

BISNIS WIRAUSAHAWAN MUSLIM ALABIO

Studi Kasus di Kota Banjarmasin

Oleh:

Muhaimin

Fakultas Syariah IAIN Antasari, Jl. A. Yani Km 4,5 Banjarmasin

e-mail: muhaimin@iain-antasari.ac.id

Abstrak:

Riset dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan teknik wawancara secara mendalam, observasi partisipan dan studi dokumen. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan model interaktif Miles dan Haberman. Hasil analisis menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis wirausahawan muslim Alabio dipengaruhi oleh 5 (lima) domain faktor kolaboratif, meliputi faktor agama, etika, ekonomi, sosial-budaya, dan faktor psikologis. Masing-masing faktor memperlihatkan keterkaitan dan kekuatan yang bersifat saling mendorong dan saling melengkapi. Riset ini memiliki implikasi teoretis berupa fakta bahwa (a) kekerabatan sebagai tema kultural dari penelitian yang dihasilkan, berimplikasi bahwa pola kekerabatan patut dipertimbangkan sebagai model pengembangan bisnis islami, (b) faktor keberhasilan bisnis bersifat kolaboratif multi faktor, berimplikasi pengembangan ilmu ekonomi Islam secara epistemologis harus dikembangkan dengan melibatkan multi disiplin ilmu, (c) adanya indikator-indikator baru bagi keberhasilan bisnis pedagang muslim dapat dijadikan sebagai garis pembeda antara konsep keberhasilan ekonomi islami dan ekonomi non-islami. Implikasi praktis dari penelitian ini berupa fakta bahwa faktor pendidikan formal tidak berkorelasi positif terhadap keberhasilan bisnis. Kenyataan ini berguna untuk memberikan kritik dan saran kepada pemerintah bahwa ada yang *missing* antara kebijakan program pendidikan Indonesia dengan dunia kerja/ekonomi. Oleh karena itu, pendidikan tinggi selayaknya diarahkan kepada upaya sinergis antara *transfer of knowledge* pada satu sisi dan *transfer of entrepreneurship value* pada sisi lainnya agar sikap kemandirian berekonomi, menjadi salah satu penyeimbang terhadap keberhasilan pendidikan tinggi.

Kata Kunci: Faktor keberhasilan bisnis, muslim Alabio, ekonomi islami, kekerabatan, agama.

Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam kontemporer saat ini dapat dipilah dalam dua rerangka utama; yang bersifat akademis dan praksis. Studi akademis selalu mempertentangkan ekonomi Islam dengan dua kutub ideologi lainnya, *kapitalisme* dan *sosialisme*. Akademisi biasanya meletakkan ekonomi Islam sebagai implementasi fikih muamalah dengan tujuan syariah, yaitu masalah untuk umat, keadilan, dan kesejahteraan. Para akademisi sering terjebak pada perdebatan apakah ekonomi Islam berbeda, menjadi titik tengah, atau merupakan akomodasi atas ideologi *kapitalisme* dan *sosialisme*.¹

Arena praksis, di sisi lain, mencoba merealisasikan konsep fikih muamalah dengan mengakomodasi sistem ekonomi yang berkembang saat ini. Hasilnya terciptalah modifikasi

¹Aji Dedi Mulawarma, "Perkembangan Ekonomi Islam Kontemporer", Orasi Ilmiah disampaikan pada Acara Wisuda Sarjana Universitas Cokroaminoto Yogyakarta tanggal 12 September 2007, di Auditorium RRI, Yogyakarta.

sistem keuangan, perbankan, asuransi, pemasaran, dan manajemen perspektif Barat ke dalam sistem Islam. Karenanya, wajar jika saat ini ekonomi Islam banyak bersentuhan dengan pasar saham, sistem pembiayaan (*musyarakah, murabahah*), atau lainnya), serta lebih mengutamakan aspek penguatan makro ekonomi.² Pertanyaannya, apakah kajian ekonomi Islam secara akademis maupun praksis telah bersentuhan dengan tema keberhasilan pedagang dan pengusaha muslim secara lebih seksama? Padahal menurut Mannan, ekonomi Islam juga bermakna ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat (termasuk pedagang dan pengusaha muslim), dalam perspektif nilai-nilai Islam.³ Sementara, tujuan utama dilaksanakan aktivitas ekonomi Islam ialah tercapainya keberhasilan ekonomi sebagaimana dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw., beliau merupakan profil pedagang yang paling sukses.

Islam menekankan pentingnya keberhasilan ekonomi untuk memperoleh kesejahteraan dengan tanpa menabrak rambu-rambu syariah (aturan agama). Secara umum makna kesejahteraan mencakup aspek materi dan nonmateri, tetapi masyarakat modern cenderung berpandangan parsial. Kesejahteraan seringkali dilihat dari aspek tertentu saja, dimana aspek materi dan nonmateri dianggap sebagai dua hal yang terpisah. Perbedaan perspektif ini kemudian mempengaruhi cara bagaimana mewujudkan kesejahteraan tersebut.⁴

Para ahli psikologi, misalnya, akan memandang sumber kesejahteraan adalah kesejahteraan jiwa dan masalah utama berakar dari problem jiwa atau psikologis. Ahli politik memandang sejahtera dalam pengertian eksistensi diri terhadap lingkungan dan aspek politik dipandang sebagai sebab utama masalah kehidupan. Ahli ekonomi memandang bahwa materi merupakan sarana utama kehidupan, sehingga kesejahteraan akan dilihat dari perspektif kecukupan terhadap material. Jika dan hanya jika manusia mampu berlimpah (tidak hanya cukup) materi maka mereka akan bahagia. Kenyataan menunjukkan bahwa bahagia dan sejahtera seringkali tidak diperoleh meskipun manusia berlimpah harta benda. Hal ini menunjukkan bahwa manusia modern mengalami kegagalan dalam merumuskan definisi kesejahteraan (keberhasilan ekonomi) sekaligus kegagalannya mewujudkan kesejahteraan.⁵

Pandangan ekonomi Islam tentang kesejahteraan didasarkan pada pandangan komprehensif tentang kehidupan.⁶ Istilah umum yang banyak digunakan untuk menggambarkan kesejahteraan hakiki ini – suatu keadaan hidup yang sejahtera secara material-spiritual pada kehidupan dunia dan akhirat dalam bingkai ajaran Islam adalah

²*Ibid.*

³Lihat Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, Cet. 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 11. Naqvi juga menjelaskan hal senada bahwa ekonomi Islam pada hakikatnya adalah kajian tentang perilaku ekonomi Umat Islam di dalam sebuah masyarakat muslim modern. Lihat Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam, Economics, and Society* (London and New York: Kegan Paul International, 1994), hlm. 20.

⁴Tim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, Ed. I (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 1.

⁵*Ibid.*

⁶Secara singkat kesejahteraan menurut ajaran Islam mencakup dua pengertian, yaitu: *Pertama*, kesejahteraan holistik dan seimbang, yaitu mencakup dimensi material maupun spiritual serta mencakup individu dan sosial. Sosok manusia terdiri atas unsur fisik dan jiwa, karenanya kebahagiaan haruslah menyeluruh dan seimbang di antara keduanya. Demikian pula manusia memiliki dimensi individual, tetapi tentu saja ia tidak dapat terlepas dari lingkungan sosial. Manusia akan bahagia jika terdapat keseimbangan antara dirinya dengan lingkungan sosialnya. *Kedua*, kesejahteraan di dunia dan akhirat, sebab manusia tidak hanya hidup di alam dunia saja tetapi juga di alam setelah kematian/kemusnahan dunia (akhirat). Lihat Tim P3EI UII, *Ekonomi Islam ...*, hlm. 2.

fala>h). Dalam pengertian lateral, *fala>h* adalah kemuliaan dan kemenangan, yaitu kemuliaan dan kemenangan dalam hidup.⁷

Fala>h), kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat, dapat terwujud apabila terpenuhi kebutuhan hidup manusia secara seimbang yang oleh asy-Sya>t}ibi> dikonsepsikan sebagai *mas}lah}ah*. *Mas}lah}ah* adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun nonmaterial, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia.⁸ Menurut As-Sya>tibi, masalah dasar bagi kehidupan manusia terdiri atas lima hal, yaitu agama (*di>n*), jiwa (*nafs*), akal (*'aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*ma>l*).⁹

Aktivitas ekonomi, dengan demikian termasuk dalam pemenuhan komponen yang kelima dari lima hal tersebut, yaitu berkaitan tentang pengumpulan harta. Sementara itu, ketentuan hukum dan prinsip berekonomi dalam Islam dibahas dalam tema muamalah/ekonomi Islam. Di sinilah perlunya kajian muamalah/ ekonomi Islam untuk mendukung keberhasilan ekonomi yang bermuara kepada tercapainya kesejahteraan hidup.

Syarat dan makna keberhasilan ekonomi yang bermuara pada kesejahteraan hidup seperti disebutkan di atas tidak dapat diwujudkan pada semua kelompok masyarakat muslim terutama ketika diletakkan dalam perspektif empirik. Realitas yang terjadi justru sebaliknya, muncul penilaian umum yang sifatnya stereotipikal bahwa situasi nyata ekonomi negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim baik yang terdapat di kawasan Afrika maupun Asia, menunjukkan lemahnya penguasaan ekonomi.¹⁰

Sumber-sumber Perserikatan Bangsa-Bangsa menyatakan bahwa di antara deretan negara-negara miskin di Asia dan Afrika, kebanyakan adalah negara-negara muslim. Saat ini kebanyakan penduduk dunia hidup di negara-negara sedang berkembang dan terbelakang, dan sebagian dari mereka adalah muslim. Di antara negara-negara muslim Afrika yang tergolong miskin adalah Sudan, Somalia, Nigeria, Chad, Uganda, Malia dan Ethiopia. Di Asia terdiri dari Bangladesh, Pakistan, India, Yaman, Indonesia.¹¹ Khusus di Indonesia, jumlah penduduk miskin (penduduk dengan pengeluaran per kapita per bulan di bawah garis kemiskinan pada Maret 2010 mencapai 31,02 Juta (13,33 persen).¹²

⁷Dalam konteks dunia, *fala>h* merupakan konsep yang multi dimensi. Ia memiliki implikasi pada aspek perilaku individual/mikro maupun perilaku kolektif/makro. Masih dalam konteks kehidupan dunia, *fala>h* mencakup tiga pengertian, yaitu kelangsungan hidup (*survival*), kebebasan berkeinginan (*freedom from want*) serta kekuatan dan kehormatan (*power and honour*). Sedangkan untuk kehidupan akhirat, *fala>h* mencakup pengertian kelangsungan hidup yang abadi (*eternal survival*), kesejahteraan abadi (*eternal prosperity*), kemuliaan abadi (*everlasting glory*) dan pengetahuan yang bebas dari kebodohan (*knowledge free of all ignorance*). Lihat Tim P3EI UII, *Ibid*.

⁸Dalam Quran, masalah banyak disebut dengan istilah *manfa'ah* atau *mana>fi'* berarti kebaikan terkait dengan material, fisik, psikologis dan semacamnya (QS 6:7, 14:5, 18:21, 27:55). Dalam Quran, *mas}lah}ah* diungkap dengan istilah *h}ikmah*, *huda>*, *bara>kah*, berarti imbalan yang baik yang dijanjikan oleh Allah di akhirat (QS 2:269, 24:41). Dengan demikian, masalah mengandung pengertian kemanfaatan duniawi dan kemanfaatan akhirat. (Lihat Tim P3EI UII, *Ibid*.)

⁹*Ibid*.

¹⁰Bachtiar Effendy, "Pertumbuhan Etos Kewirausahaan dan Etika Bisnis di Kalangan Muslim", *Jurnal Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 1 No. 1, 1998, hlm. 5.

¹¹Nabil Subhi at-Thawil, *Kemiskinan dan Keterbelakangan di Negara-negara Muslim*, Alih bahasa Muhammad Bagir (Bandung: Mizan, 1993), hlm. 41.

¹²Badan Pusat Statistik, "Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2010", *Berita Resmi Statistik* No. 45/07/Th. XIII, 1 Juli 2010, diakses dari http://www.bps.go.id/brs_file/kemiskinan-01jul10.pdf

Kemiskinan ekonomi, di beberapa negara tersebut berimbas pula kepada kemiskinan spiritual. Somalia, misalnya, pasca perang saudara hingga saat ini masih menyisakan problem spiritual yang sangat hebat, seperti instabilitas internal negara yang ditandai suburnya praktek perompakan di perairan lautnya.¹³ Indonesia, dalam batas-batas tertentu, masih dicap oleh dunia internasional sebagai pasar potensial narkoba dan “sarang teroris”.

Beranjak dari fakta ini maka persepsi stereotipikal tentang rendahnya gairah kegiatan ekonomi dan kualitas kapitalisme masyarakat muslim, memperoleh pembenarannya. Apalagi jika yang terakhir ini dijadikan ukuran dari keberhasilan sebuah etos *entrepreneurship*. Padahal sumber daya alam yang ada di kawasan tersebut, cukup banyak dan melimpah. Memang situasi ekonomi masyarakat muslim dalam hal-hal tertentu menggambarkan keadaan yang oleh Syed Hussein Alatas disebut sebagai “*the myth of lazy native*” (mitos pribumi malas). Dalam konteks Negara Asia Afrika, hal ini sebanding dengan apa yang disebut oleh Gunnar Myrdald sebagai “*soft society*,” yang antara lain ditandai dengan lemahnya disiplin dan semangat kerja.¹⁴

Akan tetapi, kasus tersebut tidak bisa dijadikan dasar mengambil kesimpulan umum bahwa komunitas muslim di mana-mana tidak memiliki etos dan semangat kerja yang dapat dibanggakan. Bachtiar Effendi mensinyalir, di tempat lain, terdapat sejumlah pengalaman yang membuktikan bahwa masih terdapat kelompok masyarakat muslim beretos kerja tinggi dan berhasil secara ekonomi dengan tetap memegang teguh nilai-nilai ajaran Islam.¹⁵

Menjadi sesuatu yang sangat menarik untuk diamati, di tengah keterbelakangan ekonomi umat Islam, terdapat gejala dan fenomena keberhasilan/ kesejahteraan ekonomi yang jarang bisa diwujudkan itu, nampaknya dijumpai pada kelompok pebisnis muslim Alabio. Muslim Alabio merupakan subetnis Banjar yang berasal dari Kecamatan Alabio, 8 km sebelah selatan Kota Amuntai (ibu kota Kabupaten Hulu Sungai Utara), atau 200 km sebelah barat laut kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.¹⁶

Keberhasilan orang Alabio dalam berdagang bukan hal yang terjadi begitu saja. Secara historis, orang Alabio sudah sejak lama telah terlibat dalam aktivitas bisnis khususnya perdagangan. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya gudang cukup besar bekas milik perusahaan Belanda di sebelah timur Pasar Kota Alabio dengan nama “*Borsumij*” (*Borneo Sumatra Handel Maskapay*) yang dibangun tahun 1898. Perusahaan “*Borsumij*” ini berjasa besar dalam membawa perkembangan kota Alabio sebagai pusat perdagangan kedua setelah Banjarmasin.¹⁷

¹³Perompakan di pantai Somalia menjadi ancaman terhadap kapal internasional sejak dimulainya Perang Saudara Somalia awal tahun 1990-an. Perompak ini berada di wilayah perairan Somalia yang meliputi kawasan Samudra Hindia lepas pantai timur Somalia, Laut Arab dan Teluk Aden yang merupakan jalur utama pelayaran dunia. Gangguan para perompak ini akan berpengaruh terhadap harga minyak dunia. Kapal yang dirampok oleh mereka bermacam-macam, mulai dari kapal penumpang hingga kapal barang. Para perompak ini pernah membajak kapal tanker yang berbobot mati di atas 100.000 ton. (Baca Khan, Sana Aftab, "Tackling Piracy in Somali Waters: Rising attacks impede delivery of humanitarian assistance", *UN Chronicle, United Nations Department of Public Information, Outreach Division*, dalam situs website http://id.wikipedia.org/wiki/Perompakan_di_Somalia, diakses pada tanggal 13 Juli 2011.)

¹⁴Bachtiar Effendy, *Ibid*.

¹⁵*Ibid*.

¹⁶Aspon Rambe, "Urbanisasi Orang Alabio di Banjarmasin", *Laporan Hasil Penelitian* (Banjarmasin: Fakultas Ekonomi Universitas Lambung Mangkurat, 1977), hlm. 7-10.

¹⁷*Ibid*.

Secara geografis, Alabio terletak pada suatu dataran rendah yang dikelilingi oleh daerah-daerah lain yang lebih tinggi letaknya. Oleh karena itu, pada musim penghujan daerah Alabio menjadi daerah penerima limpahan air hujan, yang disebut *banyu baah*, dari daerah-daerah yang lebih tinggi. Kondisi wilayah yang sering banjir ini menjadikan orang Alabio tidak dapat menggarap lahan pertanian secara optimal. Situasi yang seperti itu menjadikan orang Alabio mencari sumber penghidupan yang lain di tempat lain, yaitu banyak yang bermigrasi (*hijrah*) ke Kota Banjarmasin untuk berdagang dan menetap di kota itu. Usaha bisnis perdagangan terus berkembang dan bertambah maju, bahkan mendominasi penguasaan ekonomi di banyak tempat, diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi berikutnya.¹⁸ Fakta-fakta empiris tersebut memperlihatkan keberhasilan orang Alabio menjalankan bisnis atau usaha perdagangan mereka.

Dalam tataran teoretis akademis, keberhasilan bisnis dikonstruksi oleh banyak faktor yang mempengaruhi, sebagaimana ditemukan dalam banyak penelitian ilmiah di berbagai negara. Pada umumnya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis itu terdiri dari faktor-faktor internal (berasal dari dalam) dan faktor-faktor eksternal (berasal dari luar). Faktor-faktor internal terdiri atas faktor keramahan kepada pelanggan, produk yang baik dengan harga bersaing, kejujuran, kemampuan manajemen, pengalaman bisnis, *good marketing*, kemampuan mengelola karyawan, kepemilikan orientasi ke-wirausahaan, keseriusan dan kesungguhan hati/komitmen, inovasi usaha, pendidikan formal, dan struktur bisnis yang sederhana/kepemimpinan terbatas. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas faktor lokasi yang bagus, perlindungan, dukungan pemerintah, akses modal, koneksi/jaringan bisnis, dan faktor nasib/keberuntungan. Faktor-faktor tersebut telah dibuktikan secara empiris dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis, sebagaimana terlihat pada peta penelitian terdahulu yang termuat dalam tabel berikut.

Tabel 1.1 Faktor-faktor Keberhasilan Bisnis (*Business Success Factors*)

No	Faktor keberhasilan bisnis	Peneliti/tahun penelitian
1.	Faktor keramahan kepada pelanggan	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005), Steven P. Coy, <i>et.al.</i> (2007), Hung Manh Chu, <i>et.al.</i> (2007).
2.	Faktor produk baik harga bersaing	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005), Steven P. Coy, <i>et.al.</i> (2007).
3.	Faktor kejujuran	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005), Young-Ho Nam and James I Herbert (1999).
4.	Faktor kemampuan manajemen	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005), Filippo Osella and Caroline Osella (2009), Cynthia Benzing <i>et.al.</i> (2009), Benjamin Osayawe Ehigie and Ugonma Eme Umoren (2003), Yadollah Mehrizadeh and Hossain Sajady.
5.	Faktor pengalaman bisnis	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005).
6.	Faktor good marketing	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005).
7.	Faktor kerja keras	Cynthia Benzing <i>et.al.</i> (2005), Richard L Warme (1994), Young-Ho Nam and James I Herbert (1999), Steven P. Coy, <i>et.al.</i> (2007), Hung Manh Chu, <i>et.al.</i> (2007).
8.	Faktor lokasi yang bagus	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005).
9.	Faktor kemampuan mengelola karyawan	Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2005), Filippo Osella and Caroline Osella (2009), Cynthia Benzing, <i>et.al.</i>

¹⁸*Ibid.*

		(2009).
10.	Faktor kepemilikan orientasi kewirausahaan	Stevani L Krauss, <i>et.al.</i> Filippo Osella and Caroline Osella (2009), Cynthia Benzing <i>et.al.</i> (2009), Young-Ho Nam and James I Herbert (1999), Yadollah Mehralizadeh and Hossain Sajady.
11.	Faktor keseriusan dan kesungguhan hati/komitmen	Richard L Warms (1994), Young-Ho Nam and James I Herbert (1999), Benjamen Osayawe Ehigie and Ugonma Eme Umoren (2003), Shaker A. Zahra, <i>et.al.</i> (2008).
12.	Faktor Perlindungan	Richard L Warms (1994).
13.	Faktor dukungan pemerintah yang cukup	Filippo Osella and Caroline Osella (2009).
14.	Faktor akses modal yang cukup	Filippo Osella and Caroline Osella (2009), Yadollah Mehralizadeh and Hossain Sajady.
15.	Faktor inovasi usaha	Fang Zhao (2005), Filippo Osella and Caroline Osella (2009), Cynthia Benzing, <i>et.al.</i> (2009), Guy Gellatly, Yadollah Mehralizadeh & Hossain Sajady.
16.	Faktor adanya koneksi/jaringan bisnis	Steven P. Coy, <i>et.al.</i> (2007), Hung Manh Chu, <i>et.al.</i> (2007), Henrik Egbert (2009), Robert Knop (2007).
17.	Faktor nasib/keberuntungan	Diego Liechti, <i>et.al.</i> , Yadollah Mehralizadeh and Hossain Sajady.
18.	Faktor pendidikan formal	Robert Knop (2007).
19.	Faktor struktur bisnis sederhana, & kepemimpinan terbatas	Carol Yeb-Yun Lin (1998).

Sumber: Kajian Terdahulu (uraian lengkap ada pada bab landasan teori).

Berdasar penelitian-penelitian terdahulu (sebagaimana tercantum dalam Tabel 1.1), maka dapat diketahui bahwa faktor-faktor keberhasilan bisnis itu sangatlah beragam. Namun demikian, jika dilihat dari segi karakter dan sifatnya maka faktor-faktor tersebut sangat bersifat pragmatis¹⁹ (berorientasi teknis), dan cenderung mengabaikan faktor-faktor yang bersifat transendental keagamaan.

¹⁹Sikap pragmatis berasal dari aliran Pragmatisme, yaitu aliran pemikiran yang memandang bahwa benar tidaknya suatu ucapan, dalil, atau teori, semata-mata bergantung kepada berfaedah atau tidaknya ucapan, dalil, atau teori tersebut bagi manusia untuk bertindak dalam kehidupannya. Pragmatisme mulai dirintis di Amerika oleh Charles S. Peire (1839-1942), yang kemudian dikembangkan oleh William James (1842-1910) dan John Dewey (1859-1952). (Lihat <http://gaulislam.com/dekonstruksi-pragmatisme>). Pragmatisme adalah sebuah sikap filosofis yang menyatakan bahwa arti atau makna dari apa yang kita katakan terletak pada bantalan praktis atau dengan kata lain sesuatu dikatakan berpengaruh bila memang memuat hasil yang praktis pada aktivitas manusia, sesuatu dengan akar katanya yang berasal dari kata "pragma" yang berarti praktik atau aku berbuat. (Lihat Kattsof, Louis O, *Pengantar Filsafat* (Yogyakarta: Tiara wacana, 1992), hlm. 130. Pada kesempatan yang lain Peire menyatakan bahwa pragmatism sebenarnya bukan teori kebenaran melainkan suatu teknik untuk membantu manusia dalam memecahkan masalah, juga bukan metafisika karena tidak pernah memikirkan hakekat di balik realitas, konsep pragmatism cenderung pada tataran ilmu praktis. (Lihat Ismaun, *Filsafat Ilmu* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2004), hlm. 96.)

Sementara itu, terdapat pula penelitian yang mengklaim bahwa faktor-faktor yang bersifat transenden keagamaan merupakan faktor-faktor determinan yang berpengaruh terhadap pencapaian keberhasilan bisnis. Pengaruh agama terhadap kehidupan ekonomi, bagi Kenneth E. Boulding,²⁰ sangat tinggi. Agama sangat mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai jenis komoditi yang diproduksi, terbentuknya kelembagaan ekonomi, dan perilaku ekonomi. Begitu juga Karl Marx. Ia, kata Delos B. McKown,²¹ dalam membahas berbagai aspek ekonomi, juga tidak luput dari agama sebagai faktor pendorongnya. Pakar ekonomi Arthur W. Lewis juga ambil bagian ketika membahas masalah ini. Dalam *Theory of Economic Growth*, Lewis memandang bahwa faktor agama berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sebatas sikap keagamaan sejalan dengan idealisme keberhasilan ekonomi. Motivasi agama terhadap etos kerja yang tinggi (kerja keras), kata Lewis, merupakan elemen yang sejalan dengan idealitas keberhasilan ekonomi.²²

Kelekatan dua elemen (agama dan keberhasilan ekonomi) itu bahkan ditopang oleh fakta empirik. Ketika Sobary melihat komunitas muslim Suralaya di Jawa Barat, ia melihat adanya hubungan kuat antara agama (Islam) dengan keberhasilan ekonomi. Kajian Sobary menyimpulkan bahwa agama, sebagai konsep yang dinamis, telah mampu membebaskan dan memperlihatkan peran penting dalam mewujudkan hubungan yang positif antara kesalehan dan perilaku ekonomi. Dengan “modal” agama dan bisnis kecil-kecilan, mereka terlihat tahan uji. Selain itu, mereka juga memiliki semangat komersialisme, hemat, kerja keras, rajin, terampil, dan kreatif dalam mengaitkan kegiatan-kegiatan keagamaan dengan upaya komersial. Gagasan tentang *ushalli* dan usaha menunjukkan bahwa ada kaitan yang erat antara ideologi atau ajaran agama dengan tingkah laku ekonomi (tindakan sosial konkret).²³

Dalam iklim Protestan, Anderson, Drakopoulou-Dodd, dan Scott menemukan bahwa agama Protestan ternyata sangat mendorong kemajuan usaha. Alasannya, kemampuan dan bentuk sosial dari perkembangan usaha sejalan dengan praktek Calvinisme di mana kerja keras, kejujuran, dan sifat hemat menjadi semboyan Calvinisme. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sejalan dengan Kristen modern, dan Protestan modern itu sendiri dibentuk oleh budaya usaha.²⁴

Berdasarkan beberapa uraian di atas, penulis melihat adanya ketimpangan dalam memandang gejala atau fenomena yang sedang terjadi. Pada satu sisi, para peneliti seperti Benzing dan kawan-kawan, memandang bahwa keberhasilan bisnis sangat dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat teknis mekanis (pragmatis), dan cenderung mengabaikan hal-hal yang bersifat transendental keagamaan. Sementara di sisi lain, penelitian Kenneth E. Boulding, Sobary, dan Anderson, memandang keberhasilan bisnis adalah sangat dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat transenden, dan cenderung mengabaikan faktor-faktor yang lain di luar itu. Oleh karena itu, upaya untuk memadukan kedua sudut pandang itu sebagai sebuah upaya penyempurnaan atas kelemahan masing-masing, akan menjadi penting untuk dilakukan.

²⁰Kenneth E. Boulding, *Beyond Economics: Essay on Society, Religion and Ethics* (Ann Arbor: University of Michigan, 1970), hlm. 180-181.

²¹Delos B. McKown, *The Classical Marxist Critiquinus of Religion* (The Hague: Martinus Nijhoff, 1975), hlm. 79.

²²Arthur W. Lewis, *Theory of Economic Growth* (t.tp.: Urvin University Books, 1972), hlm. 20.

²³Mohammad Sobary, *Kesalehan dan Tingkah Laku Ekonomi* (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 1999), hlm. 205.

²⁴Anderson, Alistair R., at. al., “Religion as an Environmental Influence on Enterprise Culture the Case of Britain in the 1980s”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 6, No. 1, MCB University Press, 2000.

Selain itu, penelitian tentang faktor-faktor keberhasilan bisnis wirausahawan muslim Alabio ini, belum tersentuh oleh peneliti yang lain. Hal itu dapat dibuktikan melalui penelusuran kajian penelitian di tingkat lokal berikut.

Pertama, penelitian Rambe yang berjudul *Urbanisasi Orang Alabio di Kota Banjarmasin* tahun 1977, menekankan penelitiannya pada upaya penelusuran tentang sebab dan akibat dari terjadinya urbanisasi orang Alabio di Banjarmasin, ia tidak menyinggung masalah-masalah terkait keberhasilan bisnis. Kedua, penelitian Saifuddin yang berjudul *Konflik dan Integrasi* tahun 1985. Berbeda dengan Rambe, Saifuddin berusaha menggambarkan konflik antara faham Muhammadiyah dan NU di Alabio. Penelitiannya menyimpulkan, masuknya faham baru, yakni Muhammadiyah telah menciptakan konflik-konflik yang bersumber dari adanya perbedaan interpretasi terhadap ajaran-ajaran Islam. Penelitian ini juga tidak menyinggung sama sekali masalah-masalah yang terkait keberhasilan bisnis. Ketiga, penelitian Maksud yang berjudul *Hubungan Agama dan Etos Kerja* tahun 2004. Dalam rekomendasi penelitiannya, ia menyatakan bahwa penelitiannya hanyalah bagian kecil dari deskripsi masalah etos kerja pedagang muslim Alabio, banyak perihal etos kerja yang belum dicermati, terutama mengenai kondisi struktural yang memungkinkan berfungsinya etos kerja Islam di daerah tersebut.

Secara substansif, tema penelitian-penelitian ini tidak ada yang terfokus membahas tentang orang Alabio dan keterkaitannya dengan faktor-faktor keberhasilan bisnis, padahal tema keberhasilan bisnis sesungguhnya adalah sisi lain yang menarik untuk dikaji, mengingat bahwa senyatanya orang-orang Alabio adalah juga sebagai pebisnis yang berhasil, di samping mereka terkenal dengan "bebek Alabio" yang sampai ke manca negara.

Penelitian ini mengangkat dua isu penting sebagai titik tolak eksplorasi. Isu pertama, terkait dengan keberbedaan karakteristik budaya bisnis²⁵ yang dimiliki oleh wirausahawan muslim Alabio, karena diasumsikan orang yang berhasil itu adalah orang-orang yang memiliki karakteristik unggul yang berbeda dengan yang lain. Isu kedua, terkait dengan implementasi nilai-nilai Islam khususnya ajaran fiqh Muamalah/ekonomi Islam yang diperlihatkan dalam praktik bisnis, karena diasumsikan nilai-nilai transendental keagamaan yang dianut oleh suatu masyarakat turut mempengaruhi perilaku bisnis mereka. Mengingat orang-orang Alabio dikenal sebagai penganut Islam yang taat, maka isu kedua patut untuk dipertimbangkan. Bermuara dari dua isu tersebut, diharapkan fenomena keberhasilan bisnis wirausahawan Muslim Alabio dapat diungkap secara jelas mengenai semua faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Berdasarkan paparan di atas, penulis merasa sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis wirausahawan Muslim Alabio yang berjudul **“EKSPLOKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN BISNIS WIRAUSAHAWAN MUSLIM ALABIO: Studi Kasus di Kota Banjarmasin”**.
Rumusan Masalah

²⁵Yang dimaksud budaya bisnis di sini ialah budaya hemat, hidup sederhana, suka menabung, rajin, kerja keras, dan dermawan. Gambaran tentang sikap hemat orang Alabio ini tercermin dari pepatah-petitih orang-orang tua mereka yang berbunyi, *“Baik tinting pada gagat, baik ganting pada pagat”* yang berarti ‘Tinggal sedikit lebih baik daripada habis sama sekali’ atau *“Suit patah halar, saduit dipalar”* yang berarti ‘Biar pun sedikit selalu tetap diperhitungkan’. Konon pepatah ini selalu dinyanyikan ketika orang tua menidurkan anaknya. Sikap ini menjadi modal yang kuat dalam berusaha, baik di kampung sendiri maupun di kampung orang lain, berlanjut dari masa ke masa melalui proses sosialisasi. (Lihat Aspon Rambe, “Urbanisasi, hlm. 33.)

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan bisnis wirausahawan muslim Alabio?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis wirausahawan muslim Alabio.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Pendekatan

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.²⁶ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam bentuk studi kasus.²⁷

Lokasi Penelitian dan Alasan Memilih Lokasi

Penelitian ini berlokasi di kota Banjarmasin, ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan. Subjek penelitian ialah wirausahawan muslim Alabio. Lokasi penelitian ada 9 (sembilan) tempat terdiri atas 7 (tujuh) pasar, yaitu Pasar Ujung Murung, Pasar Samudera, Pasar Sudimampir, Pasar Pandu, Pasar Lama, Pasar Sentra Antasari, dan Pasar Cempaka serta 2 (dua) tempat lainnya, yaitu di tepian Jalan Jenderal Ahmad Yani dan perumahan. Dipilihnya daerah Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan, yaitu: pertama, kota Banjarmasin menjadi pusat perdagangan dan jalur pintu masuk dari dalam dan luar wilayah Kalimantan Selatan; kedua: pusat perdagangan di kota Banjarmasin, khususnya di 9 (tempat) di atas, didominasi oleh wirausahawan muslim asal Alabio.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data utama penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan informan, sumber tertulis, foto, dan data statistik. Sedangkan teknik pengumpulan data terdiri atas observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Pengujian Keabsahan Data

Pemeriksaan Tingkat Kepercayaan (*Credibility*)

Agar penelitian mendapatkan hasil yang dapat dipercaya, pemeriksaan kredibilitas dilaksanakan dengan perpanjangan observasi, ketekunan pengamatan, triangulasi, dan diskusi

²⁶Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet. 1 (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 34.

²⁷Artinya sumber data utama dalam penelitian kualitatif, ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis data dibagi ke dalam kata-kata, dan tindakan, sumber data tertulis foto, dan statistik. Lihat Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. Ke-6 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), hlm. 112-117. Adapun ciri utama yang menyertai model penelitian kualitatif yaitu lebih menarik jika menelaah fenomena-fenomena sosial, budaya dan keagamaan yang berlangsung secara wajar dan alamiah, karena penelitian kualitatif menghendaki kejadian-kejadian yang berkaitan dengan fokus yang alamiah, bukan terkondisikan. Lihat Bogdan, Robert C. Biklen Sari Knop, *Qualitative for Education an Introduction to Theory Methods* (Boston London Sydney-Toronto: Allyn and Bacon, 1992), hlm. 97.

dengan teman sejawat. Pada waktu yang berbeda peneliti dapat melakukan interview ulang dan *sharing* dengan para informan kunci (*check member*).

Pemeriksaan Tingkat Keteralihan (*Transferability*)

Dalam penelitian kualitatif pemeriksaan keteralihan merupakan bagian pemeriksaan keabsahan eksternal. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian ini dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai, hingga manakah hasil penelitian ini dapat diterapkan pada konteks dan situasi sosial lain. Supaya bisa dipahami oleh orang lain sehingga ada kemungkinan diterapkan di tempat lain, maka peneliti membuat laporan penelitian ini dengan rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.²⁸

Pemeriksaan Tingkat Ketergantungan (*Dependability*)

Uji tingkat ketergantungan dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Jangan sampai terjadi tidak melakukan proses penelitian, tetapi bisa memberikan data. Caranya dilakukan oleh auditor atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah/fokus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai membuat kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti.²⁹

Pemeriksaan Tingkat Kepastian (*Confirmability*)

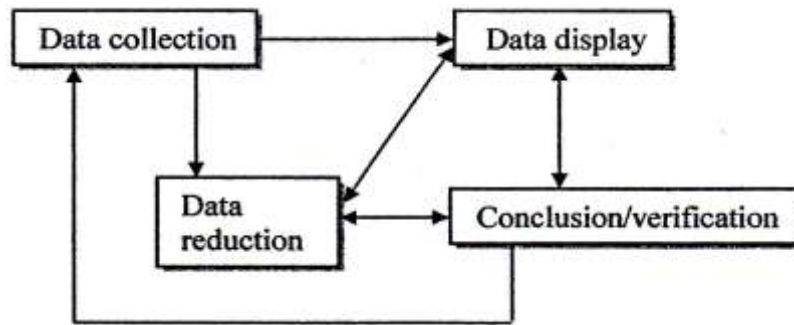
Pemeriksaan kepastian dalam penelitian kualitatif menguji objektivitas. Pemeriksaan objektivitas dalam penelitian ini dilakukan dengan serangkaian diskusi dengan teman sejawat serta sumber-sumber data yang relevan. Jika terdapat kesimpangsiuran akurasi data peneliti harus segera mengecek ulang dari sumber informasi. Dalam hal ini diperlukan kejelian dan ketekunan peneliti dalam mencari *sisik melik* (informasi terkecil) informan penelitian demi hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian kualitatif uji tingkat kepastian mirip dengan uji tingkat ketergantungan data, sehingga pengujiannya dapat dilakukan bersamaan. Menguji kepastian berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Petunjuk secara umum langkah-langkah dalam analisis data kualitatif melalui proses "*data collection, data reduction, data display, dan conclusion/verification*". Hubungan ketiga langkah tersebut bersifat interaktif sebagaimana gambar berikut.

²⁸Sugiono, Memahami Penelitian Kualitatif, Cet. Ke-3 (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2007), hlm. 130.

²⁹*Ibid.*



Komponen dalam Analisis Data Model Interaktif

Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Tahap awal dari setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pada tahap observasi, peneliti mengunjungi lokasi-lokasi pasar dan tempat-tempat para pedagang dan pengusaha Alabio melakukan aktivitas bisnis mereka lalu melakukan pengamatan terhadap segala kegiatan yang dilakukan. Peneliti menulis atau mencatat apa yang dilihat, didengar, dirasakan, serta ditanyakan pada informan di lokasi penelitian. Dengan langkah itu, diperoleh data yang cukup.

Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data hasil observasi dan wawancara serta dokumentasi bervariasi. Data tersebut akan semakin banyak, kompleks dan rumit bila waktu penelitian ditambah. Untuk itu perlu segera analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.³⁰ Dengan reduksi data, gambaran hasil penelitian menjadi lebih jelas. Peneliti telah melakukan reduksi data dengan cara membuat kategorisasi mana yang sama dan mana yang berbeda ke dalam domain-domain tema utama. Selanjutnya membuat pola-pola kategori dalam setiap domain, baik pada data karakteristik budaya bisnis, maupun konsep dan praktik bisnis islami wirausahawan Alabio.

Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan hal yang penting agar mudah dipahami, baik bagi peneliti sendiri maupun orang lain. Setelah data yang terkumpul direduksi, data harus disajikan sesuai dengan kebutuhan. Agar penyajian data baik, dapat digunakan grafik, tabel maupun skema/bagan. Dalam hal ini, peneliti lebih menggunakan tabel dan skema daripada grafik.

Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion/Verification*)

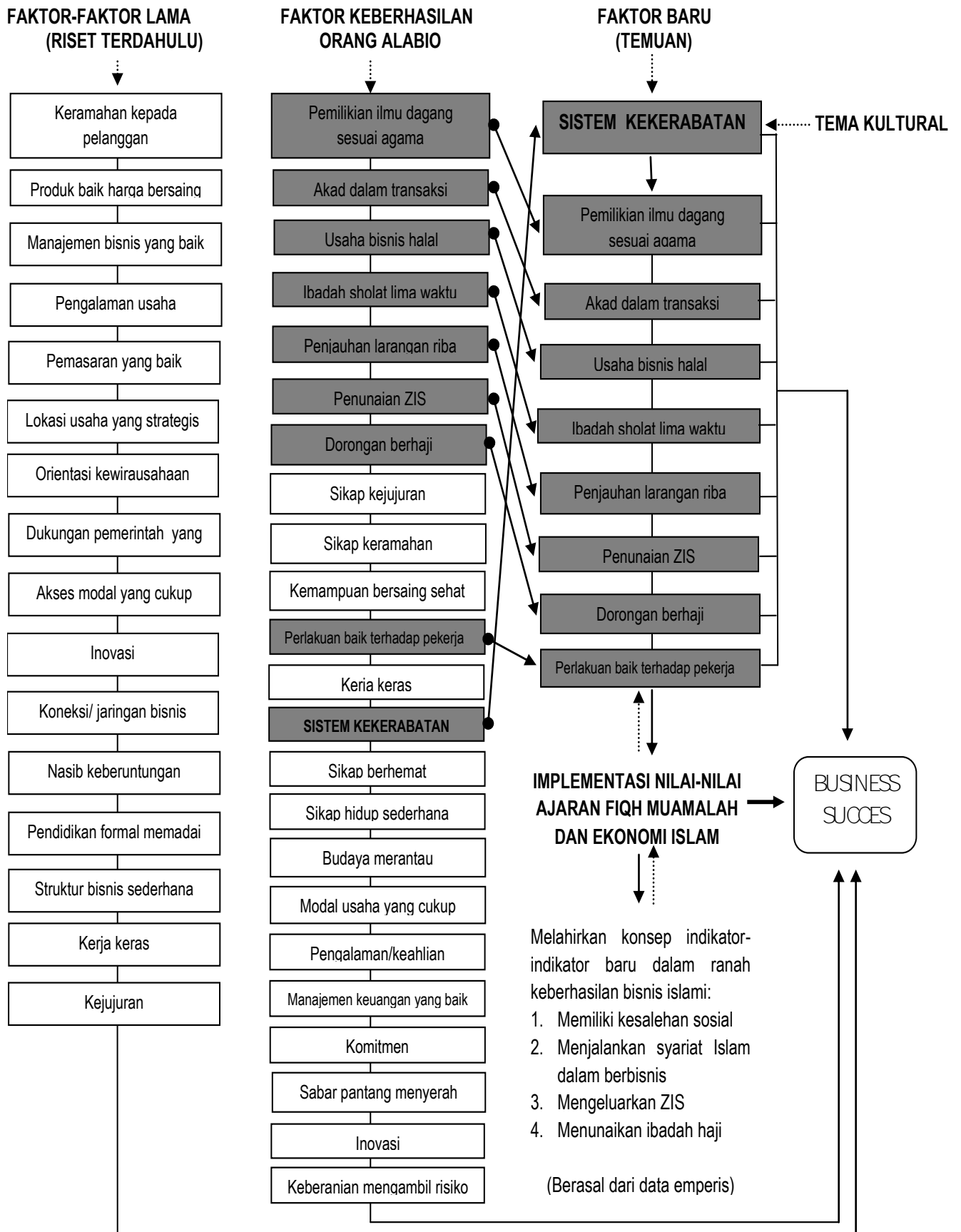
Kesimpulan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³¹ Kesimpulan diambil berdasarkan fakta dan temuan data di lapangan yang bisa saling dihubungkan antara satu dengan lainnya.

³⁰*Ibid.*

³¹Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 99.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

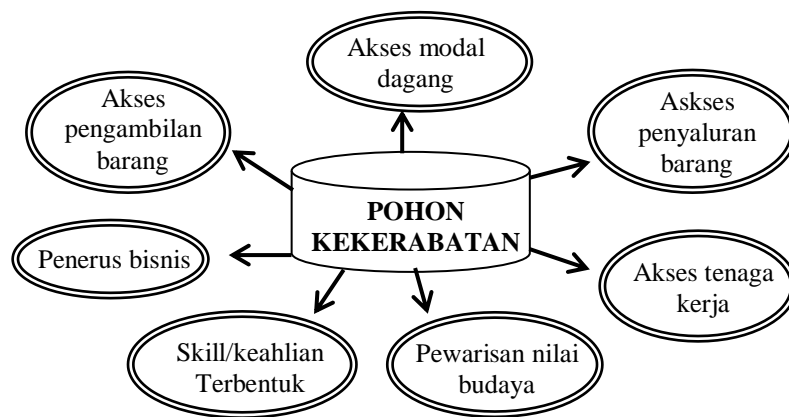
Berdasarkan atas analisis data yang dilakukan, maka sebagai temuan kebaruan dari penelitian ini yaitu bahwa telah ditemukan sepuluh variabel/faktor baru yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis. Kesepuluh faktor baru tersebut merupakan bagian terpenting sebagai temuan kebaruan yang dikontribusi oleh penelitian ini, yaitu: faktor kekerabatan, pemilikan ilmu dagang sesuai agama, pelaksanaan akad dalam transaksi, pengusahaan bisnis halal, pelaksanaan ibadah sholat 5 waktu, penjauhan larangan riba, penunaian zakat infak sedekah, dorongan berhaji, perlakuan yang baik terhadap pekerja, dan faktor budaya merantau.



Unsur-unsur kebaruan penelitian dan hubungannya dengan penelitian terdahulu

Sepuluh faktor di atas merupakan faktor-faktor baru, karena belum pernah ditemukan pada penelitian sebelumnya. Keekerabatan berada pada posisi pertama, karena ia menjadi kunci utama bagi keberhasilan bisnis orang Alabio. Hal itu dapat dipahami, karena keekerabatan telah menjadi pilar penyangga berjalan dan berfungsinya faktor-faktor yang lain dengan baik. Berdasarkan analisa itu, maka dapat disimpulkan bahwa keekerabatan adalah "tema kultural" yang dapat dihasilkan oleh penelitian ini.

Pewarisan dalam konteks orang Alabio tidak hanya dimaknai sebagai pewarisan bisnis atau harta kekayaan. Di balik itu terkandung makna pewarisan nilai-nilai budaya bisnis yang berlangsung secara terus-menerus dari generasi ke generasi berikutnya. Wadah atau sarana yang paling efektif untuk proses pewarisan itu adalah sistem keekerabatan dan etnisitas sebagai bingkai protektifnya. Dengan cara itu, dapat dibangun "kerajaan bisnis" yang sangat kokoh. Dengan demikian keekerabatan menjadi faktor penentu bagi keberhasilan orang Alabio seperti ditunjukkan dalam gambar berikut.



Adapun 9 (sembilan) faktor baru lainnya, tidak kalah kontribusinya untuk mencapai keberhasilan sebuah bisnis yang menginginkan terpenuhi kebutuhan aspek material dan spiritual secara seimbang. Faktor-faktor tersebut saling berhubungan antara satu dengan lainnya, bahkan saling melengkapi. Faktor pemilikan ilmu dagang sesuai agama, menjadi landasan utama bagi dapat dijalankannya bisnis sesuai syariat Islam, karena tidak mungkin orang bisa melaksanakan syariat Islam dalam aktivitas jika tidak memiliki ilmu agama itu sendiri.

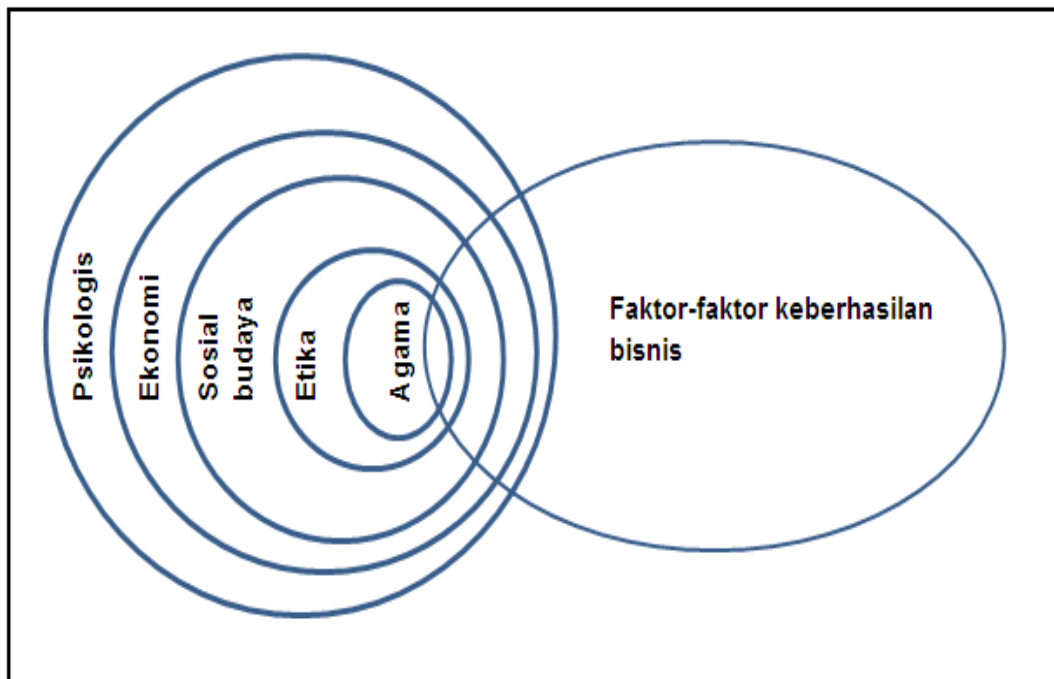
Sedangkan, faktor-faktor pelaksanaan akad dalam transaksi, perusahaan bisnis yang halal, penjauhan larangan riba, penunaian ZIS, dan perlakuan yang baik terhadap pekerja, semuanya mengindikasikan bahkan syariat Islam dalam aktivitas bisnis telah dijalankan dengan baik. Kemudian, pelaksanaan ibadah sholat lima waktu berfungsi sebagai media harmonisasi hubungan hamba dengan tuhan, dan dorongan berhaji berfungsi sebagai stimulus untuk mendorong agar manusia muslim melakukan kerja keras, karena tidak ada prestasi yang dapat diraih tanpa adanya kerja keras. Juga faktor perlakuan yang baik pada pekerja menjadi faktor yang berkontribusi pada keberhasilan bisnis. Sedang budaya merantau melahirkan etos kerja keras, hemat dan suka menabung. Nilai-nilai yang bersifat keberagamaan dan berdimensi budaya ini, kemudian diinternalisasi dan dipraktekkan dengan baik dalam wadah keekerabatan. Maka dapat dikatakan bahwa antara faktor keekerabatan dan faktor-faktor agama serta budaya saling berhubungan bahkan saling melengkapi.

Sebagai implikasinya adalah bahwa pola sistem keekerabatan patut untuk dipertimbangkan sebagai sebuah model pengembangan bisnis islami atau inkubator bisnis islami. Hal itu tidak berlebihan kiranya, karena Rasulullah Saw. pun dalam sejarahnya sering sekali memprioritaskan kalangan kerabat yang harus lebih dahulu diperhatikan, kemudian yang

terjauh dan yang terjauh lagi. Dalam hal pembagian zakat misalnya, kalangan fakir miskin terdekat, dan kalangan keluarga terdekat mendapat skala prioritas untuk menerima zakat. Dengan demikian, nilai-nilai bisnis islami dapat dikembangkan dengan pola sistem kekerabatan.

Temuan akan adanya faktor-faktor baru tersebut, jika dilihat dari sudut pandang nilai kebaruan penelitian ilmiah, maka dapat digolongkan dalam jenis temuan kebaruan tipe pertama, yaitu menemukan sesuatu yang baru dan belum pernah ada peneliti lain yang menemukannya, bahkan mempublikasikan hasil penelitian tersebut ke dalam sebuah laporan penelitian ilmiah. Temuan ini adalah orisinalitas penelitian penulis.

Selanjutnya yang juga menarik adalah bahwa faktor keberhasilan bisnis sebagaimana ditemukan pada penelitian ini bersifat kolaboratif multi faktor. Secara garis besar tidak hanya disebabkan oleh satu faktor saja; terdapat faktor agama, etika, sosial-budaya, ekonomi dan faktor psikologis. Faktor-faktor tersebut bukan merupakan hal yang dapat dipisah-pisahkan. Masing-masing memperlihatkan keterkaitan dan kekuatan yang bersifat saling mendorong dan saling berkolaborasi. Hal yang tersebut tentu memiliki nilai temuan tersendiri. Dengan demikian, suatu fenomena ekonomi tidak dapat dijelaskan oleh satu sudut pandang keilmuan tertentu saja.

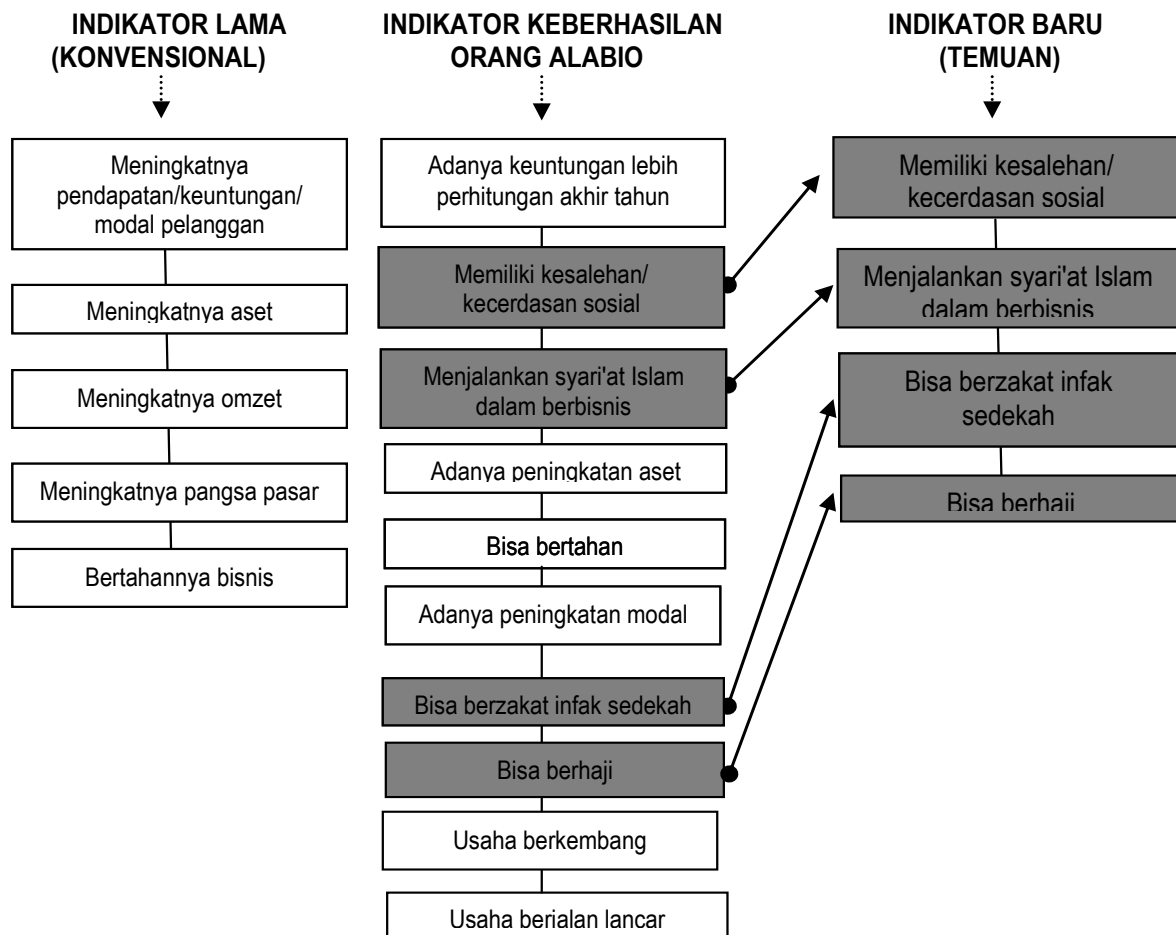


Oleh karena itu, temuan ini berimplikasi bahwa ekonomi Islam secara epistemologis harus dikembangkan dengan melibatkan multi disiplin ilmu, ia tidak bisa berdiri sendiri. Sejarah membuktikan bahwa para pemikir Muslim merupakan penemu, peletak dasar, dan pengembang dalam berbagai bidang ilmu. Para pemikir klasik muslim tidak terjebak untuk mengotak-ngotakan berbagai macam ilmu tersebut seperti yang dilakukan oleh para pemikir saat ini. Mereka melihat ilmu-ilmu tersebut sebagai "ayat-ayat" Allah yang bertebaran di seluruh alam. Dalam pandangan mereka, ilmu-ilmu itu walaupun sepintas terlihat berbeda-beda dan bermacam-macam jenisnya, namun pada hakikatnya berasal dari sumber yang satu, yakni dari Yang Maha Mengetahui seluruh ilmu, Allah Swt.

Para pemikir Muslim memang melakukan klasifikasi terhadap berbagai macam ilmu, tetapi yang dilakukan adalah pembedaan, bukan pemisahan. Demikian pula, hal itu sesuai dengan misi UIN Sunan Kalijaga yang mulai menggagas pendekatan integrasi interkoneksi

yang terkenal dengan sebutan jaring laba-laba. Intinya tidak ada dikotomi antara ilmu agama dengan ilmu-ilmu umum lainnya. Dengan demikian, ilmu ekonomi Islam harus dikembangkan dengan pendekatan multi disiplin.

Temuan lainnya adalah adanya rumusan baru terhadap indikator keberhasilan bisnis yang berhasil dieksplorasi, hal ini juga menyiratkan akan orisinalitas/kebaruan yang bernilai tinggi. Berdasarkan data, maka terdapat 4 (empat) indikator baru dari indikator-indikator keberhasilan bisnis yang telah ada dalam teori ekonomi modern, yaitu: memiliki kesalehan/kecerdasan sosial, menjalankan syariat Islam dalam berbisnis, bisa berzakat infak sedekah, dan bisa berhaji.



Unsur-unsur kebaruan dalam indikator keberhasilan bisnis

Indikator kesalehan sosial menjadi indikator baru terpenting yang sangat relevan dengan konsep ekonomi Islam. Sebagaimana dijelaskan oleh Fazlur Rahman, kehidupan dunia, atau lebih jelasnya, perilaku dan aktivitas manusia di dunia, adalah fungsi kehidupan akhirat. Ayat dalam surat al-Qas}as}:77, sebenarnya merupakan komentar dari sikap hartawan Qarun pada zaman Nabi Musa, yang hanya mengejar kekayaan dunia, tapi melalaikan fungsi sosialnya. Dengan demikian, arti kongkret dari orientasi akhirat itu tidak lain adalah "solidaritas sosial" atau "kesalehan sosial", karena perbuatan yang Allah anggap sebagai "perbuatan baik" adalah kebaikan kita kepada orang lain.

Dengan kata lain, kebahagiaan di akhirat merupakan insentif moral agar orang menciptakan kebaikan kepada orang lain, dan tidak menyakiti orang lain. Seperti halnya juga ibadah dalam Islam, hampir semuanya berorientasi sosial. Misalnya, pada ibadah sholat

terkandung makna amar ma'ruf nahi munkar, tujuannya agar seorang muslim jangan menyakiti orang lain. Pada ibadah puasa terkandung makna keperdulian kepada orang lain yang mengalami kelaparan, tujuannya agar seorang muslim peduli kepada orang lain yang kelaparan. Pada ibadah zakat terkandung makna bahwa pada harta orang kaya terdapat hak orang miskin, tujuannya agar seorang muslim membantu saudaranya yang kekurangan harta. Terakhir, pada ibadah haji terkandung makna kurban, tujuannya agar seorang muslim rela berkorban untuk orang lain.

Indikator kesalehan sosial sebenarnya berhubungan erat dengan indikator islami lainnya seperti menjalankan syariat Islam dalam bisnis, bisa berhaji, dan bisa berzakat infak sedekah. Indikator kesalehan sosial menjadi fungsi dari menjalankan syariat Islam, sedangkan berhaji dan berinfaq sedekah merupakan wujud dari kesalehan sosial. Kemudian indikator bisa berhaji dan bisa berzakat infak sedekah, hal itu masih ada hubungannya dengan indikator meningkatnya pendapatan/keuntungan. Karena tidak mungkin orang bisa berhaji dan berinfaq sedekah tanpa memiliki kelebihan pendapatan/keuntungan.

Berdasarkan temuan kebaruan di atas, dapat dirumuskan implikasi teoritis terhadap pengembangan ilmu ekonomi Islam dari segi pengayaan konsep keberhasilan bisnis islami yang selama ini masih bersifat umum. Indikator-indikator baru tersebut dapat dijadikan sebagai garis pembeda antara konsep keberhasilan ekonomi islami dan ekonomi non-islami. Rumusan ini dapat menjadi konsep teori baru dalam khazanah konsep bisnis islami.

Implikasi praktis dari penelitian ini berupa fakta bahwa faktor pendidikan formal tidak berkorelasi positif terhadap keberhasilan bisnis. Dengan kata lain, terdapat hubungan terbalik antara tingkat pendidikan dengan tingkat keberhasilan ekonomi. Kenyataan ini berguna untuk memberikan kritik dan saran kepada pemerintah bahwa ada yang *missing* antara kebijakan program pendidikan Indonesia dengan dunia kerja/ekonomi. Oleh karena itu, pendidikan tinggi selayaknya diarahkan kepada upaya-upaya sinergis antara *transfer of knowledge* pada satu sisi dan *transfer of entrepreneurship value* pada sisi lainnya. Penekanan pada hal yang terakhir bertujuan agar sikap kemandirian ekonomi, menjadi salah satu barometer keberhasilan suatu proses pendidikan tinggi.

Kesimpulan

Keberhasilan bisnis wirausahawan Alabio merupakan reproduksi 5 (lima) faktor yang mempengaruhi, antara lain agama, etika, ekonomi, sosial budaya, dan psikologis. Faktor-faktor tersebut bukan hal yang dapat dipisah-pisahkan karena saling terkait, di samping saling melengkapi.

- a. Faktor agama berupa memiliki ilmu dagang sesuai aturan agama, melaksanakan akad dalam transaksi, mengusahakan bisnis yang halal, melaksanakan ibadah sholat waktu, menjauhi larangan riba, mengeluarkan zakat infak sedekah, dan dorongan berhaji.
- b. Faktor etika berupa bersikap jujur, bersikap ramah, bersaing secara sehat dan memperlakukan pekerja dengan baik.
- c. Faktor sosial budaya berupa adanya faktor kekerabatan, kerja keras (*cangkal*), hemat dan menabung, hidup sederhana, dan budaya merantau.
- d. Faktor ekonomi berupa adanya modal usaha yang cukup, pengalaman/keahlian yang memadai, dan manajemen keuangan yang baik (*apik*).
- e. Faktor psikologis berupa adanya komitmen, sabar dan pantang menyerah, inovatif, dan keberanian mengambil risiko.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini idealnya dilakukan dalam waktu yang lebih lama. Namun, karena penelitian harus bisa diselesaikan dalam waktu yang sangat terbatas, beberapa permasalahan belum dikaji secara detail. Misalnya, keterlibatan peran paham keagamaan Muhammadiyah dan NU

yang dimungkinkan juga berkontribusi mempengaruhi keberhasilan bisnis; sifat perbedaan antara model bisnis keluarga yang berlaku pada etnis Alabio dibandingkan etnis Cina; sikap masyarakat non-Alabio terhadap eksklusivitas dagang yang dibangun oleh etnis Alabio; serta alasan-alasan dari warga etnis Alabio yang tidak memilih menjadi pebisnis.

Saran-saran dan rekomendasi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif untuk menemukan faktor-faktor yang menentukan keberhasilan bisnis wirausahawan muslim Alabio. Penelitian ini seyogyanya dikuatkan dengan metode kuantitatif untuk menguji kembali faktor-faktor determinan yang mempengaruhi keberhasilan bisnis. Penggunaan metode kuantitatif dengan model analisis faktor akan sangat sesuai untuk digunakan.

Penelitian ini mengindikasikan bahwa keberhasilan bisnis wirausahawan muslim Alabio sarat dengan keberhasilan penanaman nilai-nilai budaya bisnis dalam lingkungan keluarga. Berkaitan dengan itu, peneliti menyarankan agar pada penelitian berikutnya difokuskan kepada penelitian untuk mengetahui secara detil bagaimana metode-metode pewarisan nilai budaya bisnis orang Alabio, dalam keterkaitannya dengan perihal keberhasilan bisnis.

Daftar Rujukan

- Aji Dedi Mulawarma, "Perkembangan Ekonomi Islam Kontemporer", Orasi Ilmiah disampaikan pada Acara Wisuda Sarjana Universitas Cokroaminoto Yogyakarta tanggal 12 September 2007, di Auditorium RRI, Yogyakarta.
- Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, Cet. 1, Bumi Aksara, Jakarta, 2009.
- Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam, Economics, and Society*, Kegan Paul International, London and New York, 1994.
- Tim P3EI UII, *Ekonomi Islam*, Ed. I, Rajawali Pers, Jakarta, 2009.
- Bachtiar Effendy, "Pertumbuhan Etos Kewirausahaan dan Etika Bisnis di Kalangan Muslim", *Jurnal Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 1 No. 1, 1998.
- Nabil Subhi at-Thawil, *Kemiskinan dan Keterbelakangan di Negara-negara Muslim*, Alih bahasa Muhammad Bagir, Mizan, Bandung, 1993.
- Badan Pusat Statistik, "Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2010", *Berita Resmi Statistik* No. 45/07/Th. XIII, 1 Juli 2010, diakses dari http://www.bps.go.id/brs_file/kemiskinan-01jul10.pdf
- Baca Khan, Sana Aftab, "Tackling Piracy in Somali Waters: Rising attacks impede delivery of humanitarian assistance", *UN Chronicle*, United Nations Department of Public Information, Outreach Division, dalam situs website http://id.wikipedia.org/wiki/Perompakan_di_Somalia, diakses pada tanggal 13 Juli 2011.)
- Aspon Rambe, "Urbanisasi Orang Alabio di Banjarmasin", *Laporan Hasil Penelitian* Fakultas Ekonomi Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, 1977.
- <http://gaulislam.com/dekonstruksi-pragmatisme>
- Kattsof, Louis O, *Pengantar Filsafat*, Tiara wacana, Yogyakarta, 1992.
- Ismaun, *Filsafat Ilmu*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2004.
- Kenneth E. Boulding, *Beyond Economics: Essay on Society, Religion and Ethics*, University of Michigan, Ann Arbor, 1970.
- Delos B. McKown, *The Classical Marxist Critiquinus of Religion*, Martinus Nijhoff, The Haque, 1975..
- Arthur W. Lewis, *Theory of Economic Growth*, Urvin University Books, t.tp., 1972.
- Mohammad Sobary, *Kesalehan dan Tingkah Laku Ekonomi*, Yayasan Bentang Budaya, Yogyakarta, 1999.

- Anderson, Alistair R., at. al., "Religion as an Environmental Influence on Enterprise Culture the Case of Britain in the 1980s", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 6, No. 1, MCB University Press, 2000.
- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet. 1, UII Press, Yogyakarta, 2005.
- Lexy J. Moleong. *Metoddologi Penelitian Kualitatif*, cet. Ke-6, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1995..
- Bogdan, Robert C. Biklen Sari Knop, *Qualitative for Education an Introduction to Theory Methods*, Allyn and Bacon, Boston London Sydney-Toronto, 1992.
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-3, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2007.