

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Pengusaha

1. Pengertian perilaku pengusaha

Perilaku menurut KKBI berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.²⁶ Perilaku pengusaha adalah implementasi atau penerapan dari pandangan atau nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang pengusaha.²⁷

Menurut Meredith dkk, sebagaimana yang dikutip oleh Agus Siswanto:

Seorang wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan, dan bertindak tepat untuk memastikan kesuksesan. Seorang wirausaha juga bisa disebut seseorang yang berorientasi pada tindakan, bermotivasi tinggi, serta berani mengambil risiko dalam mengejar tujuannya.²⁸

Istilah wiraswasta sama artinya dengan saudagar, tetapi maknanya berlainan. Wiraswasta terdiri atas tiga kata, yaitu wira, swa, dan *sta*. Wira artinya manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan kemajuan, swa artinya sendiri, dan *sta* artinya berdiri. Jadi wiraswasta berarti keberanian, keutamaan, serta keperkasaan dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Dengan demikian, menjadi

²⁶ Aplikasi KBBi Android, 8 Maret 2019.

²⁷ M. Muchson, *Entrepreneurship: Kewirausahaan* (Guepedia, 2017), 24.

²⁸ Agus Siswanto, *The Power of Islamic Entrepreneurship: Energi Kewirausahaan Islami* (Jakarta: Amzah, 2016), 38.

wirausaha berarti mampu menemukan peluang mengumpulkan sumber daya, dan bertindak untuk memperoleh keuntungan.²⁹

Menurut Suharsono Sagir yang dikutip oleh Yusuf Suhardi “wiraswasta adalah seorang yang modal utamanya adalah ketekunan yang dilandasi sikap optimis, kreatif, dan melakukan usaha sebagai pendiri pertama disertai dengan keberanian menanggung risiko berdasarkan suatu perhitungan dan perencanaan yang tepat”.³⁰

Seorang *entrepreneur*/pengusaha adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis baru, dengan menghadapi risiko dan ketidakpastian, dan yang bertujuan untuk mencari laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya.³¹

Secara umum orang mengenal istilah kewiraswastaan adalah pengusaha swasta, yang terkesan untuk membedakan seseorang yang makan gaji dengan seseorang yang dapat menggaji dirinya sendiri. Namun demikian ada istilah lain yang mungkin dianggap secara tegas berbeda istilahnya dengan kewiraswastaan yaitu kewirausahaan. Kewirausahaan sering diartikan sebagai seseorang yang mengerti dan dapat membedakan antara peluang lalu memanfaatkannya untuk keuntungan mereka. Aspek-aspek yang terkait dengan kewiraswastaan sebenarnya merupakan bagian dari kewirausahaan begitu pula

²⁹ Yusuf Suhardi, *Kewirausahaan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 11.

³⁰ Ibid.

³¹ Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship* (Jakarta: Kencana, 2008), 17.

sebaliknya. Dengan demikian istilah yang terkait dengan kewiraswastaan ataupun kewirausahaan dapat dikatakan sama.³²

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, wirausaha adalah orang yang melakukan aktivitas bisnis atau usaha yang siap dengan risiko dan memiliki semangat untuk terus mengembangkan usahanya. Seorang wirausaha akan melihat peluang yang tidak dilihat oleh orang lain. Pengusaha memiliki naluri yang kuat dalam dunia usaha sehingga dia tahu dan paham bahwa suatu peluang bisa menghasilkan uang.³³

2. Ruang Lingkup Wirausaha

Ruang lingkup kewirausahaan sangat luas dan meliputi semua bidang kehidupan, antara lain sebagai berikut.

- a. Bidang agraris meliputi pertanian dan perkebunan serta kehutanan.
- b. Bidang perikanan meliputi pemeliharaan, penetasan, makanan, dan pengangkutan ikan, dan lain-lain.
- c. Bidang peternakan.
- d. Bidang perindustrian dan kerajinan meliputi industri besar, menengah, kecil, dan pengrajinan (mengolah hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan, kehutanan).
- e. Bidang pertambangan dan energi.
- f. Bidang perdagangan.

³² Adi Sutanto, *Kewiraswastaan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 11.

³³ Agus, *The Power of Islamic Entrepreneurship.*, 38.

- g. Bidang jasa, antara lain sebagai pedagang perantara, pemberi kredit atau perbankan, angkutan, hotel dan restoran, travel perjalanan, pengusaha asuransi, pergudangan, koperasi, dan lain-lain.³⁴

3. Sikap dan Perilaku Pengusaha

Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh pengusaha dan seluruh karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Jujur dalam bertindak dan bersikap

Sikap jujur merupakan modal utama seorang karyawan dalam melayani pelanggan. Kejujuran dalam berkata, berbicara, bersikap, maupun bertindak. Kejujuran inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan atas layanan yang diberikan.

- b. Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas.

Seorang karyawan dituntut untuk rajin dan tepat waktu dalam bekerja terutama dalam melayani pelanggan. Di samping itu, karyawan juga dituntut untuk cekatan dalam bekerja, pantang menyerah, selalu ingin tahu, dan tidak mudah putus asa. Hal yang penting adalah hilangkan sifat pemalas bagi seluruh karyawan.³⁵

- c. Selalu murah senyum

Dalam menghadapi pelanggan atau tamu, seorang karyawan harus selalu murah senyum. Jangan sekali-kali bersikap murung atau cemberut. Dengan senyum mampu meruntuhkan hati pelanggan untuk

³⁴ Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 13.

³⁵ Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi.*, 28.

menyukai produk atau perusahaan. Pelanggan biasanya akan tersanjung dengan senyum yang ditunjukkan oleh karyawan.

d. Lemah lembut dan ramah tamah

Dalam bersikap dan berbicara pada saat melayani pelanggan atau tamu hendaknya dengan suara yang lemah lembut dan sikap yang ramah tamah. Sikap seperti ini dapat menarik minat tamu dan membuat pelanggan betah berhubungan dengan perusahaan.

e. Sopan santun dan hormat

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hendaknya selalu bersikap sopan dan hormat. Dengan demikian, pelanggan juga akan menghormati pelayanan yang diberikan karyawan tersebut.

f. Selalu ceria dan pandai bergaul

Sikap selalu ceria yang selalu ditunjukkan karyawan dapat memecahkan kekakuan yang ada. Sementara itu, sikap pandai bergaul juga akan menyebabkan pelanggan merasa cepat akrab dan merasa seperti teman lama sehingga segala sesuatu berjalan lancar.

g. Fleksibel dan suka menolong pelanggan

Dalam menghadapi pelanggan, karyawan harus dapat memberikan pengertian dan mau mengalah kepada pelanggan. Segala sesuatu dapat diselesaikan dan selalu ada jalan keluarnya dengan cara yang fleksibel. Tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan asalkan mengikuti peraturan yang berlaku. Karyawan juga diharapkan

suka menolong pelanggan yang mengalami kesulitan sampai menemui jalan keluarnya.³⁶

h. Serius dan memiliki rasa tanggung jawab.

Dalam melayani pelanggan karyawan harus serius dan sungguh-sungguh. Karyawan harus tabah dalam menghadapi pelanggan yang sulit berkomunikasi atau yang suka ngeyel. Selain serius, karyawan juga harus mampu bertanggung jawab terhadap pekerjaannya sampai pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

i. Rasa memiliki perusahaan yang tinggi

Seorang karyawan harus merasa memiliki perusahaan sebagai milik sendiri. Rasa memiliki perusahaan yang tinggi akan memotivasi karyawan untuk melayani pelanggan. Di samping itu, karyawan harus memiliki jiwa pengabdian, loyal, dan setia terhadap perusahaan.³⁷

Karakteristik wirausahawan pada umumnya terlihat pada waktu pengusaha berkomunikasi dalam rangka mengumpulkan informasi dan pada waktu menjalin hubungan dengan para relasi bisnisnya. Karakteristik wirausahawan yang perlu dimiliki dan dikembangkan, antara lain sebagai berikut:

- a. Berwatak luhur
- b. Kerja keras dan disiplin
- c. Mandiri dan realistis.

³⁶ Ibid., 29.

³⁷ Ibid., 30.

- d. Prestatif dan komitmen tinggi
- e. Berpikir positif dan bertanggung jawab
- f. Dapat mengendalikan emosi.
- g. Tidak ingkar janji, menepati janji, dan waktu.
- h. Belajar dari pengalaman.
- i. Memperhitungkan risiko.
- j. Merasakan kebutuhan orang lain.
- k. Bekerja sama dengan orang lain.
- l. Menghasilkan sesuatu untuk orang lain.
- m. Memberi semangat orang lain
- n. Mencari jalan keluar bagi setiap permasalahan.
- o. Merencanakan sesuatu sebelum bertindak.³⁸

Menurut Hendro sebagaimana yang dikutip Yuyus “bahwa setiap wirausaha yang berhasil memiliki empat unsur penting”, antara lain:

- a. Kemampuan hubungannya dengan skill atau keterampilan.
- b. Keberanian hubungannya dengan emosional dan mental.
- c. Keteguhan hati hubungannya dengan motivasi diri.
- d. Kreativitas yang memerlukan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi.³⁹

4. Perilaku Pengusaha dalam Islam

Sejak empat belas abad yang lalu, umat Islam sudah terlibat dalam dunia bisnis, seperti melakukan usaha dagang yang dilakukan oleh

³⁸ Basrowi, *Kewirausahaan.*, 10.

³⁹ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses* (Jakarta: Kencana, 2010), 44.

Nabi Muhammad saw. Hal ini karena Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis dalam rangka memperbaiki kehidupan ekonomi sosialnya.⁴⁰ Ketika menjalankan bisnis, ada sifat-sifat yang dianjurkan dalam Islam untuk diterapkan oleh pengusaha agar bisnisnya tidak hanya sekadar mencari keuntungan melainkan untuk memberikan manfaat sehingga usaha yang dijalankan berkah. Sifat yang diajarkan oleh Nabi Muhammad saw antara lain:

- a. *Sidiq*, artinya berkata yang benar. Bukan hanya berkata, tetapi juga perbuatan yang benar.
- b. *Amanah*, artinya bisa dipercaya. Hati yang sehat maka akan membuat pengusaha selalu menunaikan amanahnya dengan baik.
- c. *Tablig*, artinya menyampaikan. Pengusaha akan menyampaikan kebaikan pada setiap orang. Tidak hanya menyampaikan sesuatu untuk mencari keuntungan semata.
- d. *Fatanah*, artinya cerdas. Pengusaha yang cerdas selalu mengajak untuk melakukan kebaikan dengan cara yang orang lain bisa melakukannya.⁴¹

B. Sosiologi Ekonomi Islam

1. Pengertian Sosiologi

Menurut Nurani, Sosiologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat dalam keseluruhannya dan hubungan-hubungan antara orang-orang dalam masyarakat. Hubungan sosial memiliki

⁴⁰ Amirulloh Syarbini dan Haryadi, *Muhammad sebagai Bisnisan Ulung* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 2.

⁴¹ Juli Irmayanto, *1 Tahun jadi Miliarder* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 78-79.

berbagai macam aspek dan kepentingan. Ada berbagai macam bidang yang dapat dipelajari dari manusia dalam melakukan hubungan (masyarakat). Ada bidang ekonomi yang menghasilkan ilmu ekonomi yang mempelajari usaha-usaha manusia dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan kebutuhan hidupnya tanpa batas dalam kondisi sumber daya yang terbatas.⁴²

Roucek dan Warren sebagaimana yang dikutip Nurani “sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan antar manusia dalam kelompok-kelompok”.⁴³

Sedangkan sosiologi menurut Allan Jhonson sebagaimana dikutip oleh Nurani “sosiologi adalah ilmu yang mempelajari kehidupan dan perilaku, terutama dalam kaitannya dengan suatu sistem sosial dan bagaimana sistem tersebut memengaruhi orang dan bagaimana pula orang yang terlibat di dalamnya memengaruhi sistem tersebut”.⁴⁴

2. Pengertian Sosiologi Ekonomi Islam

Damsar mendefinisikan sosiologi sebagai studi ilmiah yang berhubungan dengan masyarakat yang di dalamnya terdapat proses interaksi sosial.⁴⁵

Ekonomi adalah suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan pengalokasian sumberdaya

⁴² Nurani Soyomukti, *Pengantar Sosiologi: Dasar Analisis, Teori & Pendekatan Menuju Analisis Masalah-Masalah Sosial, Perubahan Sosial, & Kajian-Kajian Strategis* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), 19.

⁴³ *Ibid.*, 61.

⁴⁴ *Ibid.*, 61.

⁴⁵ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 9.

masyarakat (rumah tangga dan pebisnis/perusahaan) yang terbatas diantara berbagai anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, keinginan masing-masing. atau dengan kata lain, bagaimana masyarakat (termasuk rumahtangga dan pebisnis/perusahaan) mengelola sumber daya yang langka melalui suatu pembuatan kebijaksanaan dan pelaksanaannya.⁴⁶

Menurut Damsar sebagaimana yang dikutip oleh Bagong Suyanto “sosiologi ekonomi secara sederhana didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana cara orang, kelompok atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang langka, dengan menggunakan pendekatan sosiologi”.

Cara yang dimaksud di sini berkaitan dengan semua aktivitas orang, kelompok dan masyarakat yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi jasa dan barang-barang langka. Berbeda dengan ilmu ekonomi yang memandang perilaku atau tindakan ekonomi yang dilakukan aktor bersifat rasional, yakni selalu bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan bagi para individu dan memaksimalkan keuntungan bagi para pemilik perusahaan, sosiologi ekonomi memandang tindakan ekonomi tidak selalu bersifat rasional, tetapi bisa bersifat spekulatif-rasional, bahkan tradisional.

Sosiologi ekonomi meyakini bahwa perilaku ekonomi manusia seringkali tidak hanya mempertimbangkan untung rugi, tetapi yang lebih

⁴⁶ Ibid., 11.

penting adalah bagaimana konstruksi sosial masyarakat yang bersangkutan dalam memandang arti penting atau fungsi sebuah barang dan jasa.⁴⁷ Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan 2 cara.

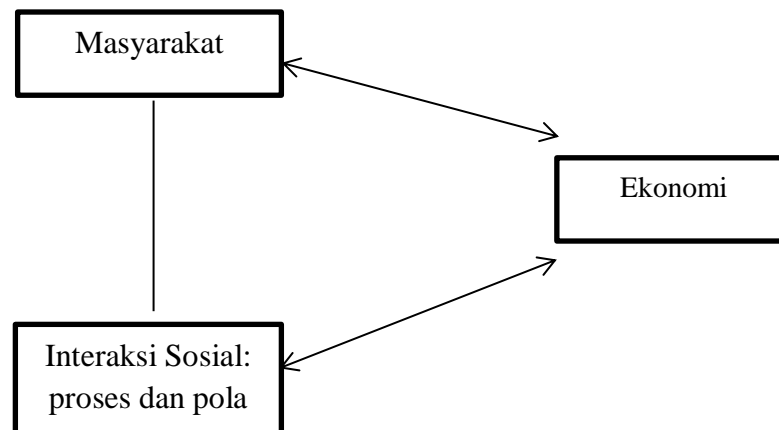
Pertama, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang di dalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut, dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya, bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat.

Dengan pemahaman konsep masyarakat tersebut, maka sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi. Masyarakat sebagai realitas eksternal-objektif akan menuntun individu dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti apa yang boleh diproduksi, bagaimana memproduksinya, dan dimana memproduksinya. Tuntunan tersebut biasanya berasal dari budaya, termasuk di dalamnya hukum dan agama. Dalam agama Islam, misalnya orang boleh berternak kambing karena kambing dikategorikan makanan halal. Namun apabila seorang muslim/ muslimah berternak babi maka kegiatan tersebut dipandang sebagai perbuatan haram. Islam mengkategorikan babi sebagai makanan haram, suatu makanan yang dilarang atau tidak dibolehkan untuk dikonsumsi.

⁴⁷ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kencana, 2013), 14-15.

Selanjutnya ekonomi mempengaruhi masyarakat yang di dalamnya ada proses interaksi sosial. Semua orang perlu mengonsumsi pangan, sandang dan papan untuk bisa bertahan hidup. Oleh sebab itu dia perlu bekerja untuk memenuhi kebutuhan tersebut. pilihan seseorang terhadap suatu pekerjaan dipengaruhi salah satunya oleh kualitas, kuantitas dan citra (*image*) dari apa yang ingin dikonsumsi.⁴⁸

Tabel II
Hubungan antara Masyarakat dan Ekonomi



Catatan:

→← hubungan timbal balik — hubungan inklusif

Dari tabel di atas, dapat diperoleh pemahaman bahwa masyarakat merupakan suatu realitas yang di dalamnya terjadi proses interaksi sosial dan terdapat pola interaksi sosial. Hubungan antara ekonomi dan masyarakat, termasuk di dalamnya ada proses dan pola interaksi, bersifat saling mempengaruhi atau pengaruh timbal balik.

Kedua, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologi yang diterapkan pada fenomena ekonomi. Dari definisi ini

⁴⁸ Damsar, *Pengantar Sosiologi*., 11-12.

terdapat dua hal yang harus dijelaskan, yaitu pendekatan sosiologis dan fenomena ekonomi. Adapun dimaksud dengan pendekatan sosiologi adalah konsep-konsep, variabel-variabel, teori-teori, dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami kenyataan sosial, termasuk di dalamnya kompleksitas aktifitas yang berkaitan dengan ekonomi seperti produksi, konsumsi, dan distribusi, dan lainnya.⁴⁹

Fenomena ekonomi adalah gejala dari cara bagaimana orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang langka. Cara yang dimaksud disini adalah semua aktifitas orang dan masyarakat yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi jasa-jasa dan barang-barang langka.⁵⁰

Sedangkan Menurut Muhammad Fachrur Rozi, sebagai sebuah konsep, sosiologi ekonomi Islam dapat dipahami dalam dua arti: pertama, ekonomi Islam dalam perspektif sosiologi, dan kedua, sosiologi ekonomi dalam perspektif Islam.⁵¹

Dalam arti yang pertama, sosiologi ekonomi Islam dipahami sebagai suatu kajian sosiologis yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sosiologi menyangkut kerangka acuan, variabel-variabel dan model-model yang digunakan para sosiolog dalam memahami dan menjelaskan realita sosial, dalam hal ini adalah fenomena ekonomi, yang terjadi di dalam

⁴⁹ Ibid., 14.

⁵⁰ Ibid., 17.

⁵¹ Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Pati: STIEF-IPMAFA, 2016), 15.

masyarakat. Sosiologi yang dimaksud adalah sosiologi sebagai ilmu pengetahuan yang tidak bebas nilai, melainkan justru yang sarat dengan muatan nilai, yakni nilai-nilai Islam. Suatu gagasan tentang ekonomi Islam yang dilihat dalam perspektif sosiologis yang sarat nilai. Ilmu sosial yang sarat nilai, termasuk di dalamnya sosiologi, oleh Kuntowijoyo disebut ilmu sosial profetik, yakni ilmu yang mengandung nilai-nilai Islam dan memiliki keberpihakan. Ilmu sosial profetik dibangun di atas pilar-pilar: (1) *amar ma'ruf* (emansipasi), (2) *nahi munkar* (liberasi), dan (3) *tu'minuna billah* (transendensi), sebagai satu kesatuan.

Sebagai suatu realitas sosial, fenomena ekonomi yang hendak dipahami atau dijelaskan adalah bukan fenomena ekonomi yang terjadi di sembarang tipe atau bentuk masyarakat, melainkan masyarakat yang memiliki ciri-ciri tertentu yang dikaitkan dengan Islam, baik sebagai ajaran maupun fenomena keberagaman (keislaman) di kalangan muslim, atau keterkaitan antara keduanya. Misalnya hubungan ekonomi dan agama. Contoh lain jika dikaitkan dengan analisis tentang perubahan institusi dalam parameter budaya yang melatarbelakangi landasan ekonomi masyarakat, misalnya yaitu semangat kewirausahaan di kalangan komunitas muslim. Hal ini mengacu pada makna budaya sebagai salah satu definisi ekonomi Islam yang diartikan sebagai “perekonomian dalam masyarakat Islami”.⁵²

⁵² Ibid.,19.

Hal kedua terkait dengan perspektif Islam mengenai sosiologi ekonomi. Seperti dipaparkan Muhammad Abdul Mannan, bahwa persoalan ekonomi harus dipahami dan dinilai dalam kerangka ilmu pengetahuan yang terintegrasi tanpa memisahkannya dalam komponen normatif maupun positif. Normatif berarti ilmu pengetahuan sosial sarat nilai dan positif yang berarti ilmu pengetahuan itu bebas nilai. Masalah ekonomi harus ditinjau dari keseluruhannya, bahwa aspek normatif dan positif itu saling berkaitan erat sehingga setiap usaha memisahkannya dapat berakibat menyesatkan.⁵³

3. Konsep Tindakan Ekonomi

Seperti halnya dalam ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga melihat inti masalah yang sama dalam menjelaskan konsep tindakan atau perilaku ekonomi. Bahwa aktor (pelaku, agen) mendasarkan tindakan atau perilakunya pada prinsip rasionalitas dan nilai kemanfaatan (*utilitarisme*). Prinsip-prinsip ini digunakan untuk menjelaskan transaksi atau hubungan ekonomi yang dilandasi individualisme, bahwa motif manusia (aktor, pelaku individu) dalam melakukan kegiatan ekonomi dilandasi kepentingan individu. Dalam ekonomi Islam, prinsip rasionalitas mengalami perluasan spektrum, yakni dengan melibatkan pertimbangan-pertimbangan syariah (misalnya halal-haram, *maslahah-madharat*) dalam menentukan seperangkat pilihan dan sejumlah preferensi yang bersifat stabil. Dalam menentukan fungsi-fungsi

⁵³ Ibid., 20.

utilitasnya pun tidak mengabaikan aspek ruang-waktu yang dirumuskan dalam terma kehidupan dunia (*hayat al-dunya*, sekarang dan ‘di sana’). Prinsip rasionalitas Islami dan *utilitarianisme* menjadi asumsi-asumsi dasar bagi perilaku ekonomi Islami.⁵⁴

Konsep tindakan ekonomi dalam bingkai sosiologi yang tidak bebas nilai (sosiologi islami) bahwasannya pembahasan mengenai manusia dan perilakunya dapat dilihat dalam konteks tiga realitas dasar yang saling berhubungan: Tuhan, manusia, dan alam. Ketiga realitas dasar ini merupakan unitas (ketunggalan) yang di dalamnya terdapat struktur-struktur hubungan yang sangat rumit dan kompleks. Prinsip dasar hubungan ini dalam arti ajaran teologi bahwa Tuhan adalah pencipta (*Khaliq*) dan dua realitas lainnya (makhluk).⁵⁵

Terdapat dua jenis hubungan dalam setiap hubungan di dalam dan di antara ketiga realitas dasar tersebut, yaitu vertikal dan horizontal. Sifat kedua hubungan ini adalah aktif-reseptif. Aktif berarti mempengaruhi dan reseptif berarti dipengaruhi. Contohnya hubungan antara Tuhan dan manusia sebagai hamba. Sedang hubungan antara Tuhan dan manusia sebagai khalifah adalah bersifat horizontal yang mana keduanya aktif dan reseptif secara timbal balik.⁵⁶

Konsep tentang tindakan ekonomi yang melihat aktor sebagai entitas yang dikonstruksikan secara sosial dalam islam disebut ‘*amal al-iqtishady* atau *al-tadabir al-iqtishadiyyat*, yakni amal (perbuatan,

⁵⁴ Ibid., 30.

⁵⁵ Ibid., 33.

⁵⁶ Ibid.,35.

tindakan) yang mengandung makna ekonomik, atau bahkan motif ekonomi. Amal merupakan konsep sosiologis karena ia dilihat dalam kerangka *hablun min al-nas* (hubungan antara sesama manusia, interaksi sosial) di mana aktor mengaktualkan nilai-nilai, motif atau niatnya. Seperti dinyatakan Nabi Muhammad, bahwa ‘amal (tindakan) itu tergantung pada niatnya. Makna dari ‘amal seseorang (aktor) dipahami melalui motif (niat) yang ditujukan pada orang lain yang menjadi sasaran perhatian ‘*amaliyyatnya* dalam suatu interaksi sosial. Adanya motif yang dilandasi kesadaran yang bersifat *ilahiyyat* ini yang membedakan antara manusia (aktor) dan binatang.⁵⁷

‘*Amal* merupakan konsep sosiologis dalam kerangka interaksi sosial (islami) yang terkait dan terikat oleh amal dalam bingkai *ilahiyyatnya*. Oleh sebab itu sebagai bentuk peribadatan dalam konteks *hablun min Allah*, ibadah salat diperintahkan kepada setiap individu manusia untuk mencegah dan menjaga diri dari tindakan yang di luar batas keadilan (*hablun min an-nas*). Dengan demikian, tindakan ekonomi (‘*amal al-iqtishadiy*) dalam persepektif sosiologi Islam merupakan tindakan yang dilandasi oleh kesadaran yang bercorak *ilahiyyat* (keimanan) dan *insaniyyat* (manusiawi) sekaligus. Kedua bentuk kesadaran ini adalah kesadaran aktif yang melatari dan membentuk motif dari tindakan ekonomi aktor. Kesadaran bersifat aktif terhadap motif,

⁵⁷ Ibid., 36.

motif bersifat aktif terhadap tindakan, dan kesadaran bersifat aktif terhadap tindakan.⁵⁸

Dalam Kitab Imam Bukhari, Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا يَحْيَى حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ عُقَيْلٍ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ
عُبَيْدِ اللَّهِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ عَبَّاسٍ أَخْبَرَهُ أَنَّ أَبَا
سُفْيَانَ أَخْبَرَهُ أَنَّ هِرَقْلَ أَرْسَلَ إِلَيْهِ فَقَالَ يَعْزِي النَّبِيَّ صَلَّى
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَأْمُرُنَا بِالصَّلَاةِ وَالصَّدَقَةِ وَالْعَفَافِ وَالصِّلَةِ

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Yahya telah menceritakan kepada kami Al Laits dari 'Uqail dari Ibnu Syihab dari 'Ubaidullah bin Abdullah bahwa Abdullah bin Abbas telah mengabarkan kepadanya, bahwa Abu Sufyan telah mengabarkan kepadanya bahwa Heraklius pernah mengutusnyanya kepada Nabi, lalu beliau yaitu Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Kami di perintahkan (oleh Allah) untuk menegakkan shalat, bersedekah, mema'afkan dan menjalin hubungan persaudaraan."(HR. Bukhari: 5522).⁵⁹

Sarana bagi *'amal al iqtishadiy* adalah *Shilat al-rahim*. Motif ekonomi yang mendasari suatu *'amal al-iqtishadiy* hanya dapat dijelaskan melalui *hablun min a-nas*. Apabila *'amal al-iqtishadiy* tersebut terlahir dari motif yang dilandasi baik nilai ketuhanan maupun kemanusiaan. Sebagaimana dalam Islam bahwa setiap muslim adalah bersaudara (dengan muslim lainnya). *Shilat al-rahim* adalah suatu jaringan sosial atau rangkaian hubungan sosial yang diikat oleh perasaan bersaudara karena bersumber dari kesadaran yang sama dan untuk menciptakan kepentingan bersama (*collective interest*). Dalam konteks ini, kepentingan individu tidak bertentangan atau bahkan selaras dengan

⁵⁸ Ibid., 37.

⁵⁹ H.R Bukhari di dalam aplikasi kitab 9 imam No. 5522.

kepentingan kolektif, tidak saja bagi pihak-pihak yang tengah berinteraksi melainkan juga seluruh anggota masyarakat (*mashlahat al-'ammat*). Dalam *shilat al-rahim* setiap aktor (yang berinteraksi) secara sadar mereduksi sebagian kepentingan individualnya melalui tindakan yang diperintahkan atau diijinkan oleh ajaran Islam. Dalam *shilat al-rahim*, perubahan struktur tidak bisa dilepaskan dari kesadaran kultural. Ini semata-mata karena karakter dasar yang melekat pada *shilat al-rahim* itu sendiri yang memuat prinsip-prinsip interaksi sosial yang menghendaki pemberlakuan nilai-nilai kebenaran dan keadilan berdasarkan hubungan kasih sayang.⁶⁰

⁶⁰ Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam.*, 45-48.