

SPIRITUAL ENTREPRENEURSHIP BERBASIS AL-QUR'AN

Sodiman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari

E-mail: sodimanthegreat@yahoo.co.id

Abstract

Ian Marshall and Danah Zohar predicted theoretically that in the context of modern business will appear spirituality without religion as the moral basis of the business which he described as spiritual capital. But look at the phenomenon in Indonesia, sharia economic development is rapidly increasing which in fact appears based on religious values, then the theory Marshal and the Zohar indisputable.

Spiritual entrepreneurship based on the Koran in Indonesia is growing; the ideas, thoughts, willingness (iradah), passion (ghirah) and determination (azm) owned by an individual or group (community) Muslims to strive in commerce (material or services) that are based on the values of faith in God who taught the Koran.

Spirituality entrepreneurship models based al-Qur'an that life (living values) is very varied, among the models discussed in this paper are (1) spirituality entrepreneurship kaafah models, (2) spirituality entrepreneurship ukhuwah models, (3) spirituality entrepreneurship tareqat models, (4) spirituality entrepreneurship models keep ablution, (5) spirituality entrepreneurship models do not sell cigarettes, (6) the spirituality of entrepreneurship model- publication that profit to charity.

Key Words : *Spiritual, entrepreneurship, and models of bussines.*

A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia sangat dinamis. Munculnya lembaga-lembaga ekonomi yang berbasis syariah menjadi pertanda berkembangnya sistem ini dalam hampir semua jenis usaha ekonomi. Negara turut mengakomodasi dan melegalisasi sistem syariah dengan membentuk undang-undang dan peraturan-peraturan lain untuk mendukung berkembangnya sistem syariah. Spiritualitas agama (Islam) menjadi basis nilai pesatnya sistem ekonomi syariah di Indonesia. Fenomena ini sekaligus membantah teori Ian Marshall dan Danah Zohar yang memprediksikan bahwa dalam

konteks bisnis modern, akan muncul spiritualitas tanpa agama sebagai landasan moral bisnis yang dia sebut sebagai *spiritual capital* (Marshall dan Zohar, 2004: 21).

Sumber nilai utama yang digali oleh umat Islam untuk mengembangkan sistem ekonomi syariah di Indonesia adalah al-Quran dan Hadits Nabi Saw (dimensi deduktif-normatif). Pandangan dasar yang dibangun adalah al-Qur'an dan Hadits merupakan pedoman hidup muslim dalam semua bidang kehidupan. Itulah sebabnya, dalam profesi apapun, setiap muslim selalu ingin menggali konsep al-Qur'an dan Hadits sebagai landasan nilai untuk

melaksanakannya, termasuk dalam hal ekonomi.

Sebagai sumber nilai yang mengajarkan keseimbangan kebahagiaan dunia dan akhirat, al-Qur'an juga dipandang oleh kaum muslim sebagai "kitab ekonomi". Di dalamnya terkandung berbagai konsep entrepreneurship sebagai salah satu cara manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup dan meraih kebahagiaan. Meskipun terminologi al-Quran tidak mesti sama persis dengan istilah teknis ekonomi kontemporer, ajaran-ajaran universal tentang ekonomi begitu lengkap terkandung di dalamnya.

Selain dimensi deduktif-normatif (al-Qur'an dan Hadits), pengembangan ekonomi syariah juga melalui proses induktif-eksperimental, yakni melalui riset-riset para ahli yang mengkaji secara objektif pemikiran tokoh-tokoh muslim maupun fenomena-fenomena ekonomi dalam berbagai objek penelitian. Tulisan ini merupakan review dari hasil penelitian tentang pola-pola spiritual yang berbasis al-Qur'an yang hidup (*living values*) dalam beberapa komunitas ekonomi muslim dan mendorong (menggerakkan) kesuksesan dalam kewirausahaan. Hasil studi ini sekaligus merupakan data yang membantah teori Ian Marshal dan Danah Zohar tentang *spiritual capital*.

B. Makna Spiritual Entrepreneurship

1. Spiritualitas

Istilah 'spiritual entrepreneurship' berasal dari dua kata yakni *spiritual* dan *entrepreneurship*. Kata *spiritual* Menurut Kamus Webster berasal dari kata *spirit* berasal dari kata

benda bahasa Latin '*spiritus*' yang berarti *nafas (breath)* dan kata kerja '*spirare*' yang berarti bernafas. Kata Latin "*spiritus*", juga berarti "roh, jiwa, sukma, kesadaran diri, wujud tak berbadan, nafas hidup, dan nyawa hidup." Dalam perkembangan selanjutnya, kata *spirit* diartikan secara lebih luas lagi. Para filosof, mengkonotasikan "*spirit*" dengan (1) kekuatan yang menganimasi dan memberi energi pada cosmos, (2) kesadaran yang berkaitan dengan kemampuan, keinginan, dan intelegensi, (3) makhluk immaterial, (4) wujud ideal akal pikiran (intelektualitas, rasionalitas, moralitas, kesucian atau keilahian) (Bagus, 2000: 1034).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata *spiritual* berarti 'berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani, batin)' (<http://kbbi.web.id/spiritual>).

Dengan demikian, setiap orang memiliki dimensi spiritual. Dimensi ini mengintegrasikan, memotivasi, menggerakkan, dan mempengaruhi seluruh aspek hidup manusia.

Spiritualitas juga memberikan suatu perasaan yang berhubungan dengan intrapersonal (hubungan antara diri sendiri), interpersonal (hubungan antara orang lain dengan lingkungan) dan transpersonal (hubungan yang tidak dapat dilihat yaitu suatu hubungan dengan ketuhanan yang merupakan kekuatan tertinggi). Dalam konteks ini, spiritualitas hubungannya dengan Yang Maha Kuasa dan Maha Pencipta, tergantung dengan kepercayaan yang dianut oleh individu. Menurut Burkhardt (1993)

spiritualitas meliputi aspek-aspek: (1) Berhubungan dengan sesuatu yang tidak diketahui atau ketidakpastian dalam kehidupan; (2) Menemukan arti dan tujuan hidup; (3) Menyadari kemampuan untuk menggunakan sumber dan kekuatan dalam diri sendiri; (4) Mempunyai perasaan keterikatan dengan diri sendiri dan dengan Yang Maha Tinggi (www.academia.edu)

2. Entrepreneurship

Kata *entrepreneurship* berasal dari bahasa Prancis *entreprendre*, yang berarti 'berusaha'. 'Berusaha' dalam hal bisnis, maksudnya adalah memulai sebuah bisnis. Kamus Merriam-Webster menggambarkan definisi *entrepreneur* sebagai seseorang yang mengorganisir dan menanggung risiko sebuah bisnis atau usaha. Menurut Thomas W. Zimmerer (2008) *entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Menurut Andrew J. Dubrin (2008) *entrepreneur* adalah seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif. Istilah *entrepreneurship* (kewirausahaan) pada dasarnya merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. *Entrepreneurship* adalah segala hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan dan proses yang dilakukan oleh para *entrepreneur* dalam merintis,

menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. *Entrepreneurship* merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dari pandangan para ahli dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Apidana, 2015).

Berdasarkan tinjauan makna kata *spiritualitas* dan *entrepreneurship* di atas, dapat dipahami bahwa istilah *spiritualitas entrepreneurship* bermakna "daya rohani berupa keyakinan kepada kekuasaan Tuhan sebagai Dzat Yang Maha Kuasa seorang *entrepreneur* dalam mengelola dan mengembangkan kewirausahaannya".

Istilah "spiritual entrepreneurship" dalam dunia akademik telah menjadi istilah baku dalam studi-studi *economics religion* terhadap keyakinan seseorang kepada Dzat Yang Maha Tinggi dalam pengaruhnya terhadap kesuksesan bisnis. Bahkan seorang sarjana Amerika bernama Michael Slaughter menulis buku berjudul *6 Principles for Risking Renewal Spiritual Entrepreneurship*. Melalui buku ini ia menjelaskan (dalam konteks spiritualitas Kristen) bahwa secara universal, spiritual entrepreneur bermakna komitmen pada 6 prinsip teologi: (1) The lordship principle: a clear focus on Jesus Christ as the

object of faith; (2) The biblical principle: scriptural truth as the primary source for what we believe and do; (3) The liturgical principle: discovery of new worship forms; (4) The covenant principle: commitment to the integrity of membership; (5) The priesthood principle: equipping the laity for ministry; (6) The leadership principle: spiritual entrepreneurship (Slaughter, 2010: 9).

Jika kerangka konseptual tersebut diterjemahkan atau diaplikasikan dalam konteks Islam, maka spiritual entrepreneurship secara universal bermakna bahwa kewirausahaan yang berkomitmen atau berdasarkan pada : (1) Prinsip ketuhanan; murni fokus untuk Allah Swt (*Tauhid*) sebagai objek keimanan. Prinsip ini merupakan tujuan hakiki bahwa kewirausahaan yang dijalani oleh seseorang tujuannya adalah untuk patuh dan menjalankan perintah Tuhan; (2) Prinsip *kitabiah*; nilai-nilai kebenaran teks al-Quran sebagai sumber utama untuk apa yang kita yakini dan lakukan; (3) Prinsip peribadatan; menemukan bentuk-bentuk peribadatan baru. Prinsip ini memandang bahwa ibadah bukan hanya pada dimensi ritual, tetapi berbisnis juga merupakan peribadatan kepada Tuhan; (4) Prinsip perjanjian; komitmen pada integritas sebagai umat. Akad yang dibatinkan dalam jiwa seorang wirausaha harus pada kejujuran dan nilai-nilai integritas; (5) Prinsip imamah: kesiapan untuk melayani; (6) Prinsip kepemimpinan; spiritualitas kewirausahaan.

Secara khusus, dalam konteks tulisan ini, penulis hendak menelusuri bagaimana nilai-nilai ajaran al-Quran terkait spiritualitas entrepreneurship,

nilai-nilai yang mampu memotivasi, menggerakkan kreatif dan inovatif secara sistematis baik perseorang atau komunitas untuk sukses dalam berwiraswasta.

C. Al-Qur'an Sebagai Basis Spiritualitas Entrepreneurship

I. Basis al-Quran Tentang Spiritualitas

Terdapat beberapa kata yang digunakan oleh al-Quran untuk menjelaskan baik istilah *spiritual* maupun *entrepreneursip* (kewirausahaan). Kata yang paling dekat dengan spiritualitas dalam al-Qur'an adalah kata *al-nafs* dan *al-ruh*. Beberapa makna *al-nafs* adalah jiwa, nafas atau nyawa, diri dan nafsu manusia (Burhanuddin 2007: 105). *Al-nafs* dijumpai sebanyak 297 kali, masing-masing dalam bentuk tunggal (*mufrad*) sebanyak 140 kali, sedangkan dalam bentuk jamak terdapat dua versi yaitu *nufus* sebanyak 2 kali dan *anfus* sebanyak 153 kali, dalam bentuk *fiil* ada dua kali. Kata *al-nafs* dalam al-Qur'an memiliki aneka makna, susunan kalimat, klasifikasi, dan objek ayat (Burhanuddin, 2007: 94). Kata *al-nafs* merujuk ke banyak arti, antara lain merujuk pada diri Tuhan dan juga manusia.

Dalam makna salah satu unsur dalam diri manusia, secara fungsional, *al-nafs* dipersiapkan (oleh Allah) untuk dapat menampung dan mendorong manusia untuk dapat melakukan perbuatan baik atau buruk. Dalam QS. Al-Syams Ayat 7-8:

وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ﴿٧﴾ فَأَهْمَهَا فُجُورَهَا
وَتَقْوَاهَا ﴿٨﴾

Terjemahannya:

Dan jiwa serta penyempurnaannya (ciptaannya),

Maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya.

Kata *alahamaha* (memberikan ilham) dalam makna luas berarti memberi potensi. M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa pada hakekatnya potensi positif lebih kuat daripada potensi negatif. Hanya saja, daya tarik keburukan lebih kuat daripada kebaikan kepada *al-nafs*. Untuk itulah manusia senantiasa dituntut memelihara kesucian *nafs*-nya dan jangan sekali-kali mengotorinya (Burhanuddin, 2007: 105).

Al-Qur'an juga mengisyaratkan bahwa *al-nafs* merupakan tempat yang dapat menampung gagasan dan kemauan. Isyarat ini dapat dipahami dari firman Allah surat Al-Ra'du ayat 11:

لَهُ مَعْقَبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَالٍ ﴿١١﴾

Terjemahannya:

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Dari ayat tersebut, suatu kaum tidak akan berubah keadaannya sebelum mereka mengubah terlebih dahulu apa yang ada di dalam *nafs* mereka. Apa yang ada di dalam *nafs* itu dapat berupa gagasan, pikiran, kemauan, tekad dan semangat untuk berubah. Gagasan yang benar disertai dengan kemauan dan tekad untuk mengubah nasib, niscaya akan dapat mengubah nasib, tetapi gagasan saja tanpa kemauan atau kemauan saja tanpa gagasan dan tekad yang kuat, maka tidak akan menghasilkan perubahan. Oleh karena itu, dapatlah dipahami bahwa *nafs* mewedahi gagasan, pikiran, kemauan (*iradah*), dan tekad (*'azm*) (Burhanuddin, 2007: 107).

Kata kedua dalam al-Qur'an yang paling dekat dengan spiritualitas adalah kata *al-ruh*. Kata ini disebutkan sebanyak 24 kali, masing-masing terdapat dalam 19 surat yang tersebar dalam 21 ayat. *Ruh* adalah daya potensial internal dalam diri manusia. Ia merupakan dimensi psikis manusia yang bersumber secara langsung dari Tuhan. *Al-ruh* membawa sifat-sifat dan daya-daya yang dimiliki oleh

sumbernya, yaitu Allah ((Burhanuddin, 2007: 136). *Al-ruh* merupakan dimensi spiritual yang menyebabkan jiwa manusia dapat dan memerlukan hubungan dengan hal-hal yang bersifat spiritual. *Al-ruh* manusia juga memiliki daya-daya atau kekuatan yang sifatnya spiritual yang tidak dimiliki oleh makhluk lainnya. Ini semua sebagai akibat manusia memiliki dimensi yang bersumber dari Tuhan. Dimensi ini menyebabkan manusia memiliki sifat *ilahiah* (sifat ketuhanan) dan mendorong manusia untuk mewujudkan sifat Tuhan itu dalam kehidupan di dunia (Burhanuddin, 2007: 146).

2. Basis al-Quran Tentang Entrepreneurship

Istilah *entrepreneursip* (kewirausahaan) dalam al-Quran dijelaskan dengan beberapa istilah, antara lain *tijarah*, *al-bai'*, dan *al-aqd* yang berarti perniagaan atau pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan, secara mahir dan cakap dengan visi yang kuat. Terminologi ini disebut dalam al-Qur'an sebanyak sembilan kali (Fauroni, 2014: 43).

Tijarah juga mempunyai makna perdagangan pada umumnya, misalnya QS. Al-Baqarah: 282, dan perniagaan dalam pengertian yang luas, meliputi perniagaan material kuantitatif dan immaterial-kualitas (jasa). QS. At-Taubah: 24; An-Nur: 37, dan al-Jumah: 11, menunjuk pada perniagaan material. Sedangkan QS. Al-Fathir: 29, As-Shaf: 10-11 dan al-Baqarah: 16 menunjuk pada perniagaan dalam konteks material sekaligus immaterial. Dari kedua pemahaman tersebut, bisnis dalam

al-Quran, dengan demikian mempunyai cakupan yang luas, yaitu tidak semata-mata bersifat material, melainkan sekaligus bersifat immaterial, bahkan menyatukan di antara keduanya (Fauroni, 2014: 43).

Al-bai, *isyara*, *aqd*, adalah terminologi lain dalam al-Qur'an. *Al-bai'* dipahami menjual, lawannya *isyara*, yaitu membeli atau memberikan sesuatu yang bernilai dengan menetapkan suatu harga dan keuntungan. Dalam al-Baqarah: 254 dan Ibrahim: 31 jual beli tersirat dilakukan sebagai media pendayagunaan dan pengembangan harta benda untuk tujuan memperoleh keuntungan sebagai bekal kehidupan akhirat. Dalam QS. Al-Jumah: 9 dan an-Nur: 37, jual beli dan usaha lainnya harus ditinggalkan ketika datang seruan shalat. Semua bentuk perniagaan tidak boleh membuat lalai dari mengingat Allah.

Kemudian ada QS. Al-Bqarah: 275, secara tegas disebutkan hanya jual beli yang *halal* yang boleh dilakukan. Sedangkan ekonomi bisnis yang mengandung riba sama sekali tidak diperkenankan. Jual beli merupakan sarana untuk mencari penghidupan yang harus dilakukan secara terbuka, teliti dan mempunyai kekuatan hukum (QS. At-Taubah: 111, al-Baqarah: 282). Berdasarkan kedua ayat terakhir dapat dipahami, bisnis bukan hanya antar manusia tetapi pada hakekatnya antar manusia dengan Allah SWT (Fauroni, 2014: 44).

Makna hakekat tersebut diperkuat pula oleh kandungan dan implikasi terma *aqad* yang bermakna berbagai jenis transaksi ekonomi. Dalam al-Qur'an terma ini selalu

didahului oleh *aufu* yang bermakna keharusan menepati, memenuhi, melaksanakan secara penuh atau sempurna. Berdasarkan hal itu, keseluruhan aktifitas transaksi tidak semata material dan antar manusia, tetapi meliputi immaterial, antara manusia dengan Allah. Dalam setiap transaksi terdapat ikatan dengan Allah, sebagai *wasilah* mengggpsi keridhaan Allah. Semua proses transaksi, karena itu harus memenuhi persyaratan dan jauh dari kepura-puraan atau kebohongan (Fauroni, 2014: 44-45).

Itulah basis al-Qur'an terkait spiritualitas dan entrepreneurship. Jika dua terminologi berdasarkan al-Qur'an di atas digabungkan, maka diperoleh pengertian bahwa "spiritualitas entrepreneurship" adalah "gagasan, pikiran, kemauan (*iradah*), semangat (*ghirah*), dan tekad (*'azm*) yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok (komunitas) untuk berusaha dalam perniagaan (material atau jasa) yang didasarkan pada nilai-nilai keyakinan kepada Allah yang diajarkan al-Qur'an.

D. Model Spiritual Entrepreneurship Berbasis Al-Qur'an

Jika al-Qur'an secara jelas telah memiliki muatan dan mengajarkan spiritual entrepreneurship (sebagaimana uraian di atas), lalu bagaimana dalam tataran historisitasnya? Adakah model-model kewirausahaan yang digerakkan oleh nilai-nilai spiritualitas al-Quran? Dari pertanyaan-pertanyaan inilah penulis melakukan penelusuran berbagai hasil riset yang telah dilakukan oleh banyak intelektual. Hasilnya ditemukan beberapa hasil penelitian terkait model-

model spiritual entrepreneurship berbasis al-Qur'an.

Berdasarkan temuan-temuan penelitian tersebut dapat disebutkan model-model spiritual entrepreneurship berbasis al-Qur'an antara lain:

1. Spiritualitas Entrepreneursip Model *Kaafah*

Konsep ini ditemukan oleh penelitian disertasi Abdul Jalil yang berjudul *Spiritual Entrepreneur (Studi Transformasi Spiritual Pengusaha Kudus)*, IAIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2012. Dengan menggunakan pendekatan sistem adaptif kompleks, ia menemukan bahwa pengusaha Kudus meyakini bahwa Islam adalah agama yang *kaaffah*. Sektor wirausaha, yang sering dikategorikan sebagai profan, tidak mereka pisahkan dari nilai-nilai spiritual. Antara dunia dan akhirat, antara masjid dan pasar, tidak berdiri secara diametral, namun berada dalam formasi keseimbangan antara kepentingan akhirat, kepentingan dunia, kepentingan sosial dan ekosistem. Keyakinan tersebut menurutnya, berbasis pada firman Allah dalam al-Qur'an surat Al-Qashas ayat 77:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ آتِنَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ
وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا
تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahannya:

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu

(kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Keseimbangan tersebut bermakna bahwa mencari rizki harus dilakukan dengan tetap dalam kerangka ketuhanan, karena Dia yang memiliki rizki. Maka menjadi tidak logis jika dalam mencari rizki justru melupakan yang memiliki rizki tersebut. Dalam kerangka ini pula, kita bisa memahami transendensi rizki (Jalil, 2014: 19), sebagaimana firman-Nya dalam Surat At-Thalaq ayat 3 :

وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ^ع

Terjemahannya:

Barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya.

Dengan membangun hubungan transendental dengan pemilik rizki, maka seseorang pada gilirannya akan sampai pada ketercukupan. Membangun hubungan transendental disini berarti seseorang merespon kepada wujud lain, dzat yang supranatural dan transenden. Joachim Wach mensyaratkan empat kriteria agar dapat diakui sebagai pengalaman transendental: (1) pengalaman tersebut merupakan tanggapan terhadap apa yang dihayati sebagai realitas mutlak; (2) dilakukan oleh pribadi yang utuh dan memiliki

kapasitas untuk memberi tanggapan; (3) ada kedalaman penghayatan; dan (4) adanya unsur imperatif agar pengalaman tersebut tampil dalam wujud perbuatan kongkrit (Jalil, 2014: 20).

Sebagai sesuatu yang masih berdimensi etik, transendensi kemudian diwujudkan dalam perilaku kongkrit sebagai artikulasinya. Al-Qur'an menyebut perilaku tersebut dengan takwa. Surat At-Thalaq 2 :

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ﴿٢﴾ وَيَرْزُقْهُ^ع

مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ^ع وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ع

فَهُوَ حَسْبُهُ^ع إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ^ع قَدْ جَعَلَ^ع

اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣﴾

Terjemahannya:

Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan Mengadakan baginya jalan keluar.

Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan Barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah Mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.

Kehadiran takwa sebagai artikulasi dimensi etik ini mencerminkan dua gerakan sekaligus: ke dalam dan ke luar. Gerakan ke dalam berarti seorang pengusaha mesti menghadirkan transendensi (*tawakkal*) atas hiruk-pikuk rutinitas kehidupan ekonomi. Sementara gerakan ke luar mencoba

mengekspresikan kesadaran tersebut dalam kehidupan yang lebih praktis. *Goal* yang hendak dituju adalah terbentuknya kepribadian luhur seorang pengusaha yang jujur. Sasaran ganda (individualitas dan sosialitas) tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak bisa ditangani secara terpisah, timpang, atau berat sebelah. Setelah rizki didapat, maka seorang pengusaha tidak boleh berhenti di situ saja karena masih ada dimensi sosialitas yang harus dibereskan. Dalam setiap harta ada hak sosial di dalamnya, Surat Ad-Dzariyat ayat 19 :

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿١٩﴾

Terjemahannya:

Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.

Dengan melakukan langkah ini, Allah menjamin akan menambah rizkinya, dan siapapun yang mengabaikan akan disediakan siksa yang pedih. Surat Ibrahim ayat 7:

وَإِذْ تَأَذَّرَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ

لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي

لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

Terjemahannya:

Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), Maka Sesungguhnya azab-Ku sangat pedih".

Mengingat bahwa menjaga keseimbangan, bertawakkal,

bertakwa dan bersyukur tidak mudah dilakukan, maka sangat mungkin seseorang *khilaf* dengan melakukan hal yang sebaliknya. Untuk itulah, seorang pengusaha perlu bertaubat dan beristighfar. Taubat di sini berarti kembali kepada jalan yang semestinya, dan istighfar berarti menutup kekhilafan tersebut dengan perbuatan yang lebih baik, sehingga keseimbangan tetap terjaga, dan kehidupan yang lebih membahagiakan siap menanti (Jalil, 2014: 23).

Religiusitas pengusaha Kudus tidak hanya pada memahami dari sisi normatif tetapi dipadupadankan dengan keterlibatan ritual (*ritual involvement*), keterlibatan teologis (*theological involvement*), keterlibatan intelektual (*intellectual involvement*) dan keterlibatan pengalaman (*experiential involvement*) (Jalil, 2014: 23).

Dengan sinergitas empat komponen di atas, formasi spiritualitas pengusaha Kudus membentang dari aspek kognitif, eksistensial dan aspek relasional untuk selanjutnya membingkai dan berrelasi secara intrapersonal (hubungan antara diri sendiri), interpersonal (hubungan antara orang lain dengan lingkungan) dan transpersonal (hubungan yang tidak dapat dilihat yaitu suatu hubungan dengan ketuhanan yang merupakan kekuatan tertinggi) (Jalil, 2014: 26).

2. Spiritualitas Entrepreneurship Model *Ukhuwah*

Konsep *ukhuwah* sebagai episentrum spiritual yang menggerakkan kewirausahaan

ditemukan oleh R. Lukman Fauoni dalam penelitian Disertasinya di UIN Sunan Kalijaga yang kemudian diterbitkan menjadi buku berjudul *Model Bisnis Ala Pesantren; Filsafat Bisnis Ukhuwah Menembus Hypermarket Memberdayakan Ekonomi Umat* (Fauoni, 2014: 173).

Penelitian tersebut menemukan bahwa sumber nilai spiritual yang mendorong dinamika dan inovasi sosial dalam ekonomi di pesantren Al-Ittifaq tempat penelitiannya adalah *ukhuwah* yang diperkuat dengan nilai-nilai kearifan lokal. *Ukhuwah* dalam temuannya berarti bukan sekedar persaudaraan dalam pengertian yang sempit, melainkan suatu ikatan perekat sosial ekonomi yang erat dan berpengaruh signifikan terhadap pencapaian kemajuan masyarakat. *Ukhuwah* merupakan suatu ikatan batin yang kuat, kokoh, yang tereksresi dalam sikap dan perilaku seseorang dalam komunitas yang berkarakter kohesif, saling percaya, memberi dan menerima, dan saling mengayomi untuk kemajuan bersama (Fauoni, 2014: 176).

Konsep *ukhuwah* yang ditemukannya berbasis pada al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ

أَخْوَابِكُمْ وَأَتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahannya:

Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.

Surat Ali Imran ayat 103:

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا
وَأذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً
فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ
إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ
فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ
آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٢٦﴾

Terjemahannya:

Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.

Surat Al-Hijr ayat 47:

وَنَزَعْنَا مَا فِي صُدُورِهِمْ مِّنْ غِلٍّ إِخْوَانًا

عَلَىٰ سُرُرٍ مُّتَقَابِلِينَ ﴿٤٧﴾

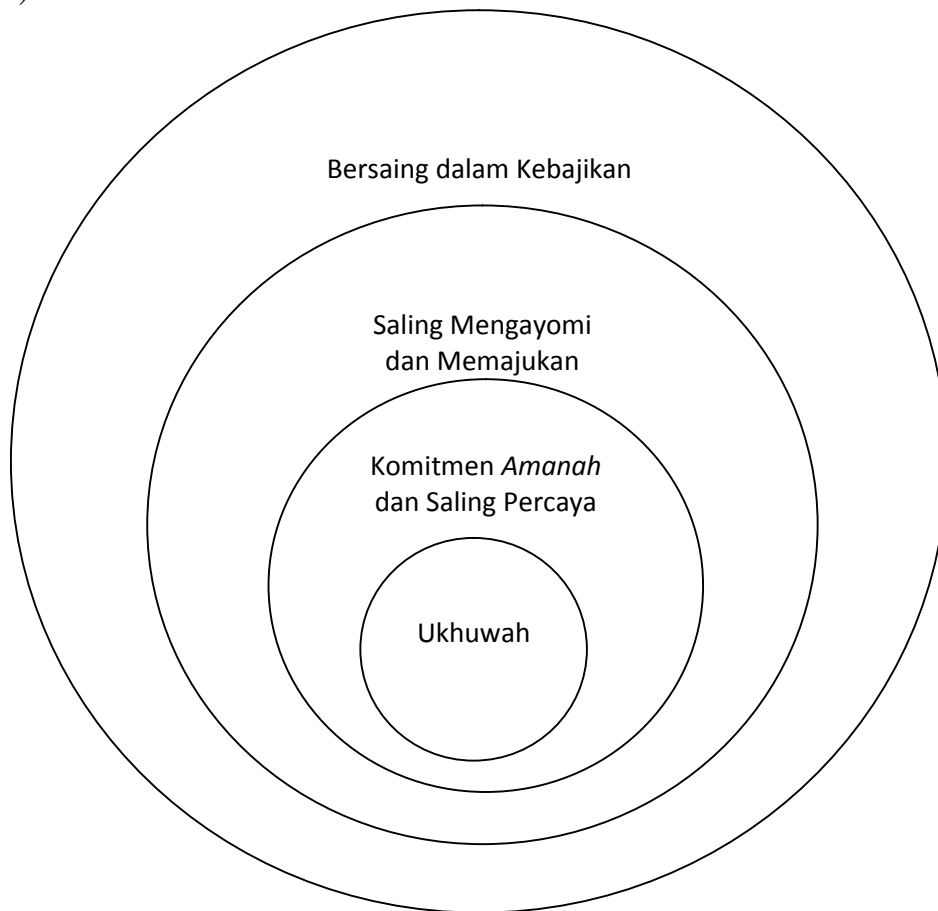
Terjemahannya:

Dan Kami lenyapkan segala rasa dendam yang berada dalam hati mereka, sedang mereka merasa bersaudara duduk berhadap-hadapan di atas dipan-dipan.

Ukhuwah telah mentradisi dalam praktek ekonomi bisnis masyarakat Pesantren Al-Ittifaq. Ia telah menjadi perekat atau kohesi

sosial yang mengakar dalam keseluruhan interaksi ekonomi bisnis. Secara psikologis, *ukhuwah* telah menjadi semacam pedal gas pelancar tindakan individu dan kolektif bagi kemajuan bersama. Pada sisi lain, *ukhuwah* menjadi rem sosial bila tergelincir pada hal-hal yang menimbulkan kekurangharmonisan (Fauroni 2014: 176).

Terhadap para pelaku ekonomi bisnis, *ukhuwah* sebagai episentrum, melahirkan konsekuensi berbagai komitmen. Komitmen *amanah* dan saling percaya, saling mengayomi dan memajukan serta komitmen bersaing dalam kebajikan (Fauroni 2014: 180). Hal ini tergambar sebagai berikut:



Gambar di atas, “struktur” konsekuensi *ukhuwah* pada komitmen pelaku bisnis, dijelaskan sebagai berikut: *pertama*, *ukhuwah*. Entitas bisnis pesantre Al-Ittifaq dan jaringannya berkembang dan mencapai kemajuan dengan landasan *ukhuwah* (persaudaraan). *Ukhuwah*,

menjunjung tinggi relasi fungsional bagi kemajuan dalam berbisnis sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi bersama. *Kedua*, komitmen *amanah* dan saling percaya. Keseluruhan bisnis dikelola dan dikembangkan dengan landasan *ukhuwah* yang membuahkan

komitmen amanah saling percaya mempercayai sebagai wujud optimal fungsi *Abdullah* dan *khalifatullah*. Dalam bisnis harus memadukan antara prinsip *amanah* dan *Abdullah* yang akan dipastikan melahirkan *Muhammad*, yaitu hasil yang utama dari proses yang terpuji. Prinsip *ilahi* harus menjadi nomor satu. Apa pun yang dilakukan harus sesuai dengan aturan main dan bertujuan hakiki sebagai pengabdian hamba kepada Allah SWT. Mengutamakan pelanggan dengan demikian merupakan bagian tak terpisahkan dari fungsi *Abdullah* yang amanah. *Ilahi* bermakna pula, pengembangan ekonomi bisnis harus memposisikan Allah SWT sebagai tujuan pertama dan yang paling utama, sesuai dengan syariatnya. *Ketiga*, komitmen saling mengayomi dan memajukan. Aktivitas pengelolaan dan pengembangan entitas bisnis tidak hanya bertujuan kemajuan pribadi, tetapi juga sesama. *Ukhuwah* melahirkan komitmen kerjasama kemitraan, saling mengayomi dan memajukan terutama di antara para anggota jaringan dalam naungan pesantren. *Keempat*, komitmen bersaing dalam kebajikan.

Keuntungan dampak pencapaian kemajuan bisnis, tidak hanya diperuntukkan bagi kesejahteraan pribadi dan keluarga, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan kerabat, tetangga dan sesama melalui kesadaran mengimplementasikan pengabdian pada pesantren, orang-orang terdekat dan umat. Tolok ukur keberhasilan, terletak pada dampak adanya peningkatan kesejahteraan

ekonomi masyarakat (Fauroni, 2014: 181).

Paduan sikap dan kesadaran itu kemudian terekspressi keluar menjadi budaya bisnis atau model bisnis berbasis ukhuwah yang ditopang empat elemen pokok, yaitu: *pertama*, berorientasi pasar dan menghindarkan dari mengecewakan pelanggan; *kedua*, kesadaran berdaya saing, mengeepankan keutamaan dalam keseluruhan proses bisnis; *ketiga*, keuntungan yang sepadan antara material dan sipiritual; *keempat*, berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan dan keadilan social ekonomi umat (Fauroni, 2014: 182-183).

3. Spiritualitas Entrepreneurship Model Bisnis Sufi/ *Thareqat*

Model ini berdasarkan temuan penelitian Radjasa Mu'tasim dan Munir Mulkhan yang meneliti Tareqat Sadzaliyah di Kudus Kulon. Hasil penelitian tersebut diterbitkan menjadi buku dengan judul *Bisnis Kaum Sufi; Studi Tarekat dalam Masyarakat Industri*. Temuan penelitian tersebut adalah tareqat Sadzaliyah di Kudus Kulon diperaktekkan pengikutnya secara berbeda dari sumber aslinya akibat situasi materiil, kondisi sosial, ekonomi, politik dan sistem budaya yang tumbuh tempat para pengikut tareqat ini hidup (Mu'tasim, 1998: 224).

Al-Quran menjadi kekuatan spiritual yang dibaca melalui kegiatan *tadarusan* dan *sema'an* dan dimaknai oleh guru-guru tareqat menjadi nilai spiritual dan nilai moral. Demikian halnya penghormatan kepada Nabi Muhammad Saw diwujudkan dalam

bentuk shalawatan dan barzanji. Pusat kegiatan mereka adalah rumah, masjid dan pasar.

Ketekunan dalam tarekat oleh pengikut Tareqat Sadzaliyah di Kudus Kulon ternyata mendasari etos bisnis. Pengikut tareqat ini menjadi wiraswastawan yang tekun sebagaimana ketekunan mereka mengamalkan ajaran tareqat sehingga mereka pekerja keras untuk mendapatkan keuntungan dan kekayaan sebagai alat untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. melalui ketaatan kepada guru mursyid.

Ajaran tareqat ternyata mampu menggerakkan para pengikutnya untuk melakukan kegiatan ekonomi produktif. Namun sayangnya, kegiatan ini terbatas hanya sebagai kegiatan sekunder mengatasi rasa cemas dan rasa berdosa, sehingga kurang mampu mendorong kegiatan ekonomi berskala besar (Mu'tasim, 1998: 228).

Selain beberapa model sipiritual entrepreneurship berbasis al-Qur'an yang diuraikan di atas, masih banyak nilai-nilai spiritual entrepreneurshif berbasis al-Qur'an yang hidup (*living values*) dalam banyak komunitas dan lembaga-lembaga ekonomi Islam di Indonesia. Misalnya, kesuksesan penerapan model koperasi syariah di Pondok Pesantren Sidogiri di Jawa Timur. Di Yogyakarta ditemukan beberapa model sipiritual entrepreneurship: *pertama*, model-menjaga wudhu. Model ini penulis temukan diamalkan oleh pedagang Pasar Demangan. Menurut pengakuannya, sudah 8 tahun ia selalu menjaga wudhunya. Ia selalu dalam keadaan wudhu. Ia melakukan itu semua sebagai

upaya menjaga kesucian, supaya diberikan keberkahan dalam dagang. "Keberkahan" hanya bisa didapat melalui kesucian. *Kedua*, model-tidak menjual rokok. Model ini diterapkan oleh pemilik Pamela Swalayan Yogyakarta. Pemiliknya berkomitmen tidak menjual rokok di swalayannya untuk menghindari memperjualbelikan barang yang haram dan merusak kesehatan. Padahal, menurut pengakuan pemilik Pamela Swalayan, H. Sunardi Syahuri, keuntungan dari menjual rokok itu sangat besar dan menggiurkan. Tetapi, dia tidak tergoda sebagai bukti komitmen spiritual untuk tidak memperjualbelikan barang yang haram dan merusak kesehatan. Dari itu, Pamela Swalayan justru mendapat kepercayaan dari para pelanggannya. *Ketiga*, model-publikasi bahwa keuntungan untuk kedermawanan. Model ini penulis temukan pada Waroeng Steak & Shake. Di warung ini, selain menjaga kehalalan, kualitas pelayanan dan keterjangkaun (kemurahan) harga, juga dalam hari atau minggu tertentu mempublikasi kepada para pelanggannya bahwa keuntungan usaha hari dan tanggal tertentu akan disumbangkan (*didonasikan*) untuk kegiatan sosial tertentu yang bermanfaat bagi kaum yang lemah.

Model-model sipiritualitas entrepreneurship tersebut membuktikan bahwa sipiritualitas Islam mendasari dan terformulasi ke dalam etos bisnis. Dengan demikian, teori Ian Marshal dan Danah Zohar tentang *spiritual capital* yang memprediksikan bahwa dalam konteks bisnis modern akan muncul sipiritualitas tanpa agama sebagai landasan moral bisnis terbantahkan.

E. Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa al-Qur'an mengajarkan spiritualitas entrepreneurship. Spiritualitas entrepreneurship berbasis al-Qur'an adalah "gagasan, pikiran, kemauan (*iradah*), semangat (*ghirah*), dan tekad (*'azm*) yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok (komunitas) untuk berusaha dalam perniagaan (material atau jasa) yang didasarkan pada nilai-nilai keyakinan kepada Allah yang diajarkan al-Qur'an.

Model-model spiritualitas entrepreneurship berbasis al-Qur'an yang hidup (*living values*) sangat variatif, di antara model-model yang dibahas dalam tulisan ini adalah (1) spiritualitas entrepreneurship model *kaafah*, (2) spiritualitas entrepreneurship model *ukhuwah*, (3) spiritualitas entrepreneurship model *tareqat*, (4) spiritualitas entrepreneurship model menjaga wudhu, (5) spiritualitas entrepreneurship model-tidak menjual rokok, (6) spiritualitas entrepreneurship model-publikasi bahwa keuntungan untuk kedermawanan. *Wallahu a'lam*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, Lorens. 2000. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia.
- Baharuddin. 2007. *Paradigma Psikologi Islami; Studi Tentang Elemen Psikologi dari Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fauroni, R. Lukman. 2014. *Model Bisnis Ala Pesantren; Filsafat Bisnis Ukhuwah Menembus Hypermarket Memberdayakan Ekonomi Umat*. Yogyakarta: Kaukaba.
- Jalil, Abdul . 2013. *Spiritual Enterpreneurship; Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*. Yogyakarta: LKiS.
- Martin, Wade A. 2007. *Spiritual Entrepreneurialism; A Story Bridging The Sacred and Scular for Samall Chruch Renewal*. Xulon Press.
- Mu'tasim, Radjasa dan Munir Mulkhan. 1998. *Bisnis Kaum Sufi; Studi Tarekat dalam Masyarakat Industri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nunziata, Joe. 2007. *Spiritual Selling; How to Use the Attractor Sales System to Creat Abundance in Your Business*, New Jersey: Joh Wiley & Sons Inc.
- Obadia, Lionel dan Donald C. Wood. 2011. *The Economic Religion; Anthropological Approaches*. USA: Emeral.
- Slaughter, Michael. 2010. *6 Principles for Risking Renewal Spiritual Entrepreneurs*. Nashville: Abingdon Press.
- Sheldrake, Philip. 2007. *A Brief History of Spirituality*. Oxford: Blacwell.
- Yusuf, Syahrial. 2010. *SEQ Kiat Islami Meraih Sukses sebagai Pengusaha*. Jakarata Penerbit Lentera Ilmu Cendekia, 2010