

Makna Spiritualitas dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim (Studi Fenomenologi Mengenai Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim di Kota Bandung)

Naufal Tijani¹, Ike Junita², Ferry Darmawan³

¹²³Afiliasi (Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung)

DOI: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2087>

Abstrak

In managing a company, the ability of an entrepreneur or entrepreneur is decisive. So that the success and also the progress or retreat of business activities really depends on the skills of entrepreneurs both in terms of economy and spirituality. The purpose of this study is to analyze the experiences of Muslim entrepreneurs who have the value of spirituality in business behavior, to analyze the meaning of experiences that have the spirituality value of Muslim entrepreneurs in business behavior, and to analyze the motives of Muslim entrepreneurs who have spirituality values in business behavior This research uses qualitative research methods and uses a phenomenological approach. Researchers conducted in-depth interviews and observations during this research process..

From this study, it was found that the role of close people from key informants such as parents was able to have a major influence on the life of each key informant. The key informants get the experience they interpret, so there is a process of internalization as a passion for values and or principles so that it becomes an awareness that is manifested in attitudes and behaviors. From the experiences gained by these Muslim businessmen, it was revealed that some of the motives of these key informants such as the motive of obedience to parents, the motive of disappointment and the motive of self-fulfillment. The meaning found from these Muslim businessmen is sincerity and *istiqomah*.

Keywords: pengusaha; muslim; bisnis, spiritualitas

Abstract

Abstrak. Dalam mengelola perusahaan, kemampuan wirausahawan atau pengusaha sangat menentukan. Sehingga keberhasilan dan juga maju atau mundurnya aktivitas usaha sangat tergantung terhadap kecakapan dari pengusaha baik dari sisi ekonomi maupun spiritualitas. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengalaman pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis, untuk menganalisis makna pengalaman yang memiliki nilai spiritualitas pengusaha muslim dalam perilaku bisnis, dan untuk menganalisis motif para pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif serta menggunakan pendekatan fenomenologi. Peneliti melakukan wawancara mendalam dan observasi selama proses penelitian ini.

Dari penelitian ini didapati bahwa peran dari orang terdekat dari para key informan seperti orang tua mampu memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan masing-masing key informan. Para key informan tersebut mendapatkan pengalaman yang dimaknainya, maka terjadilah proses internalisasi sebagai suatu penghayatan nilai-nilai dan atau prinsip sehingga menjadi kesadaran yang diwujudkan dalam sikap dan perilaku. Dari pengalaman-

pengalaman yang didapatkan oleh para pengusaha muslim ini terungkap beberapa motif dari para key informan ini seperti motif patuh kepada orang tua, motif kecewa dan motif pemenuhan diri. Makna yang didapati dari para pengusaha muslim ini adalah ikhlas dan istiqomah.

Keywords: *entrepreneur, muslim, business, spirituality*

Copyright (c) 2022 **Naufal Tijani**

✉ Corresponding author :
Email Address : naufal@gmail.com

PENDAHULUAN

Pengusaha adalah seseorang yang menjalankan aktivitas usaha baik usaha jual-beli, maupun usaha produksi yang mempunyai tujuan utama untuk memperoleh keuntungan dan menanggung resiko yang mungkin saja akan terjadi dalam aktivitas usahanya. Dalam pengelolaan perusahaan, kemampuan wirausahawan dan pengusaha sangat menentukan. Sehingga keberhasilan dan juga maju atau mundurnya aktivitas usaha sangat tergantung kepada kecakapan pengusaha.

Beberapa ahli menyamakan konsep spiritualitas dengan agama atau praktik-praktik keagamaan (Emblen & Halstead, 1993). Menurut mereka, spiritualitas tidak bertentangan dengan agama, tetapi spiritualitas merupakan fenomena yang lebih inklusif. Bagi beberapa individu, spiritualitas bisa dihubungkan serta diungkapkan melalui agama formal, sedangkan bagi sebagian individu yang lain, spiritualitas dianggap tidak berkaitan dengan keyakinan-keyakinan keagamaan ataupun afiliasi keagamaan yang lainnya.

Pengusaha muslim dapat dijadikan salah satu sumber motivasi bagi umat Islam untuk membangun Islam itu sendiri dan kualitas hubungan akan menjadi salah satu pendukung kemajuan bisnis. Masyarakat adalah salah satu penentu keberhasilan bisnis, terutama umat Islam yang ada di Indonesia yang mendukung pengembangan jiwa pengusaha muslim. Pengusaha muslim harus memiliki kemampuan dalam berinteraksi dengan berbagai macam karakter masyarakat berdasarkan kaidah aturan Islam. Hal tersebut merupakan salah satu syarat bahwa pengusaha muslim perlu menunjukkan identitasnya sebagai muslim yang memiliki kapasitas untuk membangun jiwa berbisnis bagi umat muslim lainnya sekaligus membangun citra positif umat Islam dalam penilaian masyarakat secara umum.

Bahwa untuk mencapai kehidupan yang bermakna maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan mengaitkan diri kepada sesuatu yang lebih besar. Semakin besar entitas dimana individu menambatkan diri, semakin bermakna kehidupan seseorang. Oleh karena itulah peneliti berasumsi, seperti halnya Seligman, M. E. P. (2005), banyak orang mendambakan makna dan tujuan hidup dengan cara beralih pada pemikiran di era baru ini atau kembali kepada agama yang terinstitusikan, sebab manusia sedang "lapar" dengan keajaiban dan intervensi ketuhanan.

Hanneman Samuel, Peter L. Berger (2012:1) mengemukakan:

"...Individu di pandangnya sebagai acting subject-makhluk hidup yang senantiasa bertindak dalam kehidupan sehari-hari yang dijalaninya. Tindakan-tindakan yang dilakukan bukan sekedar respon biologis terhadap suatu stimulus tertentu, tetapi berangkat dari makna-makna subjektif yang dimiliki sang aktor tentang tujuan yang hendak dicapai lewat tindakannya, cara atau sarana untuk mencapai tujuan tersebut, serta situasi dan kondisi dimana

tindakan akan atau sedang dilakukan. Sedangkan “masyarakat” didefinisikannya sebagai suatu satuan kompleks yang terdiri dari relasi-relasi antarmanusia yang relative besar dan berpola.

Spiritualitas dari perspektif humanis dan eksistensial dengan menciptakan definisi dari tulisan- tulisan Maslow, Dewey, dan Frankl tentang potensi-potensi positif manusia. Spiritualitas dipandang sebagai suatu fenomena yang secara potensial berada di dalam diri setiap manusia.

Sejumlah cendekiawan melihat spiritualitas dan agama sebagai konsep yang berbeda misalnya, menganggap spiritualitas melibatkan hubungan seseorang dengan yang sesuatu yang suci, sakral, besar atau agung, sebagai hal yang berbeda dari religy (agama) yang melibatkan kepatuhan terhadap keyakinan dan praktek-praktek (ritual) tertentu, meskipun ia juga mengakui bahwa keduanya kadang-kadang sulit untuk dipisahkan dan sering tidak dapat dibedakan dalam teori dan penelitian. Dalam penelitian, sejalan dengan Nelson, J.M. (2009), peneliti mencoba mencari makna pengusaha muslim dalam orientasi bisnisnya.

Beberapa pengusaha muslim yang menurut peneliti sukses adalah Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Abdullah Gymnastiar, Ustadz Arifin Ilham, dan Ustadz Khalid Basamalah. Peneliti berasumsi hal ini adalah sebuah kebanggaan dan contoh bagi pengusaha muslim lainnya di Indonesia, karena peranan seorang muslim atau muslimah sebagai pengusaha muslim yang sukses untuk kemajuan Islam itu sendiri sangatlah penting.

Diambil dari situs Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia, saat ini anggota KPMI tersebar di 35 Korwil, 33 Korwil Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia dan 2 Korwil di luar negeri. Anggota KPMI yang terdaftar berjumlah lebih dari 32.000 orang baik yang sudah jadi pengusaha maupun calon pengusaha. Kajian terkini telah menunjukkan bahwa agama dan spiritual adalah kekuatan dan bukannya patologi. Dalam pandangan Rapp, M. A. (2010: 66-78) Perkara ini sangat penting, apalagi dalam kontek Asia dan Indonesia sebagai Negara yang penduduknya terkenal sebagai masyarakat yang religius, .

Mengejar keuntungan setinggi-tingginya tidaklah salah, tetapi ketika ambisi mencapai profit tinggi itu menjadikan pihak lain merugi, hal ini berpotensi memperburuk kondisi bisnis. Contohnya adalah eksploitasi konsumen yang membuat rugi konsumen serta eksploitasi alam yang membuat kerusakan lingkungan, di mana kondisi tersebut dapat menjadi pemicu bagi ketidakberlangsungan bisnis dan menyimpang dari esensi bisnis menurut perspektif Islam. Dalam konteks Islam, spiritualitas adalah kesadaran tauhid terhadap Allah SWT dalam kehidupan manusia agar mampu mengikuti kehendak dan arahan-Nya.

Fenomena spiritualitas yang dikaitkan dengan bisnis Islam, merujuk pada kesadaran pelaku bisnis bahwa keuntungan yang diperoleh tidaklah sebatas nominal profit jangka pendek di dunia, namun juga tercapainya profit jangka panjang di akhirat. Perusahaan yang melandaskan aktivitasnya pada nilai-nilai spiritual terbukti mampu bertahan dan berkembang secara baik. Secara umum, menurut A. Riawan Amien, “Pentingnya Unsur Spiritual dalam Berbisnis”, diakses 12 Januari 2016, <http://www.republika.co.id/berita/ensiklopedia-islam/hikmah/10/07/18/125244-pentingnya-unsur-spiritual-dalam-berbisnis>, ada enam manfaat bagi perusahaan yang menyandarkan bisnisnya pada aspek spiritualitas. Pertama, perusahaan akan jauh dari berbagai kecurangan (fraud) yang mungkin terjadi akibat ‘menghalalkan

segala cara' karena dari sinilah kebangkrutan suatu usaha dimulai. Kedua, meningkatnya produktivitas dan kinerja perusahaan. Ketiga, terbangunnya suasana kerja yang harmonis. Keempat, meningkatnya citra positif perusahaan. Kelima, perusahaan menjadi tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan (sustainable company). Keenam, menurunkan perpindahan karyawan.

Perusahaan selalu dihadapkan oleh dinamika perubahan yang semakin lama intensitasnya semakin sulit diprediksikan. Perkembangan perubahan tersebut berasal dari faktor eksternal maupun dari dinamika internal perusahaan. Idealnya memang perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan perubahan-perubahan yang terjadi dengan proaktif agar kinerja dapat tumbuh berkembang dalam jangka panjang. Pada masa saat ini telah terjadi tantangan baru dalam pengelolaan bisnis yakni dengan masuk bahkan digunakannya nilai-nilai spiritualitas sebagai landasan nilai-nilai yang dibangun dalam perusahaan. Kajian tentang nilai-nilai spiritualitas ini telah menjadi trend menarik di banyak bidang bisnis.

Peneliti berasumsi bahwa kinerja merupakan ukuran keberhasilan perusahaan. Indikator keberhasilan ini juga berkembang seiring dengan perubahan perkembangan yang terjadi. Tuntutan perubahan eksternal dan internal semakin memposisikan perusahaan untuk tidak lagi sekedar mengejar pemenuhan kinerja keuangan, namun semakin mengarah pada pemenuhan kinerja non keuangan. Proses pencapaian kinerja keuangan dan non keuangan juga semakin mendapat perhatian. Proses pencapaian kinerja ini erat kaitannya dengan orientasi nilai-nilai spiritualitas yang dilakukan para pengusaha muslim dalam menjalankan perusahaannya.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Eksistensi Nilai Spiritual dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim" (Studi Fenomenologi Pada Pengusaha Muslim di Kota Bandung) Pertanyaan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengalaman pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis?. Bagaimana pengusaha muslim memaknai nilai-nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis? Bagaimana motif para pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1. Menganalisis pengalaman pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis. 2. Menganalisis makna pengalaman yang memiliki nilai spiritualitas. pengusaha muslim dalam perilaku bisnis 3. Menganalisis motif para pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis.

METODOLOGI

menggunakan metodologi kualitatif yang lebih melihat kondisi alami dari suatu fenomena yang dialami dan dilakukan oleh para pengusaha muslim dalam berkomunikasi yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilakunya. Dengan metode ini peneliti bertujuan memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks dari subjek penelitian.

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2004:3) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, yang didasari oleh orang atau perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Disebut kualitatif karena informasi kualitatif digunakan agar gambaran tentang fenomena sosial yang disajikan dalam penelitian semakin jelas dan hidup serta nuansa-nuansa fenomena sosial dapat ditampilkan. Penelitian kualitatif adalah sebuah bentuk pengamatan

terhadap individu dalam lingkungan hidupnya. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan fenomenologi.

Margaret M. Poloma, (2013: 301-302) Makna fenomenologi adalah realitas, tampak. Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak berdiri sendiri. Karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran lebih lanjut. Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna (hakikat) terdalam dari fenomena tersebut.

Peneliti melalui pendekatan fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman manusia yaitu pengusaha muslim. Analisis fenomenologi digunakan peneliti untuk mengetahui konstruksi makna, motif, serta pengalaman para pengusaha muslim dalam berbisnis. Konsep utama dalam fenomenologi adalah makna. Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia. Untuk mengidentifikasi kualitas yang esensial dari pengalaman kesadaran dilakukan dengan mendalam dan teliti (Smith, Jonathan A., Flowers, Paul., and Larkin. Michael, 2009).

Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan pemanfaatan dokumen Uji Keabsahan Data dilakukan dengan pengecekan data dari beragam sumber dengan beragam cara dan perbedaan waktu yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik, (Sugiyono, 2007)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Key informant yang dipilih dalam penelitian ini adalah mereka yang memiliki informasi mendalam berperilaku spiritual yang dilakukan dalam menjalankan bisnisnya, serta memiliki pengalaman minimal 15 tahun dalam berbisnis. Pemilihan informan didasari pertimbangan bahwa informan dianggap peneliti paling mengetahui mengenai permasalahan yang akan diteliti saat ini. Hal ini dikarenakan bahwa informan tersebut memiliki keterkaitan yang besar terhadap masalah yang akan diteliti. Selain itu Key informant yang peneliti pilih salah satunya masih muda yang memiliki motivasi dan semangat dalam pengembangan diri. Kriteria dari informan yang dipilih yaitu memiliki kriteria yang berdasarkan ketentuan yang telah peneliti tentukan untuk kemudian dipertimbangkan oleh peneliti, sesuai dengan keterkaitan mereka dengan penelitian ini. Adapun Key informant tersebut yaitu Bapak Khiyaruddin sebagai pemilik bisnis konveksi kerudung anak terbesar di padalarang dan Bapak Fahim sebagai pengusaha di bidang jasa umroh haji dan pemilik pesantren. Adapun profil Key informant disajikan pada tabel berikut:

Nama Key informant	Khiyarudin	Fahim Fauzi
	Jl. Haji Dasuki Kampung Cijeunjung Desa	
Alamat	Kertamulya RT.03 RW.20 Kecamatan padalarang, Kab Bandung Barat	Popes Al-Husaini Kp.Lebak Biru RT.03 RW.11 Desa Ciheulang Ciparay, Kab Bandung

Jenis Kelamin	Laki-laki	Laki-laki
Usia	65 Tahun	34 Tahun
Pendidikan Terakhir	SMA	SMA
Bisnis yang pernah dijalani	Pedagang kaki lima di pasar dayeuh kolot, petani sayur.	Operator pulsa, jual-beli mobil, pemilik konveksi
Pekerjaan	Pemilik Konveksi Kerudung & pakaian muslim	Ketua Yayasan Pondok Pesantren, Pemilik KBIH Tazkiatun Nafsyi, Pemilik Travel Umroh & Haji, Pemilik Peternakan domba & ayam petelur
Lama Berbisnis	30 Tahun	15 Tahun

Pengalaman Pengusaha Muslim Yang Memiliki Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis.

Proses internalisasi dapat membantu seseorang mendefinisikan siapa dirinya melalui nilai-nilai di dalam dirinya dan dalam masyarakatnya yang sudah tercipta dalam bentuk serangkaian norma dan praktik. Pendapat Rais, M. (2012), menyatakan bahwa "Proses internalisasi lazim lebih cepat terwujud melalui keterlibatan peran-peran model (role-models). Individu mendapatkan seseorang yang dapat dihormati dan dijadikan panutan, sehingga dia dapat menerima serangkaian norma yang ditampilkan melalui keteladanan. Proses ini lazim dinamai sebagai identifikasi (identification), baik dalam psikologi maupun sosiologi. Sikap dan perilaku ini terwujud melalui pembelajaran atau asimiliasi yang subsadar (subconscious) dan nir-sadar (unconscious)"

Nilai sendiri menurut Luis D. Kattsof yang dikutip Syamsul Maarif Syamsul Maarif 2007:114) mengartikan nilai sebagai berikut: Pertama, nilai merupakan kualitas empiris yang tidak dapat didefinisikan, tetapi kita dapat mengalami dan memahami cara langsung kualitas yang terdapat dalam objek itu. Dengan demikian nilai tidak semata-mata subjektif, melainkan ada tolok ukur yang pasti terletak pada esensi objek itu. Kedua, nilai sebagai objek dari suatu kepentingan, yakni suatu objek yang berada dalam kenyataan maupun pikiran. Ketiga, nilai sebagai hasil dari pemberian nilai, nilai itu diciptakan oleh situasi kehidupan.

Internalisasi merupakan suatu proses dimana individu belajar dan diterima menjadi bagian, dan sekaligus mengikat diri ke dalam nilai-nilai dan norma-norma sosial dari perilaku suatu masyarakat, hal dikemukakan oleh Kalidjernih, F. K. (2010).

Berdasarkan konsep diatas, peneliti berasumsi bahwa kedekatan secara jarak intim role models terhadap informan memudahkan proses internalisasi lebih cepat terwujud, karena informan melihat role models panutan melalui keteladannya. Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang diungkapkan oleh para informan peneliti berasumsi bahwa pengalaman merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-harinya. Pengalaman juga sangat berharga bagi setiap manusia, dan pengalaman juga dapat diberikan kepada siapa saja untuk digunakan dan menjadi pedoman serta pembelajaran manusia. Daehler, Marvin dan Bukatko, Danuta, (1985) menyatakan, pengalaman dapat diartikan juga sebagai memori episodic, yaitu memori yang menerima dan menyimpan peristiwa yang terjadi atau dialami individu pada waktu dan tempat tertentu, yang berfungsi sebagai referensi otobiografi.

Pengalaman yang dialami oleh para informan didapatkan melalui role models, memiliki makna tersendiri bagi para informan. Role Models para informan tadi dijadikannya panutan dan teladan bagi para informan dalam menggeluti bidangnya masing-masing. Pendapat Scott, J. (1971), tentang internalisasi yakni "Internalisasi melibatkan sesuatu yakni ide, konsep dan tindakan yang bergerak dari luar ke suatu tempat di dalam mindah (pikiran) dari suatu kepribadian. Struktur dan kejadian dalam masyarakat lazim membentuk pribadi yang dalam dari seseorang sehingga terjadi internalisasi"

Berdasarkan konsep di atas, peneliti berasumsi bahwa internalisasi merupakan suatu proses pemahaman oleh individu yang melibatkan ide, konsep serta tindakan yang terdapat dari luar kemudian bergerak ke dalam pikiran dari suatu kepribadian hingga individu bersangkutan menerima nilai tersebut sebagai norma yang diyakininya, menjadikan bagian pandangannya dan tindakan moralnya. Setiap hari dalam kehidupan individu akan bertambah pengalamannya tentang bermacam-macam perasaan baru, maka belajarliah ia merasakan kebahagiaan, kegembiraan, simpati, cinta, benci, keamanan, harga diri, kebenaran, rasa bersalah, dosa, malu, dan sebagainya. Selain perasaan tersebut, berkembang pula berbagai macam hasrat seperti hasrat mempertahankan hidup. Proses internalisasi dapat membantu seseorang mendefinisikan siapa dirinya melalui nilai-nilai di dalam dirinya dan dalam masyarakatnya yang sudah tercipta dalam bentuk serangkaian norma dan praktik.

Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Mead (1943, hlm. 45) "dalam proses pengkontruksian suatu pribadi melalui mindah, apa yang terinternalisasi di dalam seseorang (individu) dapat dipengaruhi oleh norma-norma di luar dirinya". Berdasarkan pendapat tersebut peneliti berasumsi bahwa internalisasi pada diri seseorang dapat terjadi atau terkonstruksi melalui pemikiran dan hal tersebut dipengaruhi oleh norma-norma yang terjadi atau terdapat di luar dirinya.

Internalisasi adalah individu-individu sebagai kenyataan subyektif menafsirkan realitas obyektif, atau peresapan kembali realitas oleh manusia, dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia obyektif kedalam struktur-struktur dunia subyektif. Pada momen ini, para informan akan menyerap segala hal yang bersifat obyektif dan kemudian akan direalisasikan secara subyektif. Internalisasi ini berlangsung seumur hidup seorang informan dengan melakukan sosialisasi. Seperti halnya apa yang dilakukan oleh bapak khiyarudin untuk selalu rutin ibdah shalat tahajud dan bapak Fahim untuk selalu rutin wiridan dalam menjalankan bisnisnya di keseharian.

Di samping itu, suatu pendekatan dari Vygotsky, L.S. (1978), secara psikologis dilakukan pembatasan yang agak berbeda, yakni bahwa "Internalisasi meliputi rekonstruksi internal dari suatu operasi eksternal dalam tiga tahap. Pertama, suatu operasi yang pada awalnya merepresentasikan kegiatan eksternal yang dikonstruksi dan mulai terjadi pada tahap awal. Kedua, suatu proses interpersonal ditransformasikan ke dalam suatu proses intrapersonal. Ketiga, transformasi suatu proses interpersonal ke dalam suatu proses intrapersonal yang merupakan hasil dari suatu rangkaian perkembangan peristiwa"

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa internalisasi yang terjadi kepada para Key informant hakikatnya adalah sebuah proses menanamkan sesuatu, keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang menjadi perilaku sosial. Namun proses penanaman tersebut tumbuh dari dalam diri seseorang sampai pada penghayatan suatu nilai.

Peranan Significant Others dalam mentransformasi pengetahuan dan kenyataan obyektif pada individu. Orang-orang yang berpengaruh bagi para informan merupakan agen utama untuk mempertahankan kenyataan subyektifnya. Orang-orang yang berpengaruh itu menduduki tempat yang sentral dalam mempertahankan kenyataan. Selain itu proses internalisasi yang disampaikan Berger juga menyatakan identifikasi. Internalisasi berlangsung dengan berlangsungnya identifikasi. Si anak mengoper peranan dan sikap orang-orang yang mempengaruhinya. Artinya ia menginternalisasi dan menjadikannya peranan atas sikapnya sendiri. Internalisasi, dalam pandangan Berger, Peter L., Luckmann, Thomas. 1966., merupakan:

"Something to make attitudes, feeling, beliefs, etc fully part of one's personality by absorbing them through repeated experience of or exposure to them".

Sesuatu untuk membuat sikap, perasaan, keyakinan, dll sepenuhnya bagian dari kepribadian seseorang akan menyerap pikiran mereka dengan pengalaman berulang atau dengan yang mereka ucapkan".

Berdasarkan pendapat tersebut peneliti menyimpulkan bahwa internalisasi mempengaruhi para Key informant dalam bersikap, berperasaan, berkeyakinan. Hal itu terjadi dari proses penyerapan suatu pengalaman, tindakan atau ucapan yang berulang-ulang.

Peneliti berasumsi bahwa dalam proses internalisasi terdapat beberapa tahapan-tahapan yakni tahap proyeksi dan introyeksi. Proyeksi merupakan fase awal dari introyeksi. Introyeksi mengacu kepada suatu proses dimana individu menyalin atau mereplika suatu sikap atau perilaku dari orang disekitarnya.

Pengusaha Muslim Memaknai Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis

Irpan Ilmi, (2021: 6) Analisis kehidupan dan karakteristik individu untuk memutuskan menjadi pengusaha. Pengalaman orang bisa mempengaruhi pemikiran dan tindakan, sehingga mereka ingin melakukan sesuatu yang berarti dengan kehidupan mereka.

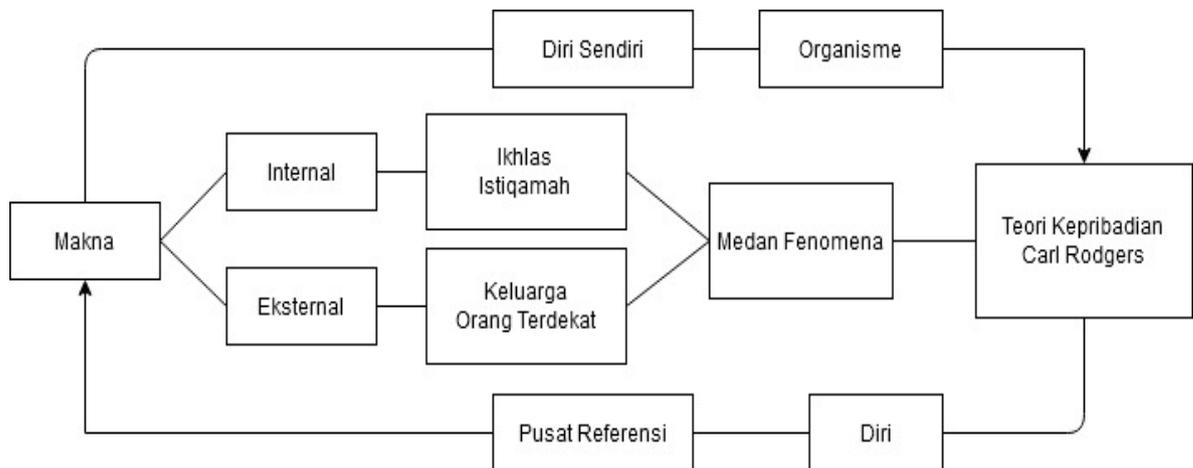
Jusmaliani, dkk., (2008) mengemukakan beberapa hal yang harus dipelihara untuk mencapai tujuan perdagangan sebagai bentuk ibadah. Pertama, meluruskan niat dan memantapkan akidah di awal perniagaannya. Hendaklah seseorang meniatkan usaha perdagangannya hingga terhindar dari kerakusan dan menjadikan agama sebagai landasan pelaksanaan usaha perdagangan. Kedua, berniat untuk berdagang dalam usahanya melaksanakan fardu kifayah (yang diwajibkan) dan

mengingat Allah SWT. Ketiga, rela menerima dan tidak tamak kepada pasar dan perniagaan. Keempat, menghindari syubhat (samar antara haram dan halal) dan mencermati semua bentuk muamalahnya

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, yaitu pengusaha muslim mengenai makna pengalaman Yang memiliki Nilai spiritualitas menghasilkan beragam jawaban, sesuai dengan pengalaman yang mereka alami masing-masing dalam menjalani profesinya tersebut. Dari pengumpulan data di lapangan, pemaknaan pengalaman informan adalah sebagai berikut:

1. Khiyaruddin, dengan pengalaman lebih dari 30 tahun menjadi seorang pengusaha, memaknai nilai spiritualitas dalam perilaku bisnisnya yaitu ikhlas. Dimana rasa ikhlas itu beliau lakukan dalam beribadah khususnya shalat tahajud yang rutin dilakukannya hanya berharap mendapatkan karomah dan ridho Allah.

2. Fahim Fauzi, dengan pengalamannya lebih dari 15 tahun, beliau memaknai pengalaman spiritualitasnya yaitu istiqamah. Beliau selalu mencoba untuk selalu istiqomah dalam melakukan wiridan setiap hari selepas shalat fardhu maupun di sela-sela kegiatannya.



Motif Para Pengusaha Muslim Yang Memiliki Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis

Melihat para informan banyak dipengaruhi oleh struktur pengalaman yang ada. Hal ini banyak memberi warna pada motif sebab (because motive) yang terbentuk. Keberadaan motif sebab tersebut sangatlah penting bagi hadirnya tindakan. Dalam hal ini, Schutz menjelaskan ada tiga aspek yang memberi pengaruh pada cara pandang subjek terhadap realitas. Pertama, cara pandang dipengaruhi oleh adanya situasi biografi (biographical situation). Menurutnya, faktor keluarga sebagai sumber pengetahuan pertama dan unik ikut menentukan pandangan seseorang. Dalam hal ini, perspektif yang berasal dari keluarga secara tidak langsung akan ikut menjadi bagian dari konstruksi cara pandang manusia.

Hasan, Abdul Wahid (2006) mengemukakan Spiritualitas merupakan bagian esensial dari keseluruhan kesehatan dan kesejahteraan seseorang. Kedua, Schutz, Alfred dalam John Wild dkk, 1967, melihat, dengan adanya situasi biografi menandakan bahwa seseorang pasti memiliki modalitas pengetahuan (stock of knowledge at hand). Dalam hal ini, struktur social (social structure) akan ikut

memperbesar stock of knowledge pada diri seseorang. Ketiga, posisi dari matriks sosial (the coordinates of the social matrix). Bahwa sudut pandang pada akhirnya menjadi implikasi yang jelas dari adanya situasi biografi (biographical situation) dan stok pengetahuan (stock of knowledge at hand). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tidak dapat dihindari akan selalu ada perspektif relatif yang menyelimuti dunia social.

Lebih lanjut, Schutz menyebutnya dengan konsep motif. Yang oleh Schutz dibedakan menjadi dua pemaknaan dalam konsep motif. Pertama, motif in order to, kedua, motif because. Motif in order to ini motif yang dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan motif because merupakan motif yang melihat kebelakang. Secara sederhana bisa dikatakan pengidentifikasian masa lalu sekaligus menganalisisnya, sampai seberapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya.

Berdasarkan penelitian, peneliti melihat bahwa peran dari orang terdekat dari para Key informant seperti orang tua mampu memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan masing-masing Key informant. Para key informan tersebut mendapatkan pengalaman yang dimaknainya, maka terjadilah proses internalisasi sebagai suatu penghayatan nilai-nilai dan atau prinsip sehingga menjadi kesadaran yang diwujudkan dalam sikap dan perilaku. Pembentukan perilaku spiritualitas ini dipengaruhi dari situasi yang terjadi atau dirasakan oleh dirinya. Hal itu terjadi dari proses penyerapan suatu pengalaman, tindakan atau ucapan yang diberikan oleh orang terdekat tadi.

Peranan orang terdekat dalam mentransformasi pengetahuan dan kenyataan obyektif kepada Key informant. Orang-orang yang berpengaruh bagi para Key informant merupakan agen utama untuk mempertahankan kenyataan subyektifnya. Orang-orang yang berpengaruh itu menduduki tempat yang sentral dalam mempertahankan kenyataan. Pada momen ini, para informan akan menyerap segala hal yang bersifat obyektif dan kemudian akan direalisasikan secara subyektif. Dari hasil penelitian melalui wawancara, Key informant mengungkapkan in order motives yang memiliki nilai spiritualitas di dalamnya. Pada proses perjalanan bisnisnya, ada motif yang berubah seiring pengalaman mereka sebagai pengusaha, dari pengalaman inilah akhirnya mereka memiliki tujuan dan harapan dalam menjalankan bisnisnya.

Dari pengalaman-pengalaman yang didapatkan oleh para pengusaha muslim ini terungkap beberapa motif dari para Key informant ini seperti motif patuh kepada orang tua, motif kecewa dan motif pemenuhan diri. Motif pemenuhan diri menjadi persamaan diantara para pengusaha muslim. Melihat para informan banyak dipengaruhi oleh struktur pengalaman yang ada. Hal ini banyak memberi warna pada because of motives dan in order motives yang terbentuk dalam diri para pengusaha muslim.

Makna yang didapati dari para pengusaha muslim ini adalah ikhlas dan istiqomah. Makna ini terungkap dari hasil wawancara mendalam dengan para pengusaha muslim. Ikhlas dalam menjalani ibadah shalat tahajud yang hanya meminta ridho Allah, dan Istiqomah dalam melakukan wiridan yang hanya berharap mendapatkan keberkahan dari Allah. Peneliti berasumsi bahwa dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktivitas apapun akan merasa ada kehadiran Allah SWT di setiap aspek hidupnya, terutama kehidupan dalam bisnisnya. Wujud dari Hablumminallah dan Hablumminannas yang baik adalah akhlak yang baik terhadap sesama manusia.

SIMPULAN

Pengalaman Pra perilaku Spiritual : Ketika pesaing berlaku curang dalam bisnisnya, para pesaing mencoba berlaku curang dengan mengambil pelanggan dengan cara yang kurang baik. Pernah dicurangi karyawan karena tidak jujur dalam administrasi. Ketika terlilit hutang & menjual harta benda untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Gagal menikah membuat perubahan drastis dalam kehidupan spiritual. Melihat orang mabuk di pesantren ketika sedang menjalani mondok dikala masa remajanya. Pengalaman Saat Melakukan perilaku Spiritual : Godaan tinggi dalam beribadah tahajud. Proses bisnis diberikan kelancaran. Merasakan ketenangan jiwa. Merasakan kesulitan untuk rutin melakukan wiridan . Merasakan lebih fokus dalam beribadah dan menjalankan usaha. Pengalaman Pasca perilaku Spiritual: Mampu bangkit dari kebangkrutan setelah mengikuti wejangan dari orang tua & Mang Iyan untuk selalu rutin shalat tahajud. Mendapatkan keberkahan dan rezeki yang berlimpah karena selalu rutin shalat tahajud. Mendapatkan keberkahan dan rezeki yang tidak terduga karena selalu rutin wiridan. Pernah mengalami kebangkrutan tetapi mampu bangkit dari keterpurukan tersebut setelah mendapatkan wejangan dan dorongan dari orang tua untuk selalu melakukan amalan wiridan. Muslim tidak dilarang untuk menjadi kaya, asalkan dengan cara yang baik dalam memperolehnya serta mengelola kekayaan dengan baik. Dalam konteks itu, yang tidak diperbolehkan yaitu menjadi kaya dengan kesombongan. Sedangkan yang diperlukan adalah kaya dan zuhud, menjalani kehidupan dengan kesederhanaan. Untuk menjadi kaya sesuai ajaran Islam, harus bekerja keras dengan sebaik-baiknya dan bersabar. Dengan demikian, bisa menjadi Muslim kaya dan berakhlak baik sesuai tuntunan Islam.

Referensi :

- Berger, Peter L., Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality, The Treatise In The Sociology of Reality*. Garden City, N.Y. : Doubleday.
- Bogdan dan Taylor, 1975 dalam J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Daehler, Marvin & Bukatko, Danuta. 1985. *Cognitive Development 1St edition*. New York : Alfred A. Knopf.
- Ilmi, I., & Saepurrohman, A. (2021). GREEN HOUSE PONDOK PESANTREN RIYADLUSHARFI WAL MANTIQ (Studi Manajemen Kepemimpinan Kiyai Dalam Meningkatkan Kompetensi Santri Bidang Wirausaha Dan Dunia Usaha). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 643-652.
- Jusmaliani, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013: 301-302)
- Kalidjernih, F. K. (2010). *Kamus Study Kewarganegaraan, Perspektif Sosiologikal dan Politikal*. Bandung: Widya Aksara
- Rais, M. (2012), *Internalisasi Nilai Integrasi Untuk Menciptakan Keharmonisan Hubungan Antar Etnik*. Disertasi pada program pasca sarjana PPU UPI Bandung.
- Rapp, M. A. (2010). *The Practioner's Attitudetoward Religion and Spirituality in Sosial Work Practice*. *Journal Learning Disabilities*, 34 (1) 66-78.
- Syamsul Maarif, *Revitalisasi Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 114
- Scott, J. (1971). *Internalization of Norms: A Sociological Theory of Moral Commitment*. Englewood Cliff, N.J. : Paentice-Hall.

- Sugiyono. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis, PT. Gramedia, Jakarta
- Smith, A Jonathan. 2009. Psikologi Kualitatif, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Vigotsky, L.S (1978). Mind In Society. Cambridge: Harvard University Press..