan kepercayaan dengan mitra bisnis merupakan sesuatu yang mutlak dibutuhkan. Bisnis susah berkembang ketika tidak memiliki informasi yang lengkap, cepat dan akurat, sama halnya dengan relasi yang minim dan kurang

adanya kepercayaan dari para pelanggan maupun mitra bisnis yang lain. Di sinilah “ajaran silaturahmi” memiliki makna yang sangat penting bagi para pebisnis, pengusaha, dan para “pencari rizki” yang lain. Karena kepercayaan dan kesetiaan tidak akan muncul dengan tiba-tiba, kepercayaan harus dibangun berdasarkan ikatan batin, rasa saling mengenal sehingga ada kedekatan, dan menghargai di antara mereka. Hal ini disadari betul oleh Ramu Surahman, baginya tidak mungkin bisnisnya dalam bidang *outsourcing* akan berkembang pesat tanpa kepercayaan dari para *stakeholder*-nya, bahkan hubungan dengan mereka tidak hanya sebatas bisnis semata tapi lebih dari itu ia ditingkatkan menjadi hubungan persaudaraan. Demikian halnya terhadap para karyawannya, ia mengaku selalu menjaga hubungan baik dengan mereka, memposisikan mereka ibaratnya teman dan keluarga sendiri, baginya keharmonisan hubungan dengan mereka adalah segala-galanya:

“Bagi saya, hubungan harus dijaga seharmonis mungkin agar kedua pihak terus berjalan. Kalau misalnya kepercayaan ternodai maka reputasi pebisnis bisa hancur. Orang yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan biasanya juga akan menyampaikannya kepada orang lain sehingga tak mustahil pintu rejeki akan tertutup nantinya, dan kalau nama baik sudah hancur akan sulit diperbaiki”.

Demikian juga yang dilakukan oleh Kamal Mustofa, hubungan perusahaan dengan karyawan adalah kesatuan yang harus dijaga, akan lebih baik jika karyawan tidak ditempatkan sebatas pekerja. Sekat pembatas antara pengusaha dan karyawan harus dilepas sehingga karyawanpun merasa turut memiliki dan bertanggungjawab terhadap kelangsungan perusahaan tempat ia bekerja, ia mengatakan:

“Janganlah kita anggap mereka itu kayak buruh yang hanya bekerja untuk kita, mereka ini juga manusia, harus kita sayangi, tetep kita perhatikan, bagi saya mereka ini sudah saya anggap bagian dari keluarga”

Inti pesan yang ingin disampaikan dalam ajaran silaturahmi sebagaimana disebutkan di atas sebenarnya bukan dalam bentuk formalnya, namun lebih kepada substansi dan makna silaturahmi itu sendiri, yang tujuan utamanya adalah menjalin keakraban, keharmonisan, memperbanyak persaudaraan di antara sesama, serta

menghindari konflik dan pertengkaran, yang dengan demikian akan banyak membantu dan memudahkan seseorang dalam segala urusan hidupnya, khususnya dalam mencari harta. Memperbanyak kawan dan relasi adalah sebuah keniscayaan dalam dunia bisnis, sehingga ada ungkapan yang populer: “*Bagi politikus, musuh seribu masih dianggap kurang, sedang bagi pebisnis musuh satu sudah dianggap sangat banyak*”. Ungkapan tersebut disadari betul oleh orang semacam Jolik Siwi yang selalu berusaha menghindari pertengkaran karena dipercaya dapat mengusir rejeki.

Konsep shilaturahim sebagai sarana untuk membangun jaringan dan menjaga harmonisasi dalam perilaku bisnis warga tarekat Shiddiqiyah dalam ekonomi bisa dikategorikan sebagai modal sosial. Bahkan, Bourdieu (dalam Winter, 2000) memberikan penekanan modal sosial pada aspek jejaring sosial (*social networks*) yang memberikan akses terhadap sumber-sumber daya kelompok (*group resources*) sehingga individu pada akhirnya akan menikmati manfaat ekonomis. Bagi Bourdieu, manfaat ekonomis ini hanya akan dinikmati individu apabila ia secara terus-menerus terlibat dalam kelompok tersebut. Dalam konteks inilah, modal sosial dipahami sebagai sesuatu yang bersifat instrumental.

Demikian juga dengan keharmonisan di antara para karyawan maupun para pelanggan pada hakekatnya merupakan inti dari elemen kepercayaan (*thrust*) yang ada dalam modal sosial itu sendiri, karena sebagaimana diungkapkan oleh Putnam (1995) modal sosial adalah penampilan dari organisasi sosial seperti *network* (jaringan), norma-norma, dan kepercayaan sosial (*social trust*) yang dapat memudahkan koordinasi dan kerjasama yang saling menguntungkan.

Manfaat dan dampak positif shilaturahim dalam berbisnis juga ditunjukkan seperti dalam penelitian Marfai (2005) yang melakukan penelitian di Indonesia menemukan bahwa bisnis *angkringan* sebagai bentuk kegiatan perekonomian kecil yang mampu bertahan di tengah sulitnya perekonomian Indonesia menandakan berperannya modal sosial (*social capital*) dalam perekonomian masyarakat. Disebut modal sosial, karena untuk memulai kegiatan *angkringan* biasanya dimulai dari informasi kerabat, teman, tetangga atau keluarga yang telah berjalan sebelumnya.

Mereka saling membantu dalam permodalan, suplai makanan, tempat tinggal dan informasi, seperti informasi tempat berjualan, tempat kulak dan lain-lain yang semua itu bisa mereka wujudkan karena kuatnya tradisi dan budaya shilaturahmi di antara mereka. Dalam taraf ini pedagang *angkringan* telah mampu memberikan simbol bahwa modal sosial sebagai salah satu faktor penting dalam kegiatan ekonomi suatu masyarakat. Masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi cenderung bekerja secara gotong-royong, merasa aman untuk berbicara dan mampu mengatasi perbedaan-perbedaan. Sebaliknya, pada masyarakat yang memiliki modal sosial rendah akan tampak adanya kecurigaan satu sama lain, merebaknya “kelompok kita” dan “kelompok mereka”, tiadanya kepastian hukum dan keteraturan sosial, serta seringnya muncul “kambing hitam”.

### **Makna Sedekah: Menolak Bencana dan Menambah Rizki (Harta)**

Keyakinan bahwa sedekah dapat mendatangkan rizki dan harta begitu kuat bagi warga Shiddiqiyah, dan hal ini bagi mereka tidak hanya sebatas keyakinan semata-mata namun mereka juga melakukan dan merasakan sendiri terhadap apa yang mereka yakini selama ini, bahkan mereka menjadikan sedekah dan santunan sebagai ciri khas dan budaya dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun menurut pandangan mereka makna rizki memiliki dimensi yang sangat luas, baik bersifat materi (harta) maupun non materi (seperti kesehatan, keharmonisan, serta ke”ayem”an dalam hidup), mereka juga tetap meyakini dan merasakan bahwa harta yang mereka sedekahkan pada akhirnya tidak malah berkurang, justru sebaliknya malah bertambah dengan cara dan bentuk yang tidak disangka-sangka. Mereka juga meyakini bahwa orang enggan bersedekah, jarang bersedekah atau kurang sedekah akan menyebabkan rizkinya menjadi “seret”, usahanya kurang lancar, serta banyak mendapatkan masalah dalam hidup. Keyakinan seperti ini dibuktikan sendiri oleh Jolik Siwi dan warga Shiddiqiyah lainnya yang merasakan sendiri bisnis mereka dapat berkembang pesat karena mereka gemar berbagi dengan para fakir miskin dan anak-anak yatim, baik dalam bentuk sedekah maupun santunan. Apa yang diyakini dan dilakukan warga Shiddiqiyah di atas selaras dengan hadits Nabi SAW. yang menyatakan:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا نَقَصَتْ صَدَقَةٌ  
مِنْ مَالٍ وَمَا زَادَ اللَّهُ عَبْدًا بِعَفْوٍ إِلَّا عِزًّا وَمَا تَوَاضَعَ أَحَدٌ لِلَّهِ إِلَّا رَفَعَهُ اللَّهُ

“Dari Abu Hurairah ra bahwasanya Rasulullah SAW. bersabda: "Sedekah itu tidak pernah mengurangi harta seseorang, dan Allah tidak akan menambahkan kepada orang yang suka memaafkan melainkan kemuliaan, dan tidaklah seseorang yang merendahkan diri kepada Allah SWT. melainkan Allah akan mengangkat derajatnya." (HR. Muslim: 4689, Tirmidzi: 1952, Ahmad: 6908, 8647, 9268, Malik: 1590, dan Darimi: 1614)

Dalam hadis di atas Rasulullah SAW. menerangkan bahwa harta yang disedekahkan itu tidak akan mengurangi harta, bahkan menambah. Secara lahiriyah dipandang selintas, sedekah memang mengurangi harta yang dimiliki seseorang, tetapi karena bersedekah itu merupakan manifestasi keimanan seseorang, juga bersedekah merupakan amal ketaatan yang diberi pahala, di samping mempunyai jangkauan pengaruh sosial maupun psikologis, maka pada hakekatnya sedekah itu tidak mengurangi harta yang dimiliki seseorang bahkan menambahnya. Orang yang suka bersedekah akan dipandang masyarakatnya sebagai orang pemurah (dermawan), sedangkan orang yang pemurah akan disukai orang banyak. Orang yang dipandang demikian (positif) oleh lingkungannya, akan mudah memperoleh bantuan manakala menghadapi problem yang menimpanya. Itulah di antara makna ungkapan Nabi SAW bahwa sedekah itu tidak mengurangi harta yang dimiliki seseorang.

Makna lain dari tidak berkurangnya sebuah harta bisa dipahami bahwa seseorang tidak akan rugi ketika mengeluarkan hartanya untuk sedekah, karena dipastikan akan mendapatkan ganti dari Allah SWT. Pemahaman ini diambil dari firman Allah SWT. yang menyatakan:

وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ (39) السَّبَأُ

"Dan apa saja yang kamu infakkan (sedekahkan), maka Allah akan memberikan gantinya, sesungguhnya Ia adalah sebaik-baik pemberi rizki (QS. Saba': 39)

Menurut al-‘Asqalany (1989), ganti yang dijanjikan oleh Allah SWT dalam ayat tersebut bagi orang yang suka mengeluarkan sedekah bisa dalam bentuk materi maupun non materi, bisa juga diberikan secara langsung maupun tidak langsung. Ganti secara materi bisa berupa sedekah balasan dari orang yang pernah diberi, atau diberikan ganti oleh Allah SWT. dengan rizki yang lain. Sedangkan yang bersifat non materi bisa berupa terbentuknya ikatan persaudaraan yang kuat yang pada akhirnya menjadikan hidup kita lebih aman, tenang, tentram dan bahagia dalam suasana hidup yang penuh kebersamaan dengan saling membantu dan menolong di antara yang satu dengan yang lain.

Tidak hanya itu, bahkan dalam ayat lain diterangkan bahwa zakat dan sedekah yang diberikan kepada orang lain tidak hanya diganti oleh Allah SWT. dengan harta serupa, namun akan dilipatgandakan. Allah SWT berfirman:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ  
تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ۝ (39) الروم

"Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)." (QS. Al-Rum: 39)

Dalam ayat tersebut di atas Allah SWT. memberikan dua gambaran yang berbeda, yang pertama tentang riba dan yang kedua adalah tentang zakat. Dua gambaran tersebut menjadi sangat menarik karena menegaskan sesuatu yang berlawanan dengan kenyataan yang ada secara lahiriah dan kasat mata. Di satu pihak Allah SWT. menegaskan bahwa bertambahnya sebuah harta yang berasal dari pengambilan riba, walaupun secara lahiriah (nominal) ia bertambah namun pada hakikatnya tidak ada tambahan sama sekali bagi Allah SWT. Ketiadaan nilai tambah sebuah harta di sisi Allah SWT. biasanya sering dihubungkan dengan ketiadaan nilai keberkahan harta. Sedangkan nilai keberkahan sebuah harta bisa dirasakan dan diukur dari sejauhmana harta tersebut memberikan manfaat yang



signifikan dalam penggunaannya, harta yang berkah juga akan melahirkan kepuasan, ketenangan dan kebahagiaan bagi pemiliknya. Hal-hal seperti ini sifatnya memang sangat abstrak, namun di sisi lain sangat sulit bagi manusia untuk mengingkari adanya. Semua itu muncul di luar kendali manusia, sehingga kenyataan ini sekaligus menguatkan paradigma bahwa kebahagiaan tidak bisa dibeli dengan "uang semata", dan ternyata memang ada sejumlah *variable* lain yang harus dipenuhi apabila uang tersebut bisa membuat orang bahagia dengannya.

Selain sedekah dan santunan sebagaimana disebutkan di atas, warga Shiddiqiyah juga gemar mengadakan acara "selamatan" yang diyakini dapat memperlancar bisnis dan bisa menolak *bala'*. Acara "selamatan" dimaksudkan untuk berdoa memohon pertolongan dari Allah SWT. agar supaya dihindarkan dari segala *bala'*, mara bahaya, musibah dan bencana. Yang penting lagi, tradisi selamatan ini selalu disertai dengan acara makan-makan sebagai salah satu "rukun" selamatan setelah berdoa dan atau membaca ayat-ayat suci al-Qur'an. Intinya, acara ini pada hakikatnya adalah acara berdoa kepada Allah SWT. yang disertai *tawassul* dengan amal shaleh, berupa sedekah makan-makan kepada masyarakat banyak yang diharapkan akan membantu terkabulkannya doa mereka. Apalagi ada sebuah riwayat yang menyatakan:

### الصدقة تدفع البلاء

"Bahwa sedekah itu dapat menolak *bala'* (yang akan menimpa seseorang)"

Makna sedekah sebagai sarana untuk menolak *bala'* (bencana) sebenarnya juga tidak asing lagi dalam praktek kehidupan muslim, bahkan Sutikno (2011) dalam penelitiannya "Memaknai Perilaku Muslim dalam Bersedekah: Studi Fenomenologi Pengalaman Muzakki LAGZIS Sabilit Taqwa Bululawang" telah menyimpulkan bahwa sedekah dapat dijadikan sebagai alternatif asuransi kesehatan dan musibah, karena dengan rutin mengeluarkan sedekah maka seseorang pada hakekatnya telah menginvestasikan sebagian hartanya untuk memalukan *protect* terhadap dirinya, keluarganya, harta dan bisnisnya karena dengan bersedekah ia akan mendapat perlindungan dari Allah SWT. sebagaimana yang dijanjikan-Nya, serta memperoleh "jamiman keamanan dan kenyamanan" dari masyarakat

sekitarnya. Hal tersebut dikarenakan sifat kedermawanan seseorang akan mendorong orang lain untuk memberikan balasan serupa atau setidaknya mampu membuat ikatan-ikatan sosial yang akan memberikan dampak positif baginya baik yang bersifat materi maupun non materi, sekaligus membentenginya dari hal-hal yang tidak diinginkannya. Ketika suatu bisnis telah dijamin dengan konsep "asuransi plus" tersebut, maka secara langsung maupun tidak langsung diyakini akan lebih melancarkan suatu bisnis, memberikan jaminan keberlangsungannya, dan pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan yang lebih maksimal serta menambah rizki seseorang baik rizki materi maupun rizki non materi (berkah).

Apa yang dilakukan oleh warga Shiddiqiyah terkait dengan rasionalitas strategi dan cara dalam memperoleh harta, khususnya dalam berbisnis menegaskan kembali akan pentingnya peran modal sosial dan modal spiritual (selain modal ekonomi tentunya) dalam mengembangkan dan meraih kesuksesan bisnis sebagaimana diungkapkan oleh Samdin (2007) dalam penelitiannya tentang praktek dagang masyarakat muslim Gu Lakudo di Sulawesi Tenggara. Bagi warga tarekat Shiddiqiyah, ungkapan "Atas Berkah Rahmat Yang Maha Kuasa" yang selama ini dijadikan sebagai slogan dan motto organisasi tarekat bukan sekedar omongan atau pajangan semata, namun juga memberikan pengaruh dan warna tersendiri dalam perilaku bisnis mereka. Semua bentuk kesuksesan (termasuk dalam bisnis) harus dimaknai sebagai bagian dari limpahan rahmat Allah swt., bukan semata hasil kerja keras dan usaha seseorang, sehingga mereka juga mengamalkan berbagai "amalan" (modal spiritual) yang diyakini bisa memperlancar bisnis mereka. Mereka juga membuktikan bahwa kesuksesan tidak mungkin diperoleh tanpa peran dan keterlibatan orang lain, sehingga upaya-upaya untuk menjaga kepercayaan (*trust*), keharmonisan, semangat kekeluargaan serta memperbanyak sedekah dan shilaturahim menjadi bagian yang penting dari modal sosial yang dikembangkan untuk menunjang bisnis mereka.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Internalisasi modal spiritual dan modal sosial tidak hanya mampu mendorong semangat bisnis warga tarekat Shidiqiyah, namun juga memberikan warna tersendiri dalam rasionalitas mereka dalam meraih kesuksesan dalam berbisnis. Bagi mereka kesuksesan dalam berbisnis tidak cukup hanya ditopang dengan modal ekonomi/finansial, namun juga harus dikombinasikan dengan modal spiritual dan modal sosial. Dengan kata lain, kesuksesan seseorang dalam berbisnis membutuhkan berbagai upaya dan strategi dari para pelaku bisnis, baik upaya dan strategi yang bersifat lahiriyah maupun bathiniyyah. Meskipun warga tarekat pada prinsipnya adalah para pengamal ajaran tasawuf, namun apa yang dilakukan oleh warga Shiddiqiyah dalam berbisnis menunjukkan bahwa kerja keras, ketekunan, sifat pantang menyerah, manajemen yang baik merupakan faktor penting yang tidak bisa ditinggalkan dalam bisnis mereka.

Budaya sedekah dan shilaturahmi yang mereka kembangkan juga mampu menciptakan hubungan sosial yang positif dengan masyarakatnya, bisa menumbuhkan kepercayaan dari mereka, dan bisa dianggap sebagai modal sosial yang efektif dalam bisnis mereka, sebagaimana peran doa, “amalan” dan “bacaan” tertentu juga terbukti mampu memberikan kontribusi dalam kesuksesan bisnis sebagaimana yang dialami dan dirasakan oleh warga tarekat Shidiqiyah, yang dalam ekonomi bisa dikategorikan sebagai bagian dari modal spiritual.

#### **5.2 Saran**

Peran figur kharismatik yang memiliki kapasitas modal sosial dan modal spiritual yang tinggi terbukti sangat penting dalam rangka mengembangkan nilai-nilai kearifan lokal, untuk itu peran tersebut harus tetap dijaga dan terus dimunculkan seiring dengan perkembangan regenerasi pada organisasi tarekat Shiddiqiyah. Hal ini karena sebuah nilai dan norma akan sulit memberikan

pengaruh yang luas tanpa adanya “sosok panutan” pada sebuah masyarakat yang komunal. Namun peran figur kharismatik tersebut hanya sebatas untuk menjaga nilai-nilai kearifan lokal ajaran tarekat Shiddiqiyah yang mendorong semangat bisnis warga tarekat, serta tidak berkaitan dengan urusan teknis manajemen dan pengelolaan bisnis yang dikembangkan.

Selain itu, perlu adanya langkah-langkah strategis dalam upaya keberlangsungan unit-unit usaha yang dikembangkan oleh organisasi tarekat Shiddiqiyah seperti pengelolaan manajemen yang lebih transparan dan terbuka, mengurangi dominasi *mursyid* dalam teknis pengelolaan manajemen, serta pengalihan legalitas formal unit-unit usaha strategis sebagai milik organisasi tarekat Shiddiqiyah, karena selama ini semuanya atas nama sang *mursyid* sehingga mampu menciptakan pola manajemen yang dipercaya oleh warga tarekat tersebut.

### **5.3 Rekomendasi**

Rasionalitas ekonomi organisasi tarekat Shiddiqiyah yang selama ini mampu menginterasikan ajaran-ajaran tasawuf dengan pembangunan ekonomi masyarakat perlu dipahami secara utuh oleh semua warga Shiddiqiyah sebagai bagian dari ajaran tasawuf/tarekat itu sendiri dan bukan hanya semata-mata pendapat/perintah Kyai Muchtar sebagai sang *Mursyid*, sehingga rasionalitas yang mendorong semangat wirausaha yang tinggi tersebut akan terus bisa dipertahankan dan menjadi ciri khas organisasi tarekat Shiddiqiyah untuk masa-masa selanjutnya, khususnya setelah adanya pergantian sang *mursyid*. Dalam konteks ini, integrasi ajaran tasawuf dengan semangat kewirausahaan tersebut perlu dikonsepskan secara lebih tegas dan lebih utuh sehingga mudah dipahami oleh semua warga Shiddiqiyah seperti dalam dokumentasi buku maupun dalam AD/ART organisasi tarekat Shiddiqiyah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'dam, Syahrul, 2008. "*Tarekat Shiddiqiyah di Indonesia: Studi Tentang Ajaran Dan Penyebarannya*", Disertasi Program Studi Pengkajian Islam Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Abdullah, Taufik. 1979. "*Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi*". LP3ES, Jakarta.
- Abdellaoui, Mohammed. 2002. "*Economic Rationality under Uncertainty*". Journal GRID-CNRS, ENS de Cachan.
- Agil, Syed Omar Syed, 1992. "*Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal*", dalam Sayyid Tahir *et al.* (ed.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*". Longman Malaysia Sdn Bhd, Petaling Jaya.
- Alsa, Asmadi. 2003. "*Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi: Satu Uraian Singkat dan Contoh Berbagai Tipe Penelitian*". Cet. 1. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Alwasilah, A. Chaedar. 2002. "*Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*". Pustaka Jaya. Jakarta.
- Anto, M.B. Hendrie, 2003. "*Pengantar Ekonomika Mikro Islami*", EKONISIA, Yogyakarta.
- Arslan, Mahmut, 2000. *A Cross Cultural Comparison of British and Turkish Managers in Terms of Protesan Work Ethic Characteristics, Bussiness Ethics: A European Review*, Volume 9 Number 1, January 2000, Blacwell Publishers Ltd, UK.
- Asifudin, Ahmad Janan, 2004. "*Etos Kerja Islami*", Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Bellah, Robert N., 1992. "*Religi Tokugawa: Akar-Akar Budaya Jepang*", Gramedia, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2006. "*Metodologi Penelitian Kualitatif*." Ed. 1. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ciacio, Simona D, 2005. "*Social Capital: Social Capital and Economic Rationality*". Crossroad Journal. Vol. 5, No. 1
- Djakfar, Muhammad. 2007. "*Agama, Etos Kerja dan Perilaku Bisnis: Studi Kasus Makna Etika Bisnis Pedagang Buah Etnis Madura di Kota Malang*". Disertasi IAIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Effendy, Bahtiar, 2001. "*Masyarakat Agama dan Pluralisme Keagamaan*". Galang Press, Yogyakarta.
- Foley, Duncan K. 2003. "*Rationality and Ideology in Economic*". Department of Economic Graduate Fakultas, New School University New York.
- Hamish, Stewart, 1992. "*Rationality and The Market for Blood*", Journal of Economic Behaviour and Organization".
- Hamouri, Qasem, 1991. "*Rationality, Time and Accounting for The Future in Islamic Thought*", dalam Faridi (ed), *Essays in Islamic Economic Analysis*", Genuine Publication & Media PVT. Ltd., New Delhi.
- Hasan, Sudirman. 2009. "*Sufism and The Spirit of Capitalism*". UIN Malang Press, Malang.

- Harsanyi, John, 1995. "Cardinal Welfare, Individualistic Ethic and Interpersonal Comparisons of Utility," *Journal of Political Economy*
- Heap, Shaun P. Hargreaves. *Economic Rationality*. Makalah PDF dari internet.
- Ismail, Munawar, 2007, "Kritik Sosiologis Terhadap Kedudukan Individu Dalam Bangunan Teori Ekonomi Neoklasik", Pidato Pengukuhan Guru Besar Disampaikan dalam Rapat Terbuka Senat Universitas Brawijaya. Malang, 10 Desember 2007.
- Kahf, Monzer, 1992, "The Theory of Consumption" dalam Sayyid Tahir *et al.* (ed.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*: Longman Malaysia Sdn Bhd., Petaling Jaya.
- Khan, M. Fahim, 1992. "Theory of Consumer Behaviour in Islamic Perspective", dalam Sayyid Tahir *et al.* (ed), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*, Longman Malaysia, Petaling Jaya
- Khalil, Elias L, 2004. "What is Altruisme?" *Journal of Economic Psychology*
- Kholish, Nur. 2009, "Konsep Rasionaliti dalam Perspektif Ekonomi Konvensional dan Alternatifnya Menurut Pandangan Ekonomi Islam". <http://nurkholish77.staff.uui.ac.id/hello-world/>, 15 Januari 2009.
- Kuran, Taimur, 1995. *Islamic Economics and The Islamic Sub-Economy*. *Journal of Economic Perspectives*.
- Mannan, M.A, 1993. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek* (terj). Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta.
- Menestrel, Marc Le. 2001. "Economic Rationality and Ethic Behavior: Ethic Business Between Venality and Sacrifice". Paper Presented in International Symposium on Ethic, Business and Society held at IESE Business School in Barcelona.
- Miller, Roger LeRoy, 1997. "Economics Today: The Micro View", edisi 9, Addison Wesley, New York.
- Misanam, Munrokhim *et. Al.* 2008. "Ekonomi Islam". PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2000. "Metode Penelitian Kualitatif". PT Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Mu'tashim, Radjasa & Abdul Munir Mulkhan, 1998. *Bisnis Kaum Sufi: Studi Tarekat dalam Masyarakat Industri*, Cetakan I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Mubarak, Zaky. 1987. "Al-Akhlaq 'inda al-Ghazali". Dar al-Kutub al-Mishriyyah, Cairo.
- Muhadjir, Noeng. 2000. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Edisi IV. Cet. 1. Rake Sarasin. Yogyakarta.
- Murrel, Peter, 2002. *Institutions and Firms in Transition Economic*, *Journal of Economic Literature*, Classification Numbers: P3, D23, K1, H1.
- Nurrahman, Dede, 2009. "Rasionalitas Teori Ekonomi Islam" <http://antonpn.blogspot.com/2008/05/rasionalitas-teori-ekonomi-islam.html> , 26 Mei 2008.
- Persky, Josep, 1995. "The Ethology of Homo Economicus", *Journal of Economic Perspective*.
- Qardlawy, Yusuf, 1988. "Daur Qiyam fi al-Iqtishod al-Islami". Maktabah Wahbah, Cairo.
- Qardlawy, Yusuf. 2001. "Peran Nilai Moral dalam Perekonomian Islam". Terj. Didin Hafidhuddin *et.al.* Robbani Press, Jakarta.

- Samuelson, Paul dan Nordhaus, William D., 2001. *“Microeconomic”*, (New York: McGraw-Hill), edisi 17, hlm. 30-31 dan 216.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah, 1992. *“Islamic Consumer Behaviour”* dalam Sayyid Tahir *et al.* (ed.), *Readings in Microeconomics An Islamic Perspective*, Longman Malaysia Sdn Bhd, Petaling Jaya.
- Silverman, David. 1997. *“Qualitative Reserch: Theory, Method and Practice (Editorial)”*. SAGE Publications, Inc. California.
- Simon, Herbert A. 1955. *“A Behavioral Model of Rational Choice”*. The Quarterly Journal of Economic, Vol. 69, No. 1 February 1955
- Strauss, Anselm dan Corbin, Juliet. 1990. *“Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques”*. SAGE Publications, Inc. California.
- Strauss, Anselm dan Corbin, Juliet. 2003. *“Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data”*. Diterjemahkan oleh Muhammad Shodiq dan Imam Muttaqien. Cet. 1. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Susanto, Harry. 2008. *“Pertimbangan Ilmiah Penggunaan Analisis Kualitatif pada Konsentrasi Ilmu Ekonomi”*. Makalah Pelatihan Metode Kualitatif Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Syahrizal. 2005. *“Moral Ekonomi dan Rasionalitas Petani: Studi Pada Petani Penjual Bunga dan Bibit Buah-Buahan”*. Jurnal Antropologi VI/9-2005
- Tajuddin *et.al*, 2004, *“Rasionalisme dari Perspektif Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam: Implikasi ke Atas Keseimbangan Pengguna dan Keseimbangan Pengeluar”*, Makalah untuk seminar Ekonomi Islam Lanjutan di UKM.
- Thaler, Richard H, 2000. *“From Homo Economicus to Homo Sapiens”*, Journal of Economic Perspective.
- Vanberg, Viktor J. 1994, *“Rules and Choice in Economics”*, Routledge, London
- Weber, Max, 2003. *“Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme”*. Terj. Yusuf Priasudiarja. Pustaka Prometheus, Jakarta.
- Yin, Robert K. 2000. *“Studi Kasus: Desain dan Metode”*. Ed. 1 Cet. 3. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Yustika, Ahmad Erani, 2006. *“Ekonomi Kelembagaan: Definisi, Teori & Strategi”*. Bayumedia Publishing, Malang.
- White, Mark D. 2004. *“Can Homo Economicus Follow Kant’s Categorical Imperative?”* Journal of Socio-Economics.
- Zainuddin, Muhammad, 2009. *“Rasionalitas Ekonomi”*. <http://muhamadzainudin-dzay.blogspot.com/2009/05/rasionalitas-ekonomi.html> (muhammad zaidun; rasionalitas ekonomi, 23 Mei 2009.
- Zavirovski, Milan. 2003. *“Human Rational Behavior and Economic Rationality”*. Electronic Journal of Sociology University of Nort Texas.