

SEDEKAH DAN PERKEMBANGAN USAHA
(PERBANDINGAN PERKEMBANGAN USAHA DALAM
PERSPEKTIF SEDEKAH)



SKRIPSI

oleh

Nama : Wulandari

Nomor Mahasiswa : 09312469

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2012

**SEDEKAH DAN PERKEMBANGAN USAHA
(PERBANDINGAN PERKEMBANGAN USAHA DALAM
PERSPEKTIF SEDEKAH)**

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas**

Ekonomi UII

oleh

Nama : Wulandari

Nomor Mahasiswa : 09312469

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Desember ..2012

Penulis



Wulandari

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

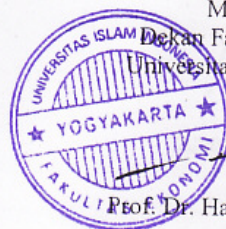
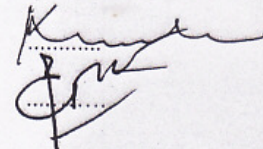
SKRIPSI BERJUDUL

**Sedekah dan Perkembangan Usaha (Perbandingan Perkembangan Usaha
Dalam Perspektif Sedekah)**

**Disusun Oleh: WULANDARI
Nomor Mahasiswa: 09312469**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 14 Februari 2013

Penguji/Pemb. Skripsi : Dr. Kumala Hadi, M.Si, Ak, CPA
Penguji : Dra. Erna Hidayah, M.Si, Ak



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Meniti satu jalan menyambut indahMu kepadaku. Terima kasih yang tak terhingga.

Kupersembahkan sebagai rasa terima kasih Sang Maha Hati Maha Segalanya. Salah satu keindahan di dunia ini yang akan selalu dikenang adalah ketika kita bisa melihat atau merasakan sebuah impian menjadi kenyataan. Dan, bagi penulis, buku ini adalah salah satu keindahan.

Segala yang kalian persembahkan lebih berharga dan lebih berarti bagiku.

Kalian telah berhasil membuatku melewati masa dimana kebersamaan bukan lagi tentang raga, tapi tentang mozaik-mozaik rindu yang tersusun rapi di ruang hati, semuanya untuk orang tua dan keluarga. Yang apabila ada balasan untuk setiap perbuatan baik yang kulakukan saat ini, semuanya untuk orang tua dan keluarga.

Bayangan kita penuh cerita.

Tidak ada impian yang gagal, tetapi hanya tertunda sesaat kawan-kawan. Impian, harapan, keinginan, dan cita-cita akan selalu ada untuk sebuah makhluk bernama manusia. Kita punya 16 sayap. Sekarang waktu yang tepat untuk merentangkan sayap menoleh ke semesta. Keep our dreams alive and we will survive. Salam Ogengers. Salam skandal.

Tulus ikhlas semangatku padamu-semangatmu padaku.

Kepersembahkan atas kepercayaan bersama, wahai putra putri terbaik Bangka Belitung, wahai 40 kawan asramaku! Di antara ribuan konstelasi. Walau sunyi, kita tak pernah benar-benar sendiri. Kalian, manusia terhebat yang pernah kukenal. Salam keluarga KATOM.

Mari saling berbagi ilmu di sebuah dunia yang muncul dari Keterbatasan
Ungkapan Anak Negeri bernama Wulan.

Kepada kawan-kawan seperjuangan di lingkungan organisasi, kawan seangkatan, pengurus HMI, kader-kader... kalian terhebat. Kepada Bapak Ibu Dosen... saya bangga telah mendapat banyak pelajaran dari kalian. Kepada kawan KKN... everyone has a memory which they always skip, but never delete. Dan kepadakawan di lingkungan Lembaga Eksekutif Mahasiswa, Dewan Perwakilan Mahasiswa, dan Teater KOIN... kayanya warna hidup selama ini karena kalian. Kupersembahkan kepada yang telah meluangkan mata, hati, dan waktu

untuk saling belajar, untuk saling memberi saran, untuk saling memberi kepercayaan, dan untuk saling menginspirasi. Terima kasih kepada semuanya. Salam Kontribusi.

Motto

Allah meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kalian dan yang berilmu (Al Quran)

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu' (Al Quran)

Everyman dies not everyman really lives (Gibson, Mel, Braveheart)

To be or not to be! ...That is the question (Shakespeare, William. Hamlet)

Tieraa... Tieraa...! (Daratan... Daratan...! Kata-kata pertama Christopher Columbus saat pertama kali melihat tanah Amerika)

Cogito ergo sum (Aku berpikir maka aku ada. Descartes, Rene)

Saya tidak akan memakan buah pala hingga Nusantara bersatu di bawah bendera kejayaan Majapahit. (Mahapatih Gajah Mada, Majapahit)

Bila sampai waktuku. (Anwar, Chairil)

I just brought Indonesia... I Fight and work and Sacrifice myself for this Indonesian people... this Fatherland of mine. (Sukarno. Gordon Skene Sound Selection)

Merdeka atau Mati!!! (sumber tidak diketahui... tetapi siapa yang tidak tau
efeknya?)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang mana telah memberi rahmat, hidayah dan inayahnya agar skripsi ini terselesaikan. Juga tak lupa shalawat beriring salam kepada sang revolusioner sejati, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa Islam dari zaman Jahilliah hingga ke zaman modern yang terus berkembang sampai saat ini.

Skripsi ini penulis tulis untuk memenuhi syarat kelulusan penulis dari Universitas yang sangat penulis banggakan akan sejarah dan perjuangannya. Banyak hal yang penulis dapatkan sebagai pengalaman dan pembelajaran baik yang bersifat akademik maupun non akademik selama penulis menuntut ilmu di sini.

Skripsi ini penulis buat sebagai bentuk bakti penulis kepada UII, skripsi yang mengangkat judul *Sedekah dan Perkembangan Usaha (Perbandingan Perkembangan Usaha dalam Perspektif Sedekah)* ini harapannya dapat memberikan sesuatu yang positif. Baik dari manajemen usaha hingga proses menjalani usaha.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa berbagai pihak telah memberikan bantuan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah meridhoi selesainya skripsi ini.

2. Kedua orang tua penulis yang tidak pernah berhenti mendoakan dan membiayai penulis selama kuliah hingga skripsi ini selesai.
3. Bapak Kumalahadi yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Pihak manajemen Universitas yang mengizinkan penulis meneliti hal tersebut.

Besar harapan penulis agar skripsi ini nantinya berguna bagi Universitas khususnya dan pembaca pada umumnya agar dapat terjaga mutu kualitas perusahaannya.

Wassalmu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, November 2012

Penulis

Wulandari

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	Error! Bookmark not defined.
Halaman Persembahan	iv
Motto	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Grafik	xv
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	Error! Bookmark not defined.
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
2.1 Tinjauan Teoritis	11

2.1.1.	Sedekah	11
2.1.1.1.	Definisi Sedekah.....	11
2.1.1.2.	Hukum Sedekah.....	13
2.1.1.3.	Unsur-Unsur Sedekah	14
2.1.1.4.	Bentuk Sedekah	16
2.1.1.5.	Perspektif Sedekah Konsep Islam dan Konsep Materialisme.....	19
2.1.1.6.	Manfaat Sedekah	24
2.1.2.	Usaha	26
2.1.2.1.	Definisi Usaha	26
2.1.2.2.	Perkembangan Usaha.....	28
2.1.2.2.	Perkembangan Usaha Muslim dan Non Muslim di Indonesia.....	28
2.2.	Kajian Pustaka	33
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.2.	Sumber Data.....	37
3.3.	Pengumpulan Data.....	37
3.3.1.	Observasi.....	37
3.3.2.	Wawancara.....	38
3.3.3.	Pedoman Wawancara.....	39
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.4.1.	Populasi.....	39
3.4.2.	Sampling	40
3.5.	Instrumen Penelitian	40
3.7.	Uji Validitas Data	43

BAB IV DATA DAN ANALISIS	45
4.1. Profil Informan	45
4.2. Hasil Pengumpulan Data dan Wawancara	47
4.3. Pandangan Pelaku Usaha Mengenai Sedekah	70
4.4. Pola Bersedekah	73
4.5. Hasil Temuan	75
4.5.1. Fakta – Fakta Kejadian	75
4.5.2. Bukti – Bukti	76
4.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaku Usaha Melakukan Sedekah	77
4.7. Motivasi Terjadinya Sedekah	82
4.8. Keterkaitan Antara Sedekah dengan Perkembangan Usaha	89
4.8.1. Pandangan Pelaku Usaha Mengenai Keterkaitan Antara Sedekah dan Perkembangan Usaha	89
4.8.2. Keterkaitan Antara Sedekah Dengan Perkembangan Usaha Berdasarkan Hasil Penelitian	92
4.9. Perbedaan Perkembangan Bisnis yang Dijalankan Pelaku Usaha Muslim dan Non Muslim Dalam Perspektif Sedekah	107
4.10. Konsep Sedekah Secara Normatif Terkait Perkembangan Bisnis	111
4.11. Analisis Data	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1. Kesimpulan	118
5.2. Keterbatasan Penelitian	120
5.3. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	127
Surat Ijin Penelitian	127
Daftar Pertanyaan Wawancara	127
Ayat-Ayat Al Quran tentang Sedekah	128

SERTA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Sedekah dan Perkembangan Usaha (Perbandingan Perkembangan Usaha
Dalam Perspektif Sedekah)**

**Diusun Oleh: WULANDARI
Nomor Mahasiswa: 09312469**

DAFTAR TABEL

Tabel

4.1. Nama Informan dan Waktu Wawancara.....	46
4.2. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah PT. Bakpia Pathuk 25.....	52
4.3. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah Media Pressindo Group.....	56
4.4. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah Waroeng Group.....	59
4.5. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah Sirlo Steak.....	61
4.6. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah Roosman Handicraft.....	64
4.7. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah Bakti Pacitan Sejahtera.....	67
4.8. Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan Sedekah Toko Batik Warna Pelangi.....	69

DAFTAR GRAFIK

Grafik

4.1. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan PT. Bakpia	
Pathuk 25.....	93
4.2. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan PT. Bakpia	
Pathuk 25.....	94
4.3. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Media Pressindo	
Group.....	95
4.4. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Media Pressindo	
Group.....	96
4.5. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Waroeng	
Group.....	97
4.6. Hubungan Antara Sedekah dengan Aset Perusahaan Waroeng	
Group.....	98
4.7. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Sirlo	
Steak.....	99
4.8. Hubungan Antara Sedekah dengan Aset Perusahaan Sirlo	
Steak.....	100
4.9. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Roosman	
Handicraft.....	101
4.10. Hubungan Antara Sedekah dengan Aset Perusahaan Roosman	
Handicraft.....	102
4.11. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Bakti Pacitan	

Sejahtera.....	103
4.12. Hubungan Antara Sedekah dengan Aset PerusahaanBakti Pacitan	
Sejahtera.....	104
4.13. Hubungan Antara Sedekah dengan Omzet Penjualan Toko Batik Warna	
Pelangi.....	105
4.14. Hubungan Antara Sedekah dengan Aset PerusahaanToko Batik Warna	
Pelangi.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian.....	127
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	127
Lampiran 3. Ayat-Ayat Al Quran tentang Sedekah	128

**SEDEKAH DAN PERKEMBANGAN USAHA
(PERBANDINGAN PERKEMBANGAN USAHA DALAM
PERSPEKTIF SEDEKAH)**

Wulandari

Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

E-mail: wulandari_uui@ymail.com

This research is titled, "Alms and Development Enterprises (Comparative of Business Development in Perspective of Alms)". This research aims to examine the relationship between alms entrepreneur and business development seen from the value of sales turnover and the company's assets, differences in the development of a business by Muslims entrepreneur and non-Muslims entrepreneur, and trying to give an empirical evident whether alms by entrepreneur according to the concept of alms normatively. This research is purposive sampling, in which the researchers took samples of the businesses in Yogyakarta and surrounding areas, the entrepreneur who do alms in business or not do alms. There are seven businesses interviewed, consisting of five Muslims entrepreneur and two non-Muslims entrepreneur. The results of this research indicate that the relationship between alms confidence with the business development can be proven true. But if it is traced more deeply using existing data related to the business, and then analyzed to see differences in the development of Muslim and non-Muslim businesses, it can be proved that the relationship that has been believed by some entrepreneur is unsubstantiated. In data mathematics do not show a positive relationship between the alms with business development.

Keywords: Alms, Business Development, Sales Turnover, the Company Assets, Normative Concept.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dakwah Islamiyah bagi seorang Muslim adalah suatu kewajiban dalam menegakkan agama Allah SWT. Gerakan Islam agar tetap berada pada garis perjuangannya, diperlukan penegasan terhadap komitmen tauhid kemanusiaan. Tauhid merupakan pondasi utama Islam, karena tauhid yang akan mempersatukan sesama manusia dan mengikat manusia dengan Allah, dengan pengokohan tauhid sebagai dasar gerakan, maka gerakan Islam akan mampu mencerahkan umat karena langkahnya disinari oleh cahaya dan bimbingan Allah, memberdayakan umat karena setiap langkahnya tidak sia-sia, arah dan tujuannya jelas sehingga mereka memiliki semangat berjuang (Mu'ti, 2004: 33).

Bermacam cara dan teknik yang ditempuh oleh berbagai lembaga dakwah untuk mencapai keberhasilan dakwah. Realisasi proses dakwah yang ideal dalam kehidupan umat Islam perlu adanya sarana dan prasarana, strategi, komunikasi, media, materi dan metode dakwah yang mampu menjawab tantangan zaman yang mengacu pada konteks kekinian. Peran para pendakwah agama selaku pewaris dakwah Rasulullah SAW khususnya pemuka agama, yaitu Ulama', Mubaligh, Da'i atau Kyai harus lebih kreatif dalam berdakwah.

Pada saat sekarang ini, kita sering mendengar ajakan untuk melakukan sedekah. Banyak cara yang dilakukan seseorang untuk mengajak orang lain bersedekah. Salah satunya adalah dakwah yang sering dilakukan oleh para ulama.

Dakwah sedekah selama ini selalu menggambarkan bahwa orang yang bersedekah nantinya akan mendatangkan banyak manfaat kepada pelakunya.

Bersedekah akan menyadarkan manusia, bahwa harta yang ada pada diri manusia sesungguhnya tidak seluruhnya haknya, namun hak orang lain. Harta yang menjadi hak orang lain itu perlu di sampaikan kepada yang berhak dengan cara bersedekah. Dalam Al Quran surat Ath-Thalaq: 7.

“Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.”

Berdasarkan ayat diatas, seseorang yang mencintai sesamanya sama mencintai dirinya sendiri, mereka tidak dihindangi rasa sombong dan takabur gara-gara menumpuknya harta, bahkan sebaliknya harta menjadi anugerah terbesar mereka untuk semakin meningkatkan amal kebaikan. Beramal baik kepada sesama itu dijanjikan keuntungan yang besar berupa ganjaran yang tidak akan pernah putus berupa kebahagiaan lahir dan batin, karena harta yang disedekahkan akan diganti oleh Allah Swt, firman Allah Swt.:

Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezeki yang sebaik-baiknya (Al Quran surat Saba': 39).

Berdasarkan ayat diatas inilah pesan penting yang hendaknya tidak dilupakan oleh umat Islam untuk bersedekah dengan tulus dan ikhlas, dengan niat beribadah dan berbagi dengan sesama yang membutuhkan, sesungguhnya harta yang disedekahkan itu tidak hilang, tetapi menjadi pinjaman Allah SWT dan akan diganti-Nya dengan lipat ganda (Thobroni, 2008: 25-31).

Semula banyak orang yang berpikir bahwa hasil usaha manusia adalah seukuran kerja, seukuran usaha, seukuran proyek, seukuran dagangan, atau seukuran modalnya. Begitulah selama ini pikiran seseorang bekerja. Tidak pernah terpikirkan atau jarang terpikirkan bahwa hasil usaha bisa diperbesar lewat jalan ibadah, dan jalan usaha bisa diperluas lewat jalan ibadah.

Ustadz Yusuf Mansyur dalam berbagai tausiyahnya menceritakan tentang kelapangan rezeki bagi yang bersedekah. Tausiyah dari Ustad Yusuf Mansyur ini memiliki sedikit perbedaan dengan tausiyah yang lain, karena lebih fokus pada matematika sedekah menggambarkan jika kita bersedekah dengan ikhlas 1 bagian, maka Allah akan melipatgandakan menjadi 10 sampai 700 kali lipat. Tergantung amalan kita. Pada saat itu Ustadz Yusuf Mansyur memberi contoh tentang uniknya matematika sedekah ini. Misalnya kita punya uang 10 kemudian di sedekahkan 1, maka sisa uang yang kita miliki menjadi 9. Karena dengan bersedekah 1 akan dilipatgandakan jadi 10. Dan 10 itu ditambahkan ke sisa uang yang tidak kita sedekahkan. Jadi total uang yang dimiliki ada 19 hasil penjumlahan antara 10 dan 9.

Matematika sedekah diatas dapat dipraktekkan oleh pelaku usaha. Yang menarik adalah banyak sekali pengusaha sekarang meyakini konsep matematika

sedekah ini dalam menjalankan bisnisnya. Sedekah yang pengusaha lakukan diyakinini bukan membuat usahanya terhambat tetapi malah menjadi semakin berkah dan berkembang.

Menurut Joe Vitale, penulis *Spiritual Marketing*, dalam *e-book* "The Greatest Money-Making Secret in History!" semakin kita rela memberi (bersedekah) semakin banyak apa yang telah disumbangkan itu kembali kepada kita dengan berlipat-lipat. Walaupun banyak sumber yang mengatakan bahwa sedekah akan memberikan manfaat kepada pelakunya, tetap saja masih banyak pertanyaan yang muncul. Perhitungan di atas memang diluar nalar manusia. Menurut perhitungan manusia, sedekah merupakan bentuk kas keluar, tetapi kenapa justru dapat menambah penghasilan kita. Bayangkan saja jika orang yang bersedekah itu kehidupannya pas-pasan. Jika dia tetap bersedekah dapat dipastikan bahwa kehidupan dia akan kekurangan karena pendapatannya berkurang. Begitu juga dengan sedekah yang dilakukan oleh pelaku usaha. Semakin banyak dia bersedekah, dipastikan keuntungannya semakin berkurang. Kemungkinan untuk mengembangkan usahanya juga semakin kecil karena uang yang sebenarnya bisa digunakan untuk melakukan perputaran kas justru digunakan untuk bersedekah.

Dalam perkembangan bisnis dunia, pelaku usaha Muslim dituntut bersaing dengan pelaku usaha non Muslim negara-negara yang lebih maju dan lebih berpengalaman dalam berbagai sektor bisnis. Menurut Direktur Science Centre Chulalongkorn University, Thailand, Dr Winai Dahlan, jumlah penduduk dunia saat ini mencapai tujuh miliar jiwa. Populasi Muslim sebesar 26 % dari total itu.

Beliau menyatakan dalam Berita Khazanah Republika bahwa negara dengan pertumbuhan paling tinggi se-ASEAN ialah Brunei Darusalam, yaitu 1,712 %. Sedangkan, rata-rata peningkatan penduduk di ASEAN adalah 1,185 %. Dan Indonesia adalah 1,069 %. Realita yang terjadi, tingginya persentase tersebut masih berada di atas negara-negara pelaku perkembangan usaha utama di dunia, seperti Uni Eropa, Amerika, Cina, Jepang, Jerman, dan Prancis. Tapi sayangnya, potensi yang sedemikian rupa besarnya belum tergarap maksimal, umat Islam masih menjadi objek dan bukan pelaku utama untuk perkembangan bisnis di dunia. Ironisnya, ekspor halal masih didominasi oleh negara-negara non-Muslim, seperti Uni Eropa, Brasil, Cina, Selandia Baru, Amerika, Argentina, India, dan Rusia. Kondisi ini adalah salah satu fakta bahwa pelaku usaha Muslim memiliki tantangan utama yang lebih besar daripada pelaku usaha non Muslim dalam perkembangan bisnis global.

Keterkaitan antara sedekah dan perkembangan dari berbagai usaha tersebut, memerlukan analisis tentang perbedaan antara perkembangan usaha yang dijalankan pelaku usaha Muslim dan non Muslim. Anggota Komite Kerja Sama Gabungan Pengusaha Seluruh Indonesia, Doni Wibisono menyatakan dalam Berita Khazanah Republika bahwa pelaku usaha Muslim perlu memandang pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pendukung dalam perkembangan bisnis dunia, lebih dari sekedar meyakini dakwah-dakwah agama yang perlu pembuktian lebih lanjut terkait perumusan matematika hasil usaha akan bisa diperbesar lewat jalan ibadah, dan jalan usaha bisa diperluas lewat jalan ibadah. Para ulama sejak dahulu hingga kini, ketika membahas masalah sedekah,

tidak melihat esensi sedekah, tetapi mereka melihat dan membahasnya sambil meletakkan di pelupuk mata hati mereka beberapa praktik ekonomi dan bisnis guna mengetahui dan menetapkan apakah praktik-praktik tersebut sama dengan sedekah yang diajarkan Islam dapat menambah kelapangan rezeki itu, sehingga isi dakwah ini pun mengarah bahwa bersedekah adalah menguntungkan dengan adanya konsep dakwah matematika sedekah. Ini didasari oleh kesadaran bersama bahwa sudah saatnya umat Muslim mengindahkan konsep sedekah dari keseluruhan syari'at Islam dengan memahami konsep tentang sedekah secara normatif.

Mencoba mengenal lebih dalam mengenai sedekah, maka diambil studi kasus yang dapat menjelaskan keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha di PT. Bakpia Pathok 25, Waroeng Group, Sirlo Steak Nologaten, Roosman Handicraft, dan Toko Bakti Pacitan Sejahtera. Kasus ini dipilih karena banyaknya keunikan dalam sedekah, sehingga dapat dilihat perbandingan perkembangan usaha yang berbeda dalam perspektif sedekah. Kemudian dari berbagai jenis usaha yang dijalankan pelaku usaha Muslim tersebut, diambil juga studi kasus pada perkembangan usaha yang dimiliki oleh pengusaha non Muslim antara lain pada Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi.

Fokus dari penelitian ini diarahkan pada perkembangan usaha, keterkaitan sedekah terhadap perkembangan usaha itu sendiri, perbandingan perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha Muslim dan non Muslim dalam perspektif sedekah, serta konsep sedekah secara normatif. Berdasarkan latar belakang

tersebut penelitian ini mengambil judul “ Sedekah dan Perkembangan Usaha (Perbandingan Perkembangan Usaha dalam Perspektif Sedekah) ”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang diteliti selanjutnya dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana keterkaitan peran sedekah yang dilakukan dengan perkembangan bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha?
2. Apa yang membedakan perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha Muslim dan non Muslim?
3. Bagaimana konsep sedekah secara normatif terkait perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha?

1.3. Batasan Masalah

Dari berbagai masalah yang terjadi pada gerakan dakwah yang menawarkan konsep sedekah, penulis akan membatasi penelitian ini agar tidak mengalami kerancuan yaitu pada pembahasan terhadap pola sedekah dan faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha melakukan sedekah serta keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha, perbandingan perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha Muslim dan non Muslim dalam perspektif sedekah, serta konsep sedekah secara normatif terkait perkembangan usaha di

Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft. Diambil juga studi kasus pada perkembangan usaha yang dimiliki oleh pengusaha non Muslim antara lain Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi.

1.4. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini pembahasannya diarahkan untuk dapat menjawab permasalahan yang ada, yaitu tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa besar keterkaitan antara sedekah yang dilakukan dengan perkembangan bisnis.
2. Mengetahui perbedaan perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha Muslim dan non Muslim.
3. Mengetahui konsep sedekah secara normatif terkait perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan diatas, penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi dunia bisnis

Penelitian ini di harapkan dapat membantu dalam hal pemahaman peranan sedekah dalam perkembangan suatu usaha dan juga mengetuk

hati para pelaku usaha menyisihkan sebagian penghasilannya untuk sedekah.

2. Bagi penulis

Skripsi ini merupakan penerapan ilmu yang di dapat di bangku kuliah dan di aplikasikan pada kehidupan dan kasus yang nyata sehingga di harapkan dapat menambah wawasan penulis terhadap pentingnya sedekah dalam kehidupan bermasyarakat.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi kajian lebih lanjut mengenai masalah yang berhubungan dengan tema penelitian ini.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat-pendapat para ahli berkaitan dengan topik yang diteliti sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian. Landasan teori dan pendapat-pendapat tersebut diambil dari berbagai literatur maupun artikel yang

berhubungan dengan penelitian ini. Selain landasan teori dibahas juga tentang kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan hasil penelitian tentang obyek penelitian sesuai dengan masalah yang diidentifikasi, analisis permasalahan serta pembahasan masalah berdasarkan data yang tersedia.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan serta saran yang dapat dijelaskan.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

2.1. Tinjauan Teoritis

Sebelum penelitian ini dilakukan, sudah ada penelitian sebelumnya yang membahas hal yang sama walaupun yang dibahas berbeda spesialisasinya. Berikut adalah landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini serta beberapa hasil dari penelitian terdahulu.

2.1.1. Sedekah

2.1.1.1. Definisi Sedekah

Pengertian sedekah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah memberikan sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak menerimanya, di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi. Sedekah dalam ajaran Islam merupakan salah satu dari sikap *ta'awun* atau yang sering disebut dengan tolong-menolong. Sedekah itu sendiri berasal dari Bahasa Arab *shidiq* yang berarti benar.

Dalam situs Mentoring Islam, sedekah diartikan sebagai suatu pemberian yang diberikan oleh seorang Muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu; suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap rida Allah SWT dan pahala semata. Sedekah dalam pengertian di atas oleh para fukaha (ahli fikih)

disebut sadaqah *at-tatawwu'* (sedekah secara spontan dan sukarela). Sebenarnya ada pula arti sedekah yang lain. Menurut mereka, istilah sedekah juga dapat searti dengan kata zakat, yang berarti suatu harta wajib dikeluarkan oleh seorang Muslim pada waktu tertentu dan dalam jumlah tertentu yang telah ditetapkan oleh syariat (hukum Islam). Karena itu para fukaha sering menyebut istilah zakat fitrah dengan sadaqah al-fitr.

Menurut Muhammad Shiddiq Al Jawi, makna sedekah berkisar pada tiga pengertian. Yang pertama sedekah merupakan pemberian harta kepada orang-orang fakir, orang yang membutuhkan, ataupun pihak-pihak lain yang berhak menerima shadaqah, tanpa disertai imbalan. Kedua, shadaqah adalah identik dengan zakat. Ketiga, shadaqah adalah sesuatu yang ma'ruf (benar dalam pandangan syara'). Pengertian ini didasarkan pada hadits shahih riwayat Imam Muslim bahwa Nabi SAW bersabda : “Kullu ma'rufin shadaqah” (setiap kebajikan adalah shadaqah). Berdasarkan ini, maka mencegah diri dari perbuatan maksiat adalah sedekah, memberi nafkah kepada keluarga adalah sedekah, beramar ma'ruf nahi munkar adalah sedekah, menumpahkan syahwat kepada isteri adalah sedekah, dan tersenyum kepada sesama Muslim pun adalah juga sedekah (Ahira,2010).

Adapun sedekah dalam pengertian bukan zakat sangat dianjurkan dalam Islam dan sangat baik dilakukan tiap saat. Di dalam Alquran banyak sekali ayat yang menganjurkan kaum Muslimin untuk senantiasa memberikan sedekah. Di antara ayat yang dimaksud adalah yang artinya: *“Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang*

menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat makruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami akan memberikan kepadanya pahala yang besar.” (Al Quran surat An-Nisaa:14). Demikian pula di dalam sunah. Hadis yang menganjurkan sedekah tidak sedikit jumlahnya. Di dalam salah satu hadis, Rasulullah SAW bersabda :

“Sebaik-baik orang di antara kamu adalah yang memberi makan dan menjawab salam” (HR Ahmad bin Hanbal atau Imam Hanbali).

Berdasarkan Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam, sedekah merupakan amalan kebajikan dengan memberikan sejumlah harta atau uang kepada pihak lain dengan tujuan sosial tanpa maksud komersial yaitu tidak mengambil keuntungan materi. Amalan sedekah sangat dianjurkan oleh Islam sebagai bukti kepedulian sesama. Bagi yang bersedekah akan dijanjikan pahala oleh Allah SWT, dan yang mendapat sedekah akan mendapat kemudahan dalam hidupnya.

2.1.1.2. Hukum Sedekah

Para fukaha (ahli fiqih) sepakat bahwa hukum sedekah pada dasarnya adalah sunah, berpahala bila dilakukan dan tidak berdosa bila ditinggalkan. Di samping sunah, ada kalanya pula hukum sedekah itu menjadi haram, yaitu dalam kasus seseorang yang bersedekah mengetahui pasti bahwa orang yang menerima sedekah akan menggunakan harta sedekah itu untuk kemaksiatan. Akan tetapi, ada kalanya pula hukum sedekah itu berubah menjadi wajib, yaitu ketika seseorang

bertemu dengan orang lain yang sedang kelaparan hingga dapat mengancam keselamatan jiwanya, sementara dia (orang pertama) mempunyai makanan lebih dari apa yang ia perlukan saat itu. Hukum sedekah juga menjadi wajib jika seseorang bernazar hendak bersedekah kepada seseorang atau lembaga.

Sedekah lebih utama jika diberikan secara diam-diam dibandingkan diberikan secara terang-terangan, dalam arti diberitahukan atau diberitakan kepada umum. Hal ini sejalan dengan sebuah hadis Nabi Muhammad SAW dari sahabat Abu Hurairah. Dalam hadis ini dijelaskan bahwa salah satu kelompok hamba Allah SWT yang mendapat naungan dari-Nya di hari kiamat kelak adalah seseorang yang memberi sedekah dengan tangan kanannya lalu ia sembunyikan seakan-akan tangan kirinya tidak tahu apa yang telah diberikan oleh tangan kanannya tersebut.

2.1.1.3. Unsur-Unsur Sedekah

Akhir-akhir ini sering kita dengar banyak publikasi mengenai kekuatan sedekah. Ustadz Yusuf Mansyur dalam suatu tausyiahnya mengatakan bahwa sedekah dapat digunakan sebagai solusi permasalahan hidup, seperti jodoh, piutang, rezeki, penyakit, dan kesulitan lainnya. Bahkan beliau membuat satu rumus matematika mengenai sedekah. Beliau memang berusaha untuk memotivasi umat Islam agar melakukan sedekah. Jangan tanggung-tanggung hanya 2,5% saja, tetapi 10 %. Mungkin kalau di nalar, semakin banyak uang yang disedekahkan maka semakin berkurang uang yang kita miliki. Tapi berdasarkan rumus tersebut, semakin banyak uang yang kita sedekahkan, semakin banyak pula

uang yang kita dapatkan karena dari uang 10% tersebut kita akan mendapatkan kembalian dari Allah sebesar 10 kali lipat. Hal tersebut sejalan dengan Al Quran surat Al-An'am : 160 yang artinya : *“Barang siapa membawa amal baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya, dan barang siapa yang membawa amal perbuatan jahat, maka dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)”*.

Memang cara tersebut bisa digunakan untuk memotivasi seseorang agar bersedekah. Tetapi mungkin orang yang bersedekah nantinya justru cenderung akan melakukan sedekah karena ingin mendapatkan uang yang banyak, bukan karena keikhlasan untuk meringankan beban orang lain. Hal lain yang akan tumbuh adalah kekecewaan. Jika seseorang melakukan hal itu hanya karena ingin mendapatkan uang yang lebih banyak, ternyata Allah belum membalasnya pada saat itu bisa jadi orang akan kecewa kepada Allah dan nantinya dapat mengakibatkan kerusakan iman.

Berdasarkan penjelasan di atas, unsur-unsur dalam sedekah yang penting adalah keikhlasan, bukan dari berapa banyak uang yang kita sedekahkan. Dengan keikhlasan tersebut Insya Allah seseorang akan tetap berada di jalan Allah. Walaupun Allah belum membalas apa yang telah dia sedekahkan tapi akan tetap ada keyakinan yang kuat di balik itu. Seseorang yang ikhlas hanya mengharap ridha Allah SWT. Dia yakin bahwa Allah SWT akan membalas sesuatu dengan yang pantas, bahkan dengan yang lebih pantas.

2.1.1.4. Bentuk Sedekah

Adapaun bentuk-bentuk sedekah berdasarkan Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam, antara lain:

1. Membantu urusan orang lain

Sedekah merupakan amalan kebajikan dengan memberikan sejumlah harta atau uang kepada pihak lain dengan tujuan sosial tanpa maksud komersial yaitu tidak mengambil keuntungan materi dengan tujuan meringankan beban urusan orang lain. Dalam suatu hadits Rasulullah bersabda :

Seseorang telah datang kepada Nabi SAW, lalu ia bertanya : *“Wahai Rasulullah, shadaqah yang bagaimanakah yang lebih besar pahalanya?”*

Rasul menjawab : *“Shadaqah dalam keadaan sehat dengan harta yang sangat disayangi serta takut miskin dan ingin kaya. Dan jangan menunda-nunda bersedekah sehingga ruhnya telah sampai di tenggorokan (sekarat) lalu berwasiat untuk si Fulan sekian untuk Fulan yang lain sekian. Padahal waktu itu kekayaanmu sudah menjadi milik ahli waris.”* (HR. Al-Bukhari Muslim)

2. Waqaf (al-waqfu)

Menurut bahasa artinya “al-habsu” yaitu menahan atau tahanan. Waqaf menurut istilah syara’ ialah menahan harta benda tertentu yang dapat diambil manfaatnya sedangkan bendanya masih tetap, dan benda itu diserahkan kepada badan/orang lain dengan maksud untuk mendekatkan diri kepada Allah

dan benda tersebut tidak boleh dijual, dihibahkan atau diwariskan. Allah SWT berfirman :

“Hai orang-orang yang beriman, rukuklah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan.”
(QS. Al-Hajj : 77).

“Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.”
(QS. Ali Imran : 92).

Dalam sebuah hadits Rasulullah SAW bersabda :

Sesungguhnya Umar telah mendapatkan bagian tanah di Khaibar, kemudian bertanya kepada Nabi : *“Wahai Rasulullah, apakah yang engkau perintahkan kepadaku sehubungan dengan tanah tersebut?”*

Nabi menjawab : *“Jika engkau menyukai tahananlah tanah itu dan engkau sedekahkan manfaatnya”*.

“Maka Umar menyedekahkan manfaatnya dengan perjanjian ia tidak akan menjual tanah tersebut, tidak akan menghibakkannya dan tidak akan mewariskannya”. (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Waqaf itu haruslah selama-lamanya, sehingga tidak sah waqaf untuk masa tertentu. Waqaf juga harus secara tunai, maka tidak sah waqaf dengan syarat-syarat tertentu, seperti orang mewaqafkan sesuatu jika anaknya datang dari luar negeri. Tetapi waqaf tetap sah jika dihubungkan dengan kematian. Misalnya seseorang akan mewaqafkan sawahnya untuk masjid jika

ia meninggal. Yang demikian itu menjadi wasiat. Waqaf juga harus jelas kepada siapa harta itu diwaqafkan. Harta yang diwaqafkan pada hakikatnya adalah milik Allah, tetapi bagi yang berwaqaf akan selalu mendapatkan pahala, selama harta yang diwaqafkan itu masih dapat diambil manfaatnya. Oleh sebab itu waqaf sering disebut sebagai shadaqah jariyah.

Rasulullah SAW bersabda :

“Jika meninggal seorang hamba, maka terputuslah semua amalnya kecuali tiga hal, yaitu shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat, dan anak shalih yang mendoakannya.” (HR. Muslim dan lainnya)

3. Hibah

Hibah menurut bahasa artinya ialah pemberian. Menurut istilah yaitu pemberian kepada orang lain dengan tidak ada imbalannya, tidak ada sebab yang menjadikan adanya pemberian itu yang dapat dilaksanakan sewaktu seseorang masih hidup ataupun setelah meninggal dunia (disebut hibah wasiat). Hukum hibah adalah mubah (boleh), sebagaimana sabda Rasulullah sebagai berikut :

Dari Khalid bin Adi, sesungguhnya Nabi SAW telah bersabda : *“Siapa yang diberi kebaikan oleh saudaranya dengan tidak berlebih-lebihan dan tidak karena diminta maka hendaklah diterima dan jangan ditolak. Karean sesungguhnya yang demikian itu adalah rizki yang diberikan Allah kepadanya.”* (HR. Ahmad).

Hibah dapat dianggap sah bila pemberian itu sudah mengalami proses serah terima. Jika hibah itu baru diucapkan dan belum terjadi serahh terima maka

yang demikian itu belum termasuk hibah. Jika barang yang dihibahkan itu telah diterima maka yang menghibahkan tidak boleh meminta kembali kecuali yang memberi itu orang tuanya sendiri.

4. Hadiah

Hadiah adalah pemberian kepada orang lain untuk memberikan penghormatan. Rasulullah SAW menganjurkan kepada umatnya agar saling memberikan hadiah, karena yang demikian itu dapat menumbuhkan kecintaan dan saling menghormati antar sesama. Hukum hadiah adalah sunnah. Nabi bersabda :

Dari Abu Hurairah, dari Nabi SAW beliau bersabda : *“Andaikan saya diundang untuk makan sepotong kaki atau lengan binatang pasti akan saya kabulkan undangan itu begitu juga apabila sepotong kaki atau lengan binatang itu dihadiahkan kepada saya, akan saya terima.”* (HR. Al-Bukhari).

2.1.1.5. Perspektif Sedekah dalam Konsep Islam dan Konsep Materialisme

Pada saat sekarang ini sudah banyak orang yang tergerak hatinya untuk bersedekah. Yang terpenting dalam bersedekah adalah keikhlasan dari si pemberi sedekah itu sendiri. Tetapi di situlah kita di uji. Keikhlasan memang sangat mahal harganya. Butuh kesabaran yang luar biasa dan keinginan kuat untuk ikhlas.

Salah satu fitnah zaman modern dewasa ini ialah merebaknya ideologi materialisme. Ideologi ini berdasarkan gagasan bahwa materi, harta atau kekayaan merupakan tolok ukur mulia tidaknya seseorang. Semakin kaya seseorang berarti

ia dipandang sebagai orang mulia dan semakin sedikit materi atau harta yang dimilikinya berarti ia dipandang sebagai seorang yang hina dan tidak patut dihormati. Maka di dalam sebuah masyarakat yang telah diwarnai materialisme setiap anggota masyarakat akan berlomba mengumpulkan harta sebanyak mungkin dengan cara bagaimanapun, baik itu jalan halal, syubhat maupun haram.

Dalam sebuah masyarakat berideologi materialisme semua orang menjadi sangat iri dan berambisi menjadi kaya setiap kali melihat ada orang berlimpah harta lewat di tengah kehidupan mereka. Persis sebagaimana masyarakat Mesir di zaman hidupnya seorang tokoh kaya-raja bernama Qarun digambarkan di dalam Al-Qur'an.

"Maka keluarlah Qarun kepada kaumnya dalam kemegahannya. Berkatalah orang-orang yang menghendaki kehidupan dunia: "Moga-moga kiranya kita mempunyai seperti apa yang telah diberikan kepada Qarun; sesungguhnya ia benar-benar mempunyai keberuntungan yang besar". (Al Quran surat Al-Qashshah: 79)

Zaman kita dewasa inipun keadaannya sangat mirip dengan zaman Qarun tersebut. Berbagai kemewahan tokoh kaya, selebritis, artis, olahragawan dan pejabat dipertontonkan di televisi dan media lainnya sehingga masyarakat berdecak kagum dan tentunya menjadi iri dan berambisi ingin menjadi hartawan seperti mereka pula. Sedemikian kuatnya ambisi tersebut terkadang muncullah berbagai kasus mengerikan di tengah masyarakat. Sebut saja munculnya perdagangan bayi, penjualan organ tubuh, pelacuran, korupsi, pencurian, perampokan dan pengkhianatan para pejuang yang semestinya berada di jalan

Allah. Semua dilakukan karena terbuai dengan mimpi ingin secara instan menjadi seorang yang kaya. Berdasarkan hal ini pantaslah bilamana teladan kita Nabi Muhammad SAW mengajarkan kita suatu prinsip penting dalam hal menghindari berkembangnya kemungkinan paham materialisme di tengah masyarakat. Nabi Muhammad SAW justru mengajarkan umat Islam agar senantiasa rajin memandang kepada kalangan yang kurang beruntung secara materi daripada diri kita sendiri. Hal ini diharapkan akan menumbuhkan rasa syukur dan ridha atas pemberian Allah.

“Pandanglah orang yang lebih rendah daripada kalian, dan janganlah memandang orang yang di atas kalian. Maka yang demikian itu lebih layak untuk dilakukan agar kalian tidak menganggap remeh akan nikmat Allah yang telah dianugerahkan kepada kalian.” (HR Muslim).

Andaikan setiap kita berpegang teguh kepada prinsip di atas niscaya masyarakat akan terhindar dari ideologi materialisme. Tidak mungkin akan muncul suatu anggapan bahwa harta merupakan tolok ukur kemuliaan seseorang. Setiap orang akan senantiasa rajin mensyukuri segenap karunia Allah yang telah diterimanya. Islam mengajarkan bahwa tolok ukur kemuliaan sejati ialah taqwa seseorang kepada Allah.

“Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa di antara kamu”.

(Al Quran surat Al-Hujurat: 13)

Semakin bertakwa seseorang berarti semakin mulia dirinya di sisi Allah. Dan sebaliknya semakin tidak bertakwa seseorang berarti semakin hinalah dirinya

di mata Allah Yang Maha Mulia. Dan perkara ini tidak berkaitan dengan banyak-sedikitnya harta yang dimiliki orang tersebut. Bisa jadi seseorang berharta sedikit atau banyak, asalkan ketqwaannya kepada Allah memang tinggi, berarti mulialah dirinya di sisi Allah. Sebaliknya, berapapun kekayaan atau kemiskinan seseorang, bilamana ketaqwaannya kepada Allah sangat tipis, apalagi tidak ada samasekali, berarti orang tersebut hina di dalam pandangan Allah. Taqwa merupakan timbangan sejati bernilai atau tidaknya seseorang dalam pandangan Allah yang Maha Tahu dan Maha Teliti PengetahuanNya. Maka hadits riwayat Imam Muslim di atas sudah semestinya menjadi pegangan seorang beriman. Hendaklah bila sudah menyangkut urusan harta dan kekayaan seorang muslim janganlah memandang silau kepada orang yang berada di atas dirinya. Tapi sepatutnya ia bersibuk memandang mereka yang lebih rendah daripada dirinya sehingga rasa syukur dan ridha akan pemberian Allah senantiasa terpelihara di dalam dirinya. Bila ia sibuk memandang kepada mereka yang lebih kaya daripada dirinya, niscaya yang muncul adalah keluhan dan ketidakpuasan akan pemberian Allah kepada dirinya. Maka di zaman Qarun hidup ada sebagian masyarakat Mesir yang tetap bersikap benar dalam memandang Qarun. Mereka inilah yang disebut Allah di dalam Al-Qur'an sebagai orang-orang yang berilmu dan mereka sangat paham akan hakekat kemuliaan dan kehinaan di dalam kehidupan fana ini. Orang-orang yang berilmu sangat sadar bahwa pahala dari Allah karena iman dan amal sholeh seseorang, jauh lebih utama dan berharga daripada sekedar harta dan kekayaan duniawi seperti yang dikumpulkan oleh seorang Qarun.

Dari cerita Qarun di atas dapat dikaitkan dengan pemahaman konsep sedekah masa kini. Para ulama sejak dahulu hingga kini, ketika membahas masalah sedekah, tidak melihat esensi sedekah, tetapi mereka melihat dan membahasnya sambil meletakkan di pelupuk mata hati mereka beberapa praktik ekonomi dan bisnis guna mengetahui dan menetapkan apakah praktik-praktik tersebut sama dengan sedekah yang diajarkan Islam dapat menambah kelapangan rezeki itu, sehingga isi dakwah ini pun mengarah bahwa bersedekah adalah menguntungkan dengan adanya konsep dakwah matematika sedekah. Ini didasari oleh kesadaran bersama bahwa sudah saatnya umat Muslim mengindahkan konsep sedekah dari keseluruhan syari'at Islam dengan memahami konsep tentang sedekah secara normatif.

Sosok Qarun dan siapa saja yang memiliki mental dan sikap seperti dia, adalah sosok yang mengingkari nikmat Allah. Mereka menyangka bahwa kekayaan yang mereka kumpulkan merupakan hasil prestasi dirinya dan tidak ada kaitan dengan Allah yang Maha Menentukan pembagian rezeki manusia. Mereka tidak pernah bersyukur kepada Allah akan rezeki yang diterima. Dan mereka tidak pernah memohon rezeki kepada Allah saat dirinya sedang mengalami kesulitan rezeki. Mereka hanya mengandalkan kemampuan dirinya sendiri dalam urusan materi. Mereka inilah orang-orang yang berideologi materialisme.

Dikutip dari : www.asysyariah.com

2.1.1.6. Manfaat Sedekah

Sedekah merupakan perintah Allah dan Rasul-Nya kepada setiap Muslimin. Sedekah yang dikeluarkan, baik sedikit maupun banyak akan mendapatkan ganjaran yang mulia di dunia maupun di akhirat. Memang banyak kedahsyatan di balik sedekah itu sendiri. Walaupun secara tidak langsung dan tidak pada saat itu juga, banyak manfaat yang dapat diperoleh si pemberi sedekah, diantaranya sebagai berikut :

1. "*Sedekah itu petunjuk (cermin)*" maksudnya sedekah itu menunjukkan (mencerminkan) bahwa pelakunya memiliki keimanan yang baik dan percaya dengan hari pembalasan (qiyamat) karena ia pasti melakukannya dengan mengharapkan pahala dan pahala adanya di akhirat. Sebagian ulama berpendapat 'dihari kiamat nanti orang yang bersedekah memiliki tanda yang khusus'.
2. "*Musnahkan segala kesumpekan hidup kalian dengan bersedekah niscaya Allah SWT akan melapangkan kesempitan-kesempitan kalian dan menolong kalian dari musuh-musuh kalian*".
3. "*Bersedekahlah, karena didalamnya terdapat 6 manfaat yaitu 3 di dunia dan 3 di akhirat*".

Adapun 3 di dunia diantaranya :

- a. menambah (keberkah) rezeki
- b. memperbanyak harta
- c. memakmurkan (melapangkan) rumah.

Adapun 3 diakhirat yaitu :

- a. menutupi aib (kejelekan waktu didunia)
- b. naungan atas kepala
- c. menjauhi dari api neraka.

- 4. *"Sesungguhnya sedekah seorang Muslim itu menambah keberkahan umur dan menghindarkan mati konyol (su'ul khatimah) dan Allah SWT menghilangkan dari dirinya sifat sombong, kefaqiran dan keangkuhan".*
- 5. *"Bersedekah dapat memadamkan (panasnya) dosa".*
- 6. *"Sesungguhnya setiap terbit matahari ada dua malaikat yang berdoa, salah satunya berdoa 'wahai Allah, gantilah harta orang yang bersedekah' dan yang lainnya berdoa 'wahai Allah, hancurkanlah harta orang yang tidak bersedekah'".*
- 7. *"Bersedekah akan membendung 70 pintu bencana (malapetaka)".*
- 8. *"Lakukanlah sedekah dipagi hari karena musibah tidak akan menimpa pelakunya (dirinya, keluarganya dan hartanya)".*
- 9. *"Sesungguhnya sedekah itu akan memadamkan panasnya alam (siksa) kubur untuk pelakunya".* Jadi sedekah bermanfaat untuk 3 alam yaitu :
1. alam dunia 2. alam barzah 3. alam akhirat.
- 10. *"Tidaklah berkurang harta yang disedekahkan melainkan bertambah, bertambah dan bertambah"* (HR Tirmidzi). ulama mengatakan bahwa 3 hal yang digemari blis dan tentaranya yaitu :

- a. Mukmin yang membunuh mukmin lainnya.
- b. Orang yang mati kafir (su'ul khatimah).
- c. Orang yang takut susah/fakir (sehingga menghalanginya dari bersedekah)

(Sumber : Majelis ta'lim al asrar al mudhariyah, 2010)

2.1.2. Usaha

2.1.2.1. Definisi Usaha

Kita sering mendengar kata-kata usaha dalam kehidupan sehari-hari. Usaha dikaitkan dengan kemauan. Dalam penelitian ini, usaha diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang menjual barang atau jasa kepada konsumen, untuk mendapatkan keuntungan. Usaha yang dimaksud di sini sama halnya dengan bisnis. Secara historis, bisnis berasal dari kata *business* yang berasal dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk”. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Secara Etimologi, usaha adalah keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Secara luas, usaha diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan keuntungan yang maksimum melalui transaksi. Adapun definisi usaha (bisnis) dari beberapa tokoh diantaranya:

1. Menurut Brown dan Petrello (1976) : “ *Business is an institution which produces goods and services demanded by people*”, yang berarti bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat sambil memperoleh laba.
2. Menurut Steinfeld (1979) : “ *Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people*”, yang berarti bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.
3. Menurut Griffin dan Ebert (1996) : “ *Business is an organization that provides goods or services in order to earn profit*”, yang berarti bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa dan bertujuan untuk menghasilkan profit (laba).
4. Menurut Hughes dan Kapoor : “ *Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy societies needs. The general term business refer to all such efforts within a society or within an industry*”, yang berarti bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri.
5. Menurut Allan Afuah (2004) : Bisnis adalah sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan

dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

6. Menurut Glos, Steade dan Lowry : Bisnis merupakan jumlah seluruh kegiatan yan diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.
7. Menurut Musselman dan Jackson : Bisnis merupakan suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.

Berdasarkan dari definisi diatas, bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan cara menyediakan barang atau jasa untuk kepuasan konsumen dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Tidak mudah untuk menjadi seorang pengusaha, butuh modal yang besar, baik secara financial maupun material, siap lahir dan bathin, karena seorang pengusaha sukses tidak mudah putus asa, siap menerima segala bentuk resiko dan tantangan, mampu bersaing dengan pengusaha lainnya.

2.1.2.2. Perkembangan Usaha

Perkembangan adalah suatu bentuk usaha agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan.

Perkembangan di lakukan oleh suatu bentuk yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.

Dalam era globalisasi saat ini banyak aspek-aspek yang berkembang dengan pesat. Salah satunya aspek bisnis, setelah munculnya internet bisnis mulai merambak kedalam dunia maya, mulai dari *e-commerce* sampai bisnis perorangan yang hanya lewat media blog atau situs jejaring sosial, seperti *facebook* dan *twitter*. Jenis usaha yang bergerak dan berkaitan dalam bidang komputerisasi mempunyai prospek yang sangat menjanjikan, karena semua kebutuhan informasi di dunia ini tidak akan terlepas dari komputerisasi. Sifat manusia pada umumnya yang cenderung pragmatis sangat mendorong agar semua kebutuhannya dipenuhi secara instan, cepat dan mudah. Tidak heran jika di zaman sekarang teknologi khususnya yang berbasis komputer sangat mudah di temui.

Dengan prospek yang menjanjikan, dan segment pasar yang tidak terbatas, maka sudah barang tentu resiko yang dihadapi oleh usaha semacam ini juga tidak kalah besarnya, banyak sekali resiko yang mengancam usaha jenis ini, antara lain faktor internal dan eksternal, faktor internal dapat timbul dari manusia yang bergelut dalam usaha itu sendiri, dan faktor eksternalnya adalah seperti halnya dengan bencana alam. Jenis profesi bisnis yang biasa berhubungan dengan informasi, teknologi, dan komunikasi berbasis komputer antara lain:

1. Bisnis retail

Bisnis retail adalah bisnis produk yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen yang di jual secara eceran dalam hal ini produk makanan dan minuman. Maraknya pertumbuhan bisnis retail di indonesia

dapat dilihat dari *hipermarket* di kota kota besar serta *minimarket* di kota-kota kecil bahkan pedesaan.

2. Bisnis *e-commerce*

Pengertian *e-commerce* adalah kegiatan komersial dengan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), e-pemasaran (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange/EDI*), dan lain-lain. Contoh bisnis *e-commerce*, antara lain *amazon.com*, selain itu juga ada *eBay*, *Yahoo*, *Google*, dan *bhineka.com*

3. Bisnis penjualan alat komputer

Bisnis ini juga salah satu bisnis yang paling prospektif, bisnis ini juga banyak diminati oleh para pengusaha karena untuk menjalankan bisnis ini tidak terlalu sulit dan dengan majunya perkembangan jaman, rata-rata masyarakat sekarang memiliki perangkat komputer dan laptop. jadi mengapa bisnis ini menjadi salah satu bisnis yang paling prospektif karena

banyaknya peminatnya. Jadi dengan majunya perkembangan bisnis di Indonesia, memungkinkan berkembangnya bisnis-bisnis baru yang lebih inovatif dan beda dengan yang lain.

2.1.2.3. Perkembangan Usaha Muslim dan non Muslim di Indonesia

Jumlah pengusaha Muslim di Indonesia terbilang sedikit. Padahal Islam dibawa dan berkembang di Indonesia lantaran karena disyiarkan oleh pengusaha. Pemimpin Redaksi, Harian Republika, Nashin Masha mengatakan bahwa saat ini boleh dikata umat Islam adalah umat yang paling tertinggal dibanding umat-umat beragama lainnya, jumlah pengusaha di Indonesia hanya mencapai 0.08%. Dari sekian persen itu, hanya sedikit yang merupakan pengusaha Muslim.

Ummat Yahudi meski berjumlah hanya 40 juta, namun menguasai ekonomi dan politik dunia. Mereka bisa menguasai masjidil Aqsha tanpa perlawanan berarti dari umat Islam yang berjumlah 1,2 milyar atau 30 kali lipat lebih banyak dari kaum Yahudi. Ummat Nasrani di Eropa, Australia, AS, sangat maju di bidang teknologi dan menguasai negara-negara Islam secara ekonomi dan politik. Mereka mampu membuat mobil, kapal selam, kapal induk yang mampu memuat ratusan kapal terbang, rudal antar benua, pesawat ulang alik yang mengelilingi bumi, bahkan bisa membuat pesawat ruang angkasa yang bisa melaju jauh hingga melewati planet Saturnus. Bahkan Amerika Serikat dan sekutunya mampu menyerang dan menjajah dan membunuh umat Islam di Afghanistan dan Irak tanpa perlawanan dari seluruh umat Islam.

Padahal zaman Nabi, sahabat, dan beberapa generasi sesudahnya selama 700 tahun ummat Islam begitu maju menguasai dunia. Islam berkibar dari Ternate, India, Timur Tengah, Yugoslavia, Albania, Bulgaria, Yunani, bahkan hingga Spanyol. Ummat Islam mampu mengalahkan orang-orang kafir, Yahudi, bahkan 2 kerajaan *Super Power* saat itu yaitu Romawi dan Persia. Bahkan ibukota kedua negara tersebut, yaitu Constantinople (Istambul) dan Baghdad saat ini tetap berada di tangan Islam yaitu di negara Turki dan Irak. Semangat jihad ummat Islam begitu tinggi sehingga 200 ribu pasukan Romawi tidak mampu mengalahkan pasukan Islam yang dipimpin Khalid bin Walid yang berjumlah hanya 3 ribu orang. Dalam Perang Salib antara ummat Kristen dengan Ummat Islam yang terjadi beberapa kali dari tahun 1096 hingga 1291 untuk memperebutkan Palestina, hanya perang Salib pertama yang dimenangkan ummat Kristen. Setelah itu ummat Islam yang menang dan berkuasa hingga abad 20 sebelum akhirnya jatuh ke tangan Israel.

Dalam bidang ilmu pengetahuan, Ibnu Sina (Avicenna) dikenal sebagai Bapak Kedokteran dunia. Ketika perang Salib dan Raja Richard the Lion Heart sakit, tak ada satu dokter Eropa pun yang mampu mengobatinya. Justru Sultan Salahuddin Al Ayyubi yang menyelip ke tenda Richard yang bisa mengobatinya. Itulah keunggulan ilmu kedokteran Islam saat itu.

Ilmuwan Islam Al Khawarizmi juga mengembangkan ilmu Matematika seperti Aljabar (*Algebra*), Algoritma (*Algorithm*) yang kita kenal hingga sekarang. Bahkan angka yang kita pakai sekarang pun merupakan hasil penemuan ilmuwan Islam yang disebut dengan "*Arabic Numeral*" yang menggantikan Sistem

Bilangan Romawi yang sangat tidak fleksibel. Pada saat munculnya Islam, bangsa Barat belum mengenal angka 0 (Nol). Islamlah yang mengenalkan angka itu pada mereka.

2.2. Kajian Pustaka

Sebelum melakukan penelitian, peneliti berusaha menelaah literatur karya ilmiah yang berkaitan dengan sedekah dan perkembangan usaha. Adapaun karya-karya ilmiah yang cukup relevan dengan topik yang peneliti angkat antara lain:

Maskhuri (2012) dalam skripsinya menyampaikan hasil penelitian bahwa konsep sedekah menurut Yusuf Mansur adalah menggunakan matematika sedekah yaitu sedekah akan dikembalikan oleh Allah SWT sepuluh kali lipat bahkan lebih dengan dibarengi dengan ibadah wajib dengan benar dan ibadah sunah-sunah lainnya (sholat tahajud dan sholat dhuha). Gerakan sedekah yang dilakukan dalam berdakwah oleh Yusuf Mansur merupakan upaya untuk mensejahterakan masyarakat. Dakwah Yusuf Mansur berhasil dan berkembang sampai saat ini karena memiliki konsep idiologi yang mapan, pemimpin yang pandai, organisasi yang solid, program dakwah yang komprehensif dan sumber daya manusia yang berkualitas.

Oki(2011) dalam skripsinya mengungkapkan sedekah yang terkait dengan perkembangan usaha harusnya diteleti lebih lanjut, pola dan cara bersedekah masing-masing pengusaha berbeda-beda perlu diteliti lebih lanjut hal itu

disebabkan karena adanya perbedaan motif yang mendasari mereka melakukan sedekah.

Dari hasil telaah pustaka yang telah peneliti lakukan, belum ada literatur secara khusus membahas tentang perbedaan perkembangan usaha dalam perspektif sedekah. Pada umumnya literatur penelitian yang ada hanya membahas tentang bagaimana konsep sedekah yang dapat memperkaya secara ibadah dalam keyakinan agama. Belum ada penelitian yang menganalisis perbedaan perkembangan usaha yang dikaitkan dengan sedekah, perbandingan perkembangan bisnis yang dijalankan pelaku usaha Muslim dan non Muslim dalam perspektif sedekah, serta konsep sedekah secara normatif.

Penelitian yang membahas tentang perbandingan perkembangan usaha dalam perspektif sedekah di Indonesia masih sedikit. Kata sedekah berasal dari Bahasa Arab "*shidq*" yang berarti benar. Sikap terpuji dan benar yang dilakukan seseorang untuk memberikan sebagian dari harta yang dimiliki kepada orang lain yang membutuhkan, melepaskan sebagian haknya untuk diberikan kepada orang lain. Adapun arti harfiah sedekah diartikan sebagai tindakan memberi, menolong, membantu, dan melepaskan hak. Unsur-unsur sedekah diantaranya motivasi dan keikhlasan.

Melakukan sedekah bukan merupakan hal yang baru lagi di Indonesia. Banyak orang yang sudah melakukan hal itu. Sejak kecil anak-anak sudah dididik untuk memberikan pertolongan kepada orang lain. Anak-anak diberi tahu cara memperlakukan orang lain. Bahkan anak-anak dari usia dini sudah diajarkan menyisihkan sebagian dari uang sakunya yang kemudian dikumpulkan untuk

sedekah. Dalam melakukan sedekah yang terpenting bukan jumlah nominalnya, tetapi keikhlasan meringankan beban orang lain dari si pemberi sedekah itu sendiri. Penting bagi setiap individu agar memiliki kesadaran, dimana kesadaran sendiri terbagi atas tiga hal yaitu motivasi tak sadar, kesadaran diskursif, dan kesadaran praktis (Priyono, 2002, 29). Jika orang benar-benar sadar, maka sedekah yang mereka lakukan akan dilandasi keikhlasan yang nantinya memberikan *maslahah* dalam kehidupannya. Atas dasar kesadaran inilah nantinya sedekah dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan ajaran Allah SWT.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan uraian mengenai gejala sosial sesuai dengan indikator yang dijadikan dasar penelitian. Dengan mendeskripsikan kualitas suatu gejala dengan menggunakan ukuran perasaan sebagai dasar penilaian (Slamet, 2006:7)

Menurut Moleong (2006: 6) penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks khusus yang alamiah dengan menggunakan metode alamiah. Perhatian utamanya ada pada bagaimana memahami dunia sosial sebagaimana adanya, memahami tabiat fundamental dari dunia sosial berdasarkan pengalaman subjektif. Paradigma ini berupaya untuk menjelaskan kesadaran seseorang dan subyektivitas, dalam bingkai rujukan seseorang yang terlibat langsung, bukan sebagai pengamat. (Mardiko dan Albert. K, 2006, 5)

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif. Pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi. Penelitian fenomenologis, bertujuan memahami respon atas keberadaan manusia/masyarakat, serta pengalaman yang dipahami dalam berinteraksi

(Saladien, 2006). Sanders (1982) menyatakan ada tiga komponen fundamental dalam desain riset fenomenologis yaitu, menentukan batasan apa dan siapa yang akan diinvestigasi, pengumpulan data dan analisis data fenomenologis. Konsep-konsep praktis tadi dianalisis dengan cara mengkomparasikan temuan atau pemahaman atas kenyataan sosial organisasi yang bersifat empiris tadi dengan konsep (teorities) akuntansi keuangan serta konsep-konsep lainnya yang terkait.

3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data ini diperoleh melalui informasi dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Dalam hal ini data yang digunakan merupakan segala keterangan dari informan mengenai segala hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data pribadi pemilik usaha, data bisnis yang dijalankan, bagaimana perkembangan bisnisnya, dan sedekah yang dilakukan pemilik usaha.

3.3. Pengumpulan Data

3.3.1. Observasi

Observasi adalah merupakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung yang dilakukan peneliti secara terus menerus dan sistematis terhadap fenomena yang diteliti pada waktu, tempat kejadian atau kegiatan yang sedang berlangsung (Nasution, 1996:113). Metode observasi digunakan untuk mendapatkan data yang akurat dengan melihat dan mendengarkan apa yang

dilakukan dan dikatakan atau diperbincangkan para informan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Observasi dilakukan secara informal sehingga mampu mengarahkan peneliti untuk mendapatkan sebanyak mungkin informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung keadaan yang terjadi di lokasi usaha sehubungan dengan peristiwa atau kegiatan yang mungkin ada kaitannya dengan masalah penelitian.

3.3.2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan teknik pengumpulan data dengan berkomunikasi langsung dengan sumber data, dengan cara bertanya langsung dengan sejumlah informan dan dokumentasi tentang sumber penelitian untuk memperoleh informasi (Nasution, 1996:113).

Wawancara dilakukan dengan cara face to face, artinya peneliti berhadapan langsung dengan informan untuk menanyakan secara lisan hal-hal yang diinginkan dimana jawaban tersebut dicatat oleh peneliti (Adi, 2005:72). Teknik wawancara ini dilakukan dengan berpedoman pada pedoman wawancara, yaitu interview guide. Wawancara dilakukan secara mendalam terhadap informan tentang keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen dari usaha-usaha tersebut. Wawancara kepada pemilik usaha, karyawan, dan konsumen yang selaku sumber informasi akan dilakukan melalui serangkaian tanya jawab yang bersifat terbuka dan mendalam disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3.3.3. Pedoman Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya secara sistematis sehingga dapat berfungsi sebagai pedoman wawancara. Interview guide dalam hal ini bersifat fleksibel, artinya pertanyaan yang diajukan kepada informan akan berkembang dan tidak hanya terpancang pada daftar pertanyaan, karena sifat penelitian ini yang kualitatif, yaitu sermakin banyak informasi yang diperoleh maka semakin valid juga data yang diperoleh dalam penelitian ini.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah semua individu yang menjadi objek penelitian (Poerwodarminto,1986). Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan daripada unit-unit bisnis yang mempunyai spesifikasi atau ciri-ciri tertentu. Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah pelaku usaha diWaroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft. Diambil juga populasi dari pelaku usaha non Muslim antara lain di Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi.

3.4.2. Sampling

Pada penelitian kualitatif besarnya sample tidak ditentukan berdasarkan ketentuan mutlak, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan lapangan. Jumlah sample tidak harus mewakili populasi, dimana peneliti menggunakan pertimbangan berdasarkan konsep teoritis serta karakteristik empiris.

Penelitian ini bersifat *purposive sampling*, yaitu pengambilan sample yang sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti. Peneliti lebih cenderung memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mengetahui permasalahan secara mendalam.

3.5. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Namun setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara (Sugiyono, 2009, hlm 61). Instrumen penelitian sederhana dapat di rumuskan menjadi poin-poin masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara sedekah dilakukan.
2. Tanggapan pelaku usaha mengenai sedekah.
3. Bagaimana pelaku usaha bisa tertarik untuk bersedekah.
4. Hal-hal yang mendorong pelaku melakukan sedekah.
5. Proses sedekah yang dilakukan tersebut.
6. Mengapa tindakan tersebut dianggap sebagai sedekah.

7. Bagaimana perkembangan usaha saat ini.
8. Ketentuan apa saja yang dilakukan agar usahanya berkembang.
9. Bagaimana peranan sedekah dalam perkembangan usahanya tersebut.
10. Apakah ada keterkaitan antara sedekah yang dilakukan dengan perkembangan usaha saat ini.

3.6. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penulisan yang bersifat deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakteristik-karakteristik yang khas dari subjek yang diteliti.

Maxfield dalam Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (1999) mengatakan bahwa penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase yang spesifik atau khas dari keseluruhan personalita.

Studi eksploratif yang bersifat teoritis juga dilaksanakan berdasarkan suatu pertimbangan untuk mendapatkan perbandingan yang lebih baik pada masalah yang bersangkutan, karena terbatasnya studi atau penelitian (termasuk literatur-literatur) yang membahas.

Penelitian deskriptif ini menunjukkan penelitian non hipotesis, sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Penelitian yang menggunakan analisis deskriptif dan kualitatif ini, yaitu metode

yang dilakukan dengan cara dianalisa sehingga memberikan gambaran yang jelas untuk pemecahan masalah.

Dalam proses analisis data yang dilakukan peneliti menggunakan model analisa interaktif. Model analisa interaktif terdapat tiga komponen utama. Tiga komponen utama tersebut adalah : (1) Reduksi data, (2) Sajian data, dan (3) Penarikan simpulan serta verifikasinya. (Miles dan Huberman *cit* Yudi). Ketiga komponen tersebut terlibat dalam proses analisis dan saling berkaitan serta menentukan hasil akhir analisis.

1. Reduksi Data

Merupakan komponen utama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan *abstraksi* data dari *fieldnote*. Proses ini berlangsung secara terusmenerus sepanjang pelaksanaan penelitian. Bahkan prosesnya diawali sebelum pelaksanaan pengumpulan data. Pada waktu pengumpulan data berlangsung, reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan dari catatan data yang diperoleh di lapangan. Dalam menyusun ringkasan tersebut peneliti juga memusatkan tema dan menentukan batasan masalah.

2. Sajian Data

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian ini merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan mudah dipahami berbagai hal yang terjadi. Sajian

data ini mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada.

3. Penarikan Kesimpulan

Dari awal pengumpulan data, peneliti sudah harus memahami apa arti dari berbagai hal yang ditemui dengan cara melakukan pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab-akibat dan berbagai proposisi hingga memudahkan dalam pengambilan keputusan.

3.7. Uji Validitas Data

Validitas data yang dimaksudkan adalah sebagai pembuktian bahwa data yang diperoleh peneliti sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Untuk menguji data yang telah terkumpul, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data atau sebagai pembandingan terhadap data. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, dimana data tidak hanya diambil dari satu sumber tetapi dari beberapa sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal tersebut dicapai dengan jalan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

(Moleong, 2002:178).

BAB IV

DATA DAN ANALISIS

4.1. Profil Informan

Informan dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai sumber dalam memperoleh data dan informasi untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Penelitian ini bersifat *purposive sampling*, maka penulis memilih informan yang dianggap dapat memenuhi kriteria batasan penelitian, diantaranya usaha dijalankan lebih dari 10 tahun dan minimal rata-rata omzet penjualan per bulan Rp 10.000.000,00 . Informan berasal dari tujuh usaha, yang terdiri berbagai bidang usaha, diantaranya bisnis makanan, penerbitan, percetakan, kerajinan, produk kesehatan dan pakaian. Informasi yang digunakan bisa dari pelaku usaha, karyawan, dan konsumen pada ketujuh usaha tersebut.

Subyek yang dikaji dalam penelitian ini difokuskan kepada lima pengusaha Muslim di Yogyakarta yang menyisihkan sebagian hak dari hasil usahanya tersebut untuk diberikan kepada orang lain, khususnya sedekah, dan dua pengusaha non Muslim. Penelitian ini bermaksud untuk mempelajari lebih mendalam mengenai keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha, kemudian melihat perbandingan perkembangan usaha dalam perspektif sedekah tersebut, sedangkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pelaku usaha, karyawan, dan konsumen selaku informan, peneliti ambil sebagai sudut pandang pemberi sedekah.

Pada penelitian ini, awalnya peneliti sudah menentukan pelaku usaha yang akan diwawancarai. Sebelum memutuskan untuk menggunakan obyek penelitian tersebut, peneliti sudah bertemu dengan pemilik usaha atau yang mewakilinya untuk dapat membantu dalam proses pencarian informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Setelah mendapatkan izin, pemilik usaha akan menunjuk informan yang tepat untuk diwawancarai, yang sekiranya informan tersebut lebih tahu. Pilihan informan juga dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemandirian peneliti dalam memperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti juga akan melakukan observasi atau pengamatan kepada informan tersebut karena peneliti menggunakan model triangulasi sumber untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh sehingga penelitian ini diharapkan mendapatkan rumusan yang berguna.

Berikut merupakan data nama-nama informan yang dipilih penulis dalam penelitian :

Tabel 4.1
Nama Informan dan Waktu Wawancara

No.	Nama Usaha	Nama Informan	Tanggal Wawancara	Waktu
1.	PT. Bakpia Pathok 25	Arlen	- 13 November 2012	15:30:30
		Sanjaya	- 20 November 2012	13:46:44
			- 28 November 2012	15:30.54
2.	Media Pressindo Group	Indra	- 15 November 2012	11:40:20
		Ismawan	- 22 Desember 2012	12:27:22

3.	Waroeng Group	Jody	- 15 November 2012	13:30:40
		BrotoSuseno	- 20 November 2012	13:30:28
			- 29 November 2012	14.00.30
4.	Sirlo Steak	Muhammad	- 22 November 2012	14:00:20
		Raino	- 29 November 2012	13:25:40
		Rahmanta	- 13 Desember 2012	13:30:35
5.	Roosman Handicraft	Roosman	- 01 Desember 2012	13:00:20
			- 02 Desember 2012	12:15:40
			- 09 Desember 2012	12:30:35
6.	Bakti Pacitan Sejahtera	Imam Subhan	- 01 Desember 2012	14:35:20
			- 05 Desember 2012	14:40:38
			- 09 Desember 2012	15:00:50
7.	Toko Batik Warna Pelangi	Ashok	- 06 Desember 2012	11:10:50
			- 07 Desember 2012	10:45:10

Sumber: Data Primer

4.2. Hasil Pengumpulan Data dan Wawancara

Pengumpulan data ini dimulai dari pengumpulan data yang di peroleh dari pihak pelaku usaha yang ada di Yogyakarta. Data diperoleh melalui wawancara peneliti kepada pemilik usaha atau manajer perusahaan. Penelitian ini di lakukan di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, Roosman Handicraft, Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi. Penelitian ini merupakan penelitian yang masih jarang, dalam arti

masih sedikit orang yang tertarik untuk meneliti masalah ini. Selain data yang diperoleh dari sumber utama, yaitu pelaku usaha, peneliti juga melakukan pengumpulan data langsung kepada karyawan dan konsumen dari usaha tersebut. Peneliti melakukan beberapa kali wawancara atau interview kepada karyawan dan konsumen untuk memastikan bahwa data yang diberikan oleh pelaku usaha memang sama seperti keadaan yang sesungguhnya dan tidak ada rekayasa dalam penelitian ini.

Peneliti melakukan wawancara atau interview pada satu per satu narasumber dengan waktu yang berbeda. Hal ini diharapkan agar hasil keterangan atau jawaban dari narasumber dapat dibandingkan dan dapat dilihat apakah narasumber memang memberikan jawaban yang kredibel. Jika memang keterangan atau jawaban yang diberikan itu benar, maka waktu wawancara yang berbeda tidak akan merubah keterangan atau jawaban yang diberikan oleh para narasumber kepada peneliti.

Dari hasil wawancara ini dengan pemilik usaha dan karyawan tidak terdapat keterangan yang berbeda. Sehingga peneliti yakin bahwa semua yang disampaikan memang benar adanya. Akan tetapi peneliti mengalami kesulitan untuk melakukan wawancara secara langsung terhadap pemilik usaha. Ada sebagian pemilik usaha yang memperbolehkan usahanya dijadikan obyek penelitian, tetapi karena adanya kesibukan mereka memutuskan untuk mewakilkannya kepada manajer dari usaha tersebut. Seperti yang telah dijelaskan di atas, karena sulitnya menemui pemilik usaha yang diharapkan bisa memberikan keterangan yang maksimal, maka peneliti hanya bisa menemui wakil yang

sekiranya dapat memberikan sedikit informasi yang berguna dan dapat membantu dalam penelitian ini.

Berikut merupakan data hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti:

1. PT. Bakpia Pathok 25

PT. Bakpia Pathok 25 ini berdiri sejak 64 tahun yang lalu. Usaha ini dimiliki oleh Bapak Arlen Sanjaya. Sebagai salah satu produsen besar bakpia di Yogyakarta, PT Bakpia Pathok 25 lahir dari perusahaan kecil. Awal lahirnya Bakpia Pathok 25, dimulai dari usaha kecil milik Alm. Tan Aris Nio.

Perusahaan ini berada di Jl. AIP II KS Tubun NG I/65 , Yogyakarta Telp. (0274) 512219 / 583237. Aset usaha ini dari perusahaan ini mencapai Rp50.000.000 – Rp100.000.000. Modal yang digunakan menggunakan modal yang berasal dari sendiri dan bank. Usaha ini memperkerjakan lebih dari 99 orang pegawai, dari karyawan bagian pemesanan bahan baku sampai dengan menjaga toko. Kepemilikan usaha dari perusahaan ini merupakan milik pribadi. Dalam memproduksi bakpia, teknologi yang digunakan adalah teknologi madya, semisal mixer, oven (listrik dan arang), mesin pengukus dan untuk packing masih manual. Bahan baku yang digunakan berasal dari beberapa daerah namun kebanyakan sudah langsung disuply langsung oleh distributor ke pabrik.

Pengawasan mutu bahan baku dilakukan dengan cara penyimpanan pada kondisi yang sesuai untuk mempertahankan kualitas bahan baku. Selain itu pihak perusahaan juga dapat memilih bahan baku yang baik untuk

digunakan. Sedangkan untuk pengawasan mutu selama proses dilakukan pengontrolan setiap tahapan produksi terutama tentang keseragaman bentuk Bakpia. Pengawasan produk jadi dilakukan dengan cara sortasi terhadap bakpia yang tidak memenuhi syarat atau standart (standar perusahaan sendiri). Untuk sortasi ini biasanya dilakukan dengan melihat bakpia yang tidak gosong, kenampakan menarik dan tidak cacat atau pecah

Perusahaan ini baru membuka pasar di lokal di 5 toko cabang yaitu 2 toko cabang di jalan AIP KS. Tubun dan 1 toko cabang di jalan Bhayangkara,serta 2 toko di jalan Laksada Adisucipto (jalan ke arah kota Solo). Perusahaan ini belum menghadapi kendala dalam memasarkan produknya. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, perusahaan ini menyiapkan produk untuk dicoba sebelum dibeli, bahkan konsumen diperbolehkan melihat proses produksinya bahkan sampai gudang bahan bakunya.

Saat ini Bakpia Pathok 25 untuk penjualannya banyak orang luar daerah Yogyakarta yang mengambil kue ini untuk kemudian dijual di Magelang, Semarang, dan daerah lainnya. Selain itu, setiap tahunnya Arlen telah mengikuti pameran di Pekan Raya Jakarta dengan menyewa 1 stan, dan telah membuka kantor cabang di Jl Kemandoran, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Meski pasarnya pasar lokal, karena bakpia tidak mungkin diekspor karena kendala keawetan.

Pemilik dari perusahaan ini mengaku telah mengenal SNI dari produk-produk yang menggunakan tanda SNI, misalnya helm. Berkaitan

dengan penggunaan SNI untuk produk bakpia kacang hijau, perusahaan ini belum menggunakannya. Hal ini disebabkan perusahaan ini belum tahu ada SNI bakpia kacang hijau. Menyadari betul mengenai pentingnya brand, kemudian dibuatlah slogan Bakpia Pathok 25 Oleh-oleh Khas Jogja. Menurut Arlen Sanjaya, Sertifikat Depkes pun telah diraih pada tahun 1988 dan sertifikat halal MUI pada 1998.

Beliau mengatakan bahwa sejak tahun 1948 tahun menjalani usaha tersebut, usahanya dari tahun ke tahun lumayan maju. Pendapatan yang beliau peroleh cenderung tidak menentu, karena pelanggan tidak selalu ramai. Arlen mengaku angka penjualan Bakpia Pathok 25 miliknya, amat fluktuatif. Barangkali ini bisa menjadi salah satu kendala ataupun dianggap sebagai tantangan. Pasalnya, jika dalam keadaan ramai, Arlen yang dibantu ratusan karyawan kewalahan untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga masih kekurangan tenaga. Bahkan omzet bisa mencapai lima sampai enam kali lipat dibanding hari biasa. Namun jika sepi, tentu saja ratusan karyawan yang membantu Arlen terkesan berlebihan tenaga. Walaupun begitu, beliau selalu berusaha menyisihkan 2,5% dari omzet penjualan per bulannya. Beliau mengaku bahwa setiap bulan selalu dijadwalkan diberikan kepada yatim piatu, fakir miskin, dan gelandangan yang ada di sekitar rumahnya. Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Bapak Arlen Sanjaya:

Tabel 4.2
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah PT. Bakpia Pathuk 25

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	302.000.000	-	65.860.550	-	2,5%
2002	75.000.000.	(75,2%)	65.486.115	(0,6%)	2,5%
2003	105.000.000	40%	70.356.450	7,4%	2,5%
2004	175.000.000	66,7 %	75.377.291	7,1%	2,5%
2005	300.000.000	71,4%	54.760.357	27,4%	2,5%
2006	175.000.000	(41,7%)	55.800.977	1,9%	2,5%
2007	152.000.000	(13,1%)	52.329.117	(6,2%)	2,5%
2008	171.000.000	12,5 %	71.356.861	36,4%	2,5%
2009	365.000.000	113,5%	65.179.050	(8,7%)	2,5%
2010	446.000.000	22,2%	86.265.977	32,4%	2,5%
2011	760.000.000	70,4 %	95.976.150	12,4 %	2,5%

Sumber: Data Primer

2. Media Pressindo Group

Pemilik usaha percetakan dan penerbitan Media PressindoGroup ini adalah Bapak Indra Ismawan. Beliau lahir di Lampung pada tanggal 7 Juni 1974. Tahun 1993 hijrah ke Yogyakarta untuk melanjutkan studi, dan kini menetap untuk mengelola bisnis di bidang penerbitan dan percetakan yang dibangun tahun 1998. Alumnus Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada,

Jurusan Manajemen ini dikenal sebagai penulis dan kolomnis yang produktif, khususnya untuk bidang ekonomi dan bisnis. Kolom dan tulisannya dimuat antara lain di Kompas, Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Suara Pembaruan, Jawa Pos, Business News, Gatra, Swa, Usahawan, juga di Prisma dan Basis. Buku beliau yang telah terbit antara lain: Dimensi Krisis Ekonomi di Indonesia (Elex Media Komputindo, 1998); Catatan Kritis Dimensi Krisis Ekonomi Indonesia (Elek Media Komputindo, 1998); Money politics: pengaruh uang dalam pemilu (MedPress, 1999); Kritik Atas Kebijakan: Catatan Mahasiswa Seputar Reformasi Ekonomi (Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 1999); Kiat Investasi dan Penyelamatan Aset dalam perekonomian yang bergejolak (Elek Media Komputindo, 1999); Risiko Ekologis di Balik Pertumbuhan Ekonomi (MedPress, 1999); Sukses Menghadapi Era Liberalisasi bagi Usaha Kecil dan Menengah (Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), Memahami Reformasi Perpajakan (Elek Media Komputindo, 2001); Sukses Setelah PHK (Elek Media Komputindo); Di Bawah Cengkraman IMF (Pondok Edukasi, 2001); Ranjau-Ranjau Otonomi Daerah (Pondok Edukasi, 2002); Kisah Sukses di Balik Penulisan Harry Potter (Gagas Media, 2003); Easy Way to Building Your Business (MedPress, 2005); Learning Organization (Cakrawala, 2005); Langkah Awal Buka Puasa (MedPress, 2005); Jalan KELUAR Modal Usaha (MedPress, 2008); 101 + Sumber Penghasilan Tambahan (MedPress, 2008); Warren Buffet (MedPress, 2009).

Selain membuka usaha penerbitan dan percetakan, beliau juga memiliki usaha property dan usaha showroom mobil. Beliau mengaku usahanya berdiri belum lama, baru sekitar 14 tahun yang lalu. Awal berdirinya hanya karena coba-coba saja saat beliau masih kuliah. Saat itu beliau merasa bisnis penerbitan kelihatannya tidak membutuhkan banyak modal. Justru yang terjadi adalah investasi kecil dengan modal kerja yang besar. Pendapatan tidak cukup untuk operasional usaha sehari-hari. Tidak bisa diperkirakan sampai kapan kekurangan biaya operasional harus selalu defisit. Maka usaha penerbitan dan percetakan ini menjadi membutuhkan kesiapan uang dan mental yang kuat.

Tahun 2008 banyak sekali menghadapi kendala dalam perkembangan usaha. Tetapi ini dimaknai pak Indra sebagai *lifecycle*, semakin maju usaha maka semakin banyak pula masalah yang akan dihadapi, dan semakin bertambah pengalaman dalam mengatasinya. Dengan berpikiran positif, beliau percaya bahwa kendala itulah yang membuat usaha penerbitan saya berkembang sampai memiliki enam cabang penerbitan, antara lain PT. MedPress, PT. Elek Media Komputindo, PT. Cakrawala, PT. Gagas Media, PT. PondoK Edukasi, dan PT. Widiasarana Indonesia.

Menurut pengakuan Bapak Indra Ismawan, Media Pressindo Group jarang mengeluarkan sedekah, selama menjalankan usaha ini mengeluarkan sedekahnya berupa bantuan untuk korban Merapi saat terjadi bencana alam meletusnya Merapi di Yogyakarta, selama ini

pemberian yang dilakukan dikarenakan bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat, tidak pernah lebih. Beliau mengaku bahwa beliau tidak percaya sedekah ada hubungannya dengan suksesnya usaha yang dimilikinya saat ini. Sedekah yang beliau lakukan didasari ketulusan, tidak bisa dikait-kaitkan dengan usaha saya. Ini dikatakan karena beliau tidak memaknai sedekah adalah memposisikan di atas yg memberi. Jadi siapapun bisa bersedekah. Beliau menyatakan bahwa kesimpulan yang salah membawa banyak orang berpikir sedekah bisa membuat usaha sukses. Beliau mengaku sejak belum punya usaha pun jika harus memberi maka akan memberi, apakah itu berpengaruh terhadap rezeki tidak bisa dimengerti dan tidak bisa merumuskan pekerjaan tuhan, jadi secara logika tidak ada hubungannya antara sedekah dan usaha. Beliau juga memberi karena kepuasan batin, beliau mengejar kesenangan itu apapun hasilnya. Masalah menolong orang itu memang kewajiban. Dan beliau percaya bahwa ada kriteria orang yang bisa ditolong dan tidak bisa ditolong, dan pertolongan belum tentu baik kedepannya. Beliau mengaku tidak percaya bahwa logika investasi bisa diterapkan dengan dalam perspektif sedekah. Menurutnya sedekah adalah bentuk kesadaran bahwa kita masih umatnya Tuhan, kita tinggal bersama masyarakat. Sedekah menurutnya merupakan bentuk pelunasan utang terhadap hidup, dengan prinsipnya yaitu jika kita memudahkan hidup orang, maka hidup kita akan dimudahkan, bukan karena sedekah.

Saatkuliah beliau banyak dimintakan pertolongan, tetapi tidak berharap ada kembalian uang berapa kali lipat. Walaupun dulu pernah menyumbang sedikit, tetapi beliau mengaku melakukannya ikhlas tanpa mengharapkan imbalan apa-apa. Tetapi selama menjalankan usaha, beliau tidak melakukan sedekah apapun, beliau percaya bahwa logika investasi tidak berlaku dalam hal tolong menolong. Beliau lebih mengalokasikan uang ke hal-hal yang pasti memperoleh keuntungan seperti menjadi *shareholder* pasif di beberapa hotel. Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Bapak Indra Ismawan :

Tabel 4.3
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah Media Pressindo Group

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	145.000.000	-	215.635.142	-	-
2002	200.000.000.	37,9%	215.147.554	(0,4%)	-
2003	355.000.000	77,5 %	209.413.446	(5,0%)	-
2004	650.000.000	83,1%	205.597.591	(3,5%)	-
2005	1.500.000.000	130,8 %	218.879.790	12,6%	-
2006	3.450.000.000	130%	215.965.257	(2,5%)	-
2007	5.100.000.000	47,8 %	206.424.242	(8,2%)	2.000.000
2008	4.100.000.000	(19,6%)	193.542.957	(12,1 %)	-
2009	5.250.000.000	25 %	198.869.970	5,7%	-

2010	8.125.000.000	28 %	229.750.335	31,2%	-
2011	10.766.000.000	32,5 %	233.157.080	2,6 %	2.500.000

Sumber: Data Primer

3. Waroeng Group

Jody Broto Suseno dan Siti Hariyani adalah suami istri pengusaha sukses yang merupakan pemilik usaha Waroeng Group. Pada tahun 1998 mereka telah memulai usaha dari berdagang roti bakar, berjualan susu, bahkan menjalani bisnis kaos partai musiman. Kesemua usaha yang dirintisnya tersebut tidak berhasil dan terpaksa gulung tikar. Kemudian pada tahun 2000 mereka mulai menikmati kesuksesan dari kerja keras mereka. Tahun 2012 Waroeng Steak mempunyai 64 gerai dengan mempekerjakan 1.300 karyawan. Saat ini sungguh di luar dugaan karena mereka telah memiliki banyak cabang yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia antara lain Jakarta, Bandung, Bogor, Medan, Semarang, Malang, Solo, Palembang, Pekanbaru bahkan Bali. Dan kini omzet Waroeng Steak mencapai ratusan hingga milyaran rupiah setiap bulannya.

Yang menarik adalah pengusaha ini menerapkan konsep spiritual company dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan pengakuan Bapak Syamsuri, selaku koordinator dari penerapan konsep spiritual company di seluruh gerai Waroeng Group, ini didasari prinsip yang dimiliki pengusaha bahwa berdagang juga berdakwah mencontoh seperti yang diajarkan oleh Nabi Muhammad ungkap dia. Dengan jiwa sosial dan religiusnya yang

tinggi, pengusaha ini membuat Rumah Tahfidz yaitu pesantren untuk penghafal Al Quran dan saat ini telah memiliki 6 Rumah Tahfidz dengan ratusan santri dan menampung para kaum dhuafa. Dia selalu menekankan untuk menjadikan sedekah adalah hal yang paling penting dalam bisnis. Dia menganggap sedekah yang dia lakukan bukan membuat usahanya berkurang tetapi malah menjadi semakin berkah. Warung nya pun makin ramai dikunjungi. Dan akhirnya dia bisa memberikan sedekah yang lebih besar lagi. Karakter owner sangat mendukung, karena kekuatan pak Jodi sangat kuat untuk menerapkan spiritual company sehingga sejak awal tahun 2010 muncul konsep spiritual company bersama ustad Yusuf Mansur.

Selain Waroeng Steak juga dikembangkan usaha kuliner yang lain yaitu Bebaqaran, rumah makan berkonsep foodcourt yang diberi nama Festival Kuliner (Feskul), beberapa rumah makan Bebek Pak Slamet di Yogyakarta, bisnis futsal di kota Yogyakarta, serta Waroeng Penyetan di daerah Gejayan yang dia rintis bersama dengan Ustadz Yusuf Mansyur. Belakangan, pengusaha mengajak investor dari kalangan ustadz untuk mengembangkan usahanya di berbagai daerah di Jawa, Bali, dan Sumatera, seperti Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Edi Mustofa, dan Ustadz Endang ikut berinvestasi di bisnis ini.

Usaha ini menggelar kegiatan ‘Sedekah Nasional’ yang dilaksanakan rutin setiap tahunnya, dimana keseluruhan omzet di semua gerai padahari itu disedekahkan kepada masyarakat umum yang membutuhkan. Dari rata-rata omset perbulan yang bervariasi mulai dari Rp 150.000.000,00 per gerai

sampai dengan Rp 500.000.000,00 pergerai, sedekah per bulan pun terus dilakukan Rp 300.000,00 pergerai di wilayah Indonesia bagian timur dan Rp 500.000,00 pergerai di wilayah Indonesia bagian barat, kemudian Waroeng Group memberikan bantuan uang sekolah untuk Desa Binaan Waroeng Group, di bulan Muharram diagendakan kegiatan sosial makan bersama anak yatim, semua dilaksanakan agar kearifan lokal tetap terjaga dengan memperhatikan kaedah Rasulullah, yaitu memprioritaskan panti asuhan terdekat. Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Bapak Syamsuri:

Tabel 4.4
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah Waroeng Group

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	4.950.000.000	-	955.860.187	-	20.000.000
2002	5.500.000.000.	11,1%	958.878.076	0,3%	20.000.000
2003	7.500.000.000	36,4%	958.969.868	0,1%	20.000.000
2004	6.500.000.000	(13,3%)	940.675.228	(1,9%)	20.000.000
2005	5.150.000.000	(20,8%)	945.057.378	0,5%	25.000.000
2006	8.500.000.000	65,0 %	965.850.936	2,2%	25.000.000
2007	12.900.000.000	51,8%	965.256.869	(0,1%)	25.000.000
2008	22.000.000.000	70,5%	963.868.357	(0,1 %)	25.000.000
2009	15.500.000.000	(29,5%)	978.245.269	1,5%	30.000.000

2010	19.500.000.000	25,8%	979.790.655	(0,1%)	30.000.000
2011	22.500.000.000	15,4 %	998.269.437	1,9%	30.000.000

Sumber: Data Primer

4. Sirlo Steak

Usaha Sirlo Steak bergerak di bidang kuliner khususnya steak dan turunannya seperti seafood dan fried chicken. Bapak Muhammad Raino Rahmanta adalah pemilik dari Sirlo Steak Nologaten. Usaha yang dijalankannya saat ini berkembang pesat dan telah mencapai penjualan tertinggi mencapai Rp 10.000.000,00 perhari. Ini menunjukkan bahwa masyarakat umum bisa dan sangat mudah menerima rasa dan pelayanan yang diberikan. Promosi telah dilakukan dari berbagai media mulai dari *twitter*, *round tag* di jalan-jalan, *banner*, dan spanduk. Sirlo Steak Nologaten juga memberikan promo free tiap hari yang selalu berbeda. Salah satu promosi yang sangat *brain wash* yaitu lomba mewarnai untuk anak Taman Kanak Kanak.

Menurut pengakuan Pak Raino, selama menjalankan usahanya beliau selalu melakukan sedekah. Setiap hari melakukan sedekah yaitu sebesar 2,5% dari omzet dan tiap bulan selalu menyantuni sekitar 30 anak yatim, serta tidak lupa tiap bulan juga melakukan sedekah 2,5% dari laba. Sedekah itu terus dilakukan rutin sebagai bentuk pemberian sebagian harta untuk membersihkan harta, juga karena manfaat sedekah itu luar biasa. Beliau

meyakini bahwa harta yang dimiliki bukan hanya milik sendiri dan sedekah itu memberikan feedback yang luar biasa. Jadi kita dijanjikan oleh-Nya akan dikembalikan dalam nominal atau bentuk yang luar biasa apabila kita melakukan sedekah.

Sedekah itu seperti kebutuhan, semakin sering dan semakin besar yang anda sedekahkan, efeknya akan luar biasa kepada kita, kepada usaha kita, karena akan semakin banyak orang yang akan mendoakan usaha kita menjadi lebih besar dan menaikkan omzet otomatis. Semakin besar omzet semakin besar pula sedekah yang akan kita berikan. Bentuk sedekah dengan berbagai cara dan selalu rutin, seperti memberi sarapan kepada orang-orang di pinggir jalan, langsung kepada panti asuhan, kepada anak yatim kita undang, atau melakukan transfer uang ke badan pengumpul sedekah.

Sirolo Steak saat ini berjumlah 14 *gerai*. Rata-rata omzet perbulan saat ini mencapai Rp 150.000.000,00 *pergerai*, dan itu bisa dibayangkan saat pertama kali buka usaha omzet perbulan hanya Rp 24.000.000,00 *pergerai*. Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Bapak Raino:

Tabel 4.5
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah Sirlo Steak

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	420.000.000	-	83.357.116	-	2,5%
2002	400.000.000	(4,8%)	88.879.169	6,6%	2,5%

2003	700.000.000	75%	94.985.267	6,9%	2,5%
2004	1.050.000.000	50%	98.478.958	3,7%	2,5%
2005	1.400.000.000	33,3%	105.898.026	7,5%	2,5%
2006	1.680.000.000	20%	108.346.227	2,3%	2,5%
2007	1.330.000.000	(20,8%)	108.487.397	0,1%	2,5%
2008	1.820.000.000	36,8%	96.266.377	(11,3 %)	2,5%
2009	2.030.000.000	10,3%	85.148.107	(11,5%)	2,5%
2010	2.035.000.000	0,0%	97.485.778	14,5%	2,5%
2011	2.100. 000.000	3,2%	106.189.480	8,9%	2,5%

Sumber: Data Primer

5. Roosman Handicraft

Industri ini dirintis oleh Ibu Roosman. Usaha ini berlokasi di Jalan Manding, Kecamatan Sabdodadi, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Ini merupakan usaha yang memproduksi barang-barang kerajinan dari kulit, seperti taskulit, sepatu kulit, jaket kulit, juga ada dompet, kursi, ikat pinggang, box, dan aksesoris lainnya yang terbuat dari kulit. Aneka produk kerajinan yang dihasilkan, semuanya berlapis kulit. Produksi dari usaha ini memanfaatkan kulit hewan antara lain seperti kulit sapi, kulit domba, kulit kambing, kulit burung onta, kulit ikan pari, dan kulit hiu.

Ibu Roosman mengkhususkan diri menjadi perajin kulit, setelah tertarik dan tertantang mengolah kulit spesialis produk usahanya. Kreativitas bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai sarana atau alat. Bahkan

benda yang lazimnya tidak bermanfaat lagi, bisa difungsikan kembali dengan membentuknya menjadi barang baru. Salah satunya adalah menggunakan kulit hewan yang bisa dimanfaatkan dan diolah menjadi barang baru yang bernilai tinggi dan mahal harganya. Untu harga di dalam negeri, jaket dari domba kualitas ekspor harganya antara Rp 1.800.000,00 sampai Rp 2.000.000,00. Jaket dari kulit kambing antara Rp 1.100.000,00 samapai Rp 1.300.000,00. Kalau tas wanita Rp150.000,00 sampai Rp 600.000,00, untuk tas laki-laki antara Rp260.000,00 sampai Rp 700.000,00.

Usaha kerajinan kulit ini bermula dengan bermodalkan kredit Rp500 juta dari Bank Jatim dan tiga orang karyawan. Berbagai macam produk telah dihasilkan, dari dompet, ikat pinggang, beberapa model jaket kulit untuk laki-laki dan wanita, tas kerja, tas *daypack*, tas perangkat golf, dan beragam jenis sepatu. Usaha bersama ini sebenarnya dimulai sejak awal tahun 1990. Awalnya masih berupa Usaha Kecil Menengah (UKM), sekumpulan pengrajin-pengrajin kecil. Barang produksi dari usaha kerajinan yang dimiliki Ibu Roosman ini sekarang telah diekspor ke luar negeri dengan harga jual sampai dua kali lipat jika dibandingkan harga jual di Indonesia.

Roosman Handicraft saat ini mempunyai 43 karyawan. Semua produksi dilakukan dengan menggunakan mesin. Untuk mendapatkan bahan-bahan dasar tersebut, biasanya mereka membeli dari beberapa penjual yang khusus menjual berbagai macam kulit, seperti kulit burung unta impor. Namun, untuk kulit ikan pari dan hiu, bahannya mereka ambil dari Sulawesi

Selatan dan Lamongan. Sementara untuk kulit domba dan kambing, tidak begitu jadi masalah, mereka bisa mendapatkannya dari para peternak.

Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Ibu Roosman:

Tabel 4.6
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah Roosman Handicraft

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	800.000.000	-	89.634.353	-	2,5%
2002	765.000.000	(4,4%)	89.535.135	(0,1%)	2,5%
2003	780.000.000	2%	79.730.114	(11%)	2,5%
2004	760.000.000	(2,6%)	100.636.677	26,2%	2,5%
2005	730.000.000	(3,9%)	95.960.446	(4,6%)	2,5%
2006	750.000.000	2,7%	79.688.852	(17%)	2,5%
2007	700.000.000	(6,7%)	77.256.146	(3,1%)	2,5%
2008	850.000.000	21,4%	96.632.745	25,1%	2,5%
2009	800.000.000	(5,9%)	90.414.275	(6,4%)	2,5%
2010	870.000.000	8,8%	111.466.355	23,3%	2,5%
2011	900. 000.000	3,5%	120.214.160	7,8 %	2,5%

Sumber: Data Primer

6. Bakti Pacitan Sejahtera

Usaha ini merupakan salah satu usaha di Pacitan. Usaha yang dirintis oleh Bapak Imam Subhan ini meskipun berada di Pacitan, usaha ini sebenarnya lebih dekat ke Kota Solo, Jawa Tengah. Sebuah usaha yang diketuai Bapak Imam Subhan yang bergerak dalam bidang *sanitary product* selama ini telah menekuni sumber alam sebagai unggulan lokal.

Bapak Imam menyatakan bahwa bentuk sedekah itu bisa dengan berbagai bentuk dan cara, salah satunya dengan meningkatkan kesejahteraan di daerah tertinggal. Kuncinya, manusianya yang harus diberdayakan terlebih dahulu. Yang harus dibangun pertama adalah semangatnya. Kemudian baru kita lihat kemungkinan menumbuhkan ekonominya. Di Pacitan Bapak Imam Subhan melihat berbagai kemungkinan untuk pengembangan ekonominya, misalnya dibidang *sanitary product*. Memperhatikan kondisi demikian usaha Bakti Pacitan Sejahtera didirikan dengan tujuan mengembangkan usaha kecil di wilayah ini. Di kegiatan produktif ini para pengrajin dididik sejak proses produksi hingga pemasaran.

Saat ini usaha Bakti Pacitan Sejahtera semakin berkembang, Bapak Imam Subhan mengaku juga menggandeng para pakar berkemampuan menggerakkan Sumber Daya Manusia yang sangat diperlukan dalam kegiatan usaha *sanitary product* termasuk pemasaran yang selama ini menghantui usaha di di kawasan ini. Tersedianya bahan baku, bahan baku pembantu, spare part mesin produksi dan kesediaan Bakti Pacitan Sejahtera untuk menerima produk yang sesuai kualitas dan desain yang dikehendaki pasar dengan bimbingan-bimbingan dan pelatihan, tujuan usaha ini mengantar

pengrajin kecil Pacitan dan sekitarnya menembus pasar ekspor dengan harga dan daya saing produk yang tinggi akan terwujud. Yang lebih menarik, tumbuh kembangnya kegiatan usaha ini di wilayah tersebut akan mendorong berkembang usaha kecil yang baru dan saling mendukung. Contoh sederhana berkembangnya sentra industri akan banyak menyerap tenaga kerja. Kesemuanya memerlukan kebutuhan penunjang seperti makanan yang berarti akan tumbuh usaha lain semisal katering, makanan olahan, kebutuhan anak sekolah serta usaha-usaha kecil yang lain. Dengan demikian kiprah usaha ini yang peduli pengentasan usaha kecil akan lebih dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Sejauh menjalankan usaha ini, Bapak Imam belajar dari pengalaman, daya saing produk menjadi lemah karena mata rantai yang terlalu panjang. Sebagai contoh bahan kebutuhan baku dari petani, ke tengkulak, ke pengumpul, ke pengumpul besar baru ke pabrik. Jadi dari bahan baku saja nilainya sudah tinggi. Adanya peluang usaha yang kondusif maka mata rantai ditengah akan beralih ke profesi lain yang lebih menjanjikan. Disini Koperasi dapat berperan banyak, kendala klise seperti masalah modal, teknologi produksi, pemasaran, dan penguasaan informasi pasar diharapkan akan terpecahkan dengan hadirnya usaha Bakti Pacitan Sejahtera. Tidak hanya mempermudah peran dan membuka banyak lapangan pekerjaan, Bapak Imam Subhan juga tak pernah lupa menyisihkan uang untuk bersedekah selama menjalankan usaha. Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Bapak Imam Subhan:

Tabel 4.7
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah Bakti Pacitan Sejahtera

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	700.000.000	-	153.476.115	-	5%
2002	750.000.000	7,1%	160.023.633	4,3%	5%
2003	800.000.000	6,7%	155.345.356	(2,9%)	5%
2004	760.000.000	(5%)	220.636.846	42,0%	5%
2005	700.000.000	(7,9%)	195.746.416	(11,3%)	5%
2006	750.000.000	7,1%	182.698.650	(6,7%)	5%
2007	650.000.000	(13,3%)	160.781.134	(12%)	5%
2008	730.000.000	12,3%	196.832.067	22,4%	5%
2009	700.000.000	(4,1%)	198.553.185	0,9%	5%
2010	755.000.000	7,9%	236.899.012	19,3%	5%
2011	830.000.000	9,9%	239.278.149	1 %	5%

Sumber: Data Primer

7. Toko Batik Warna Pelangi

Pemilik usaha toko Batik Warna Pelangi adalah Bapak Ashok. Usaha batik ini berlokasi di Jalan Malioboro Nomor 22 Yogyakarta ini. Menurut Pak Ashok, dengan kian menonjolnya pesona batik dan semakin dikenalnya batik di kalangan masyarakat, usahanya menuangkan karya motif batik yang unik namun tak lepas dari identitas bangsa yang kaya akan ragam. Pelangi Khatulistiwa itulah tema yang diangkat oleh Toko Batik Warna Pelangi. Coretan bentuk flora dan fauna serta keindahan panorama alam ditampilkan ke dalam bentuk-bentuk menyerupai ombak lautan pulau karang bunga-bunga dedaunan dan ragam bentuk senada lainnya.

Pemiliknya, Pak Ashok, mewarisi bisnis batik ini dari ayahnya. Beliau tidak sekadar menjual atau mendistribusikan batik, tetapi juga mengetahui dan menguasai seluk-beluk proses pembuatan batik.

Pria 45 tahun ini sudah akrab dengan kehidupan membatik sejak ia lulus SMP. Kegiatan pembatik memindahkan pola dari kertas ke kain, *ngiseni*, *ngelir*, sudah menjadi pemandangannya sehari-hari dalam kehidupannya. Namun, waktu itu hanya sebatas iseng. Boleh dibilang, ia tak pernah memelajari pembuatan batik secara khusus. Membatik itu diserapnya hanya dengan mengamati kegiatan ayahnya selama bertahun-tahun.

Setelah sang ayah tiada, beliau baru berkonsentrasi penuh untuk mengelola bisnis batik pada tahun 1995. Sambil meneruskan bisnis, ia terus mengembangkan kemampuannya membatik, misalnya menciptakan warna yang dihasilkan dari bahan-bahan alami. Meskipun pewarna alami ini sudah tersedia di pasaran dalam bentuk bubuk, tetapi Bapak Ashok lebih banyak

menyeduh sendiri cacahan kayu dari pohon secang, mahoni, tingi, tegeran, jalawe, sampai jambal.

Usaha Batik ini memiliki omzet rata-rata perbulan mencapai Rp 600.000.000,00 – Rp 850.000.000,00. Sekitar 50 pembatik terlibat dalam pembuatan batik, dari proses membuat pola, melekatkan malam dengan canting ke pola batik di kain, hingga menghilangkan lapisan malam tersebut. Usaha Batik Warna Pelangi, merupakan salah satu produsen batik paling populer di kota ini. Beliau menyatakan bahwa konsep sedekah yang banyak dilakukan pengusaha muslim juga dilakukan beliau. Beliau mengaku, walaupun tidak secara rutin juga melakukan sedekah ketika menjalankan usahanya, seperti saat terjadi bencana alam. Terakhir dilakukan ketika terjadi bencana Merapi di Yogyakarta. Berikut disajikan tabel data hasil wawancara dengan Bapak Ashok:

Tabel 4.8
Rata-Rata Omzet Penjualan per Bulan, Nilai Aset, dan
Prosentase Sedekah Toko Batik Warna Pelangi

Th	Omzet (Rupiah)	Growth	Aset (Rupiah)	Growth	Sedekah
2001	750.000.000	-	262.134.149	-	-
2002	710.000.000	(5,3%)	290.538.185	10,8%	-
2003	750.000.000	5,6%	200.477.025	(31%)	-
2004	700.000.000	(6,6%)	263.876.852	31,6%	500.000

2005	750.000.000	(7,1%)	229.147.269	(13,2%)	-
2006	750.000.000	0,0%	280.298.152	(22,3%)	200.000
2007	750.000.000	0,0%	202.826.154	(27,6%)	-
2008	800.000.000	6,6%	175.116.380	(13,6%)	-
2009	850.000.000	6,3%	252.726.278	44,3%	-
2010	850.000.000	0,0%	310.974.333	23,0%	500.000
2011	850. 000.000	0,0%	324.972.265	4,5 %	500.000

Sumber: Data Primer

4.3. Pandangan Pelaku Usaha Mengenai Sedekah

Sedekah memang sudah menjadi bagian dari setiap perjalanan hidup manusia, tidak terkecuali bisnis. Tidak jarang pengusaha yang menyisihkan sebagian penghasilan yang dia dapatkan untuk berbagi terhadap sesama. Begitu juga dengan yang dilakukan oleh pengusaha di Yogyakarta seperti penelitian yang dilakukan di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft, serta dari pelaku usaha non Muslim antara lain di Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi.

Dari hasil penelitian di lapangan, kelima pengusaha Muslim dan dua pengusaha non Muslim tersebut ada yang tidak melakukan sedekah dan ada yang melakukan sedekah, walaupun mereka bersedekah setelah usahanya mengalami perkembangan.

Banyak pendapat mengenai sedekah itu sendiri. Sebagian besar mengartikan sedekah sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada orang lain yang membutuhkan. Sedekah tidak harus berupa uang, tetapi bisa dengan barang, tenaga, senyuman, *amar ma'ruf*, dan lain-lain. Bapak Indra Ismawan selaku pemilik Media Pressindo Group mengatakan :

“ Sedekah itu ya tidak perlu dengan uang kok Mbak, bisa juga dalam arti luas, misalnya dengan harta benda, kebaikan, atau senyuman juga bisa. Yang penting kita melakukannya dengan mementingkan kepentingan bersama ”.(Wawancara tanggal 15 November 2012)

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Bapak Syamsuri pencetus konsep *spiritual company* di Waroeng Group. Ustadz ini mengatakan bahwa pada dasarnya sedekah itu merupakan sebuah aktivitas memberikan sesuatu, baik uang, barang, dan tenaga yang kita punya kepada orang lain yang membutuhkan. Beliau juga berpendapat bahwa dengan bersedia diwawancarai itu merupakan salah satu bentuk sedekah. Berdasarkan kedua pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum orang berpendapat bahwa sedekah berarti sebuah pemberian dari orang kepada orang lain yang membutuhkan.

Sejalan dengan kedua pernyataan di atas, Ibu Roosman menambahkan kata-kata ikhlas dalam pendapatnya. Beliau mengatakan :

“ Ya sedekah itu memberikan sesuatu yang pantas kepada orang lain yang membutuhkan tanpa mengharap apa-apa, hanya mengharap pahala dari Allah SWT saja. Yang terpenting itu bukan jumlahnya kok Mbak, tapi apakah sesuatu

itu berguna atau tidak dan keikhlasan dalam memberikannya”. (Wawancara tanggal 01 Desember 2012)

Keikhlasan memang menjadi sesuatu yang penting dalam kita bersedekah. Tetapi ukuran dari keikhlasan itu sendiri tidak ada. Keikhlasan sangat relatif bentuknya. Bisa jadi seseorang beranggapan bahwa dirinya sudah ikhlas saat memberikan sedekah, tetapi orang lain bisa beranggapan lain.

Pada umumnya, sebagian besar orang berpendapat bahwa sedekah merupakan suatu pemberian. Pemberian yang dimaksud di sini bisa dalam bentuk materi seperti uang dan barang atau bisa juga non materi seperti mengajak orang untuk menghindari hal yang buruk, senyum, membantu melerai orang yang sedang berselisih, dan lain sebagainya. Sedekah memang tidak bisa lepas dari kata-kata pemberian dari seseorang kepada orang lain yang membutuhkan bantuannya.

Lain halnya dengan pendapat-pendapat di atas, sedekah juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk sosial kepada lingkungan sekitar. Seperti yang dijelaskan oleh pemilik Toko Batik Warna Pelangi, Bapak Ashok, sedekah merupakan bentuk *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) atau yang sering diartikan sebagai pertanggungjawaban perusahaan kepada lingkungan sosial. Sedekah diartikan sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar dimana perusahaan itu berada. Beliau mengatakan :

“ Sedekah itu bagus dilakukan. Kalau melihat sisi pribadi saya, sudah tentu saya bersedekah dengan cara yang bermacam-macam. Tapi kalau dilihat dari sisi perusahaan mungkin saya bisa jelaskan bahwa sedekah merupakan

bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Salah satu bentuk CSR kita adalah dengan membentuk UKM di sekitar lingkungan usaha kami ini “. (Wawancara tanggal 06 Desember 2012)

Perbedaan pendapat di atas sebenarnya tidak menjadi halangan seseorang untuk bersedekah. Walaupun pendapatnya berbeda tetapi inti dari setiap pernyataan tersebut adalah sama. Pada prinsipnya adanya sedekah itu adalah untuk membahagiakan orang lain. Dengan kita memberi, peduli terhadap sesama, dan bertanggung jawab tentunya orang lain akan merasa senang. Terlebih lagi jika kita melakukan semua itu dengan ikhlas, Allah akan memberikan pahala yang berlipat ganda kepada kita.

4.4. Pola Bersedekah

Seseorang bersedekah dengan banyak cara. Ada yang langsung diberikan kepada yang membutuhkan, tetapi ada juga yang mengumpulkan uangnya terlebih dahulu, setelah uangnya dianggap cukup baru diberikan kepada orang lain atau melewati lembaga-lembaga ZIS. Pandangan seseorang yang berbeda antara satu dengan yang lainnya bisa jadi merupakan faktor yang mengakibatkan perbedaan dari cara mereka bersedekah. Dari hasil penelitian ini, ternyata pola sedekah dari masing-masing pengusaha berbeda-beda.

Sedekah yang dilakukan di PT. Bakpia Pathuk 25 dan usaha Sirlo Steak sama dengan yang dilakukan oleh usaha Roosman Handicraft. PT. Bakpia Pathuk 25 menyisihkan 2,5 % dari omzetnya. Bapak Arlen Sanjaya mengaku bagaimanapun keadaan usahanya beliau tetap melakukan sedekah.

Sirlo Steak rutin bersedekah sebesar 2,5% dari omzet 1 bulannya. Jumlah tersebut kemudian diberikan kepada anak-anak yatim piatu, fakir miskin, atau gelandangan yang ada di sekitar daerah tersebut. Setiap *selapanan* Ibu Roosman juga mengadakan pengajian.

Berbeda dengan sedekah yang dilakukan oleh ketiga pengusaha tersebut, Waroeng Group mempunyai cara yang berbeda. Toko ini tidak hanya memisahkan keuntungan usahanya, tetapi mereka juga mengajak pelanggan untuk berbagi kepada sesama. Misalnya saja dengan makan steak bersama anak yatim. Waroeng Group lebih suka menyalurkan sedekahnya tersebut ke panti asuhan di daerah sekitar *gerai* masing-masing, beasiswa, dan untuk pembangunan masjid, serta tak lupa setiap *gerai* di wilayah Indonesia bagian timur selalu menyisihkan uang untuk sedekah perbulan sebesar Rp 300.000,00 dan setiap *gerai* di wilayah Indonesia bagian barat menyisihkan uang untuk sedekah perbulan sebesar Rp 500.000,00. Sehingga total sedekah dari setiap *gerai* di Waroeng Group sekitar Rp 10.000.000,00 samapai Rp 20.000.000,00. Sama halnya dengan Waroeng Steak, Toko Batik Warna Pelangi juga lebih suka sedekah untuk pembangunan masjid. Setiap minggunya Bapak Ashok menyisihkan uang Rp 200.000,00 sampai Rp 500.000,00kadang untuk bersedekah jika ada peristiwa bencana alam. Jumlah itu disedekahkan tidak rutin, jika terjadi bencana saja, seperti saat tahun 2004, 2006, 2010, 2011.Jadi jumlah yang disedekahkan tidak pasti, kadang dikit, kadang banyak.

Steak Sirlo lebih suka bersedekah melalui badan ZIS, melalui proposal yang dikirim kepada mereka, atau pun kepada saudara terdekat yang

membutuhkan. Mereka memilih untuk memberikan bantuan kepada orang yang terdekat dulu. Jumlah yang disedekahkan tidak pasti, tergantung keadaan bisnis mereka pada saat itu.

Bapak Jodi selaku pemilik Waroeng Steak mengaku jika dirinya selalu bersedekah dengan berbagai cara. Beliau mengatakan bahwa sebagian dari hasil usahanya langsung diberikan kepada yang berhak, tidak melalui lembaga ZIS. Selain itu beliau juga menambahkan bahwa sedekah itu adakalanya diminta tapi juga adakalanya kita yang harus aktif.

Pola bersedekah yang dilakukan PT. Bakpia Pathuk 25 bisa dibilang juga unik daripada pengusaha-pengusaha yang lain. Selain menyisihkan sebagian penghasilannya untuk orang lain, yakni 2,5% dari omzet, Bapak Arlen Sanjaya juga memberikan sedekah dalam bentuk pemberian THR (Tunjangan Hari Raya) untuk tukang becak di sekitar usaha. Dengan adanya THR tersebut Bapak Arlen berharap dapat meringankan beban keluarga tukang becak. Beliau mengaku ikhlas melakukan hal itu karena beliau menyadari bahwa kita semua umat manusia itu sebenarnya adalah saudara. Bapak Arlen percaya bahwa Allah akan membalas semuanya dengan sesuatu yang pantas. Sehingga dari tahun ke tahun Alhamdulillah usaha tersebut berkembang.

4.5. Hasil Temuan

4.5.1. Fakta – Fakta Kejadian

Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak

Nologaten, dan Roosman Handicraft, dan juga diambil populasi dari pelaku usaha non Muslim antara lain di Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi, ditemukan fakta bahwa ketujuh pelaku usaha tersebut ada yang melakukan sedekah dan tidak melakukan sedekah. Para pelaku usaha yang bersedekah, ada yang bersedekah sejak usahanya berdiri, tetapi ada juga yang bersedekah setelah usahanya berkembang. Cara-cara melakukan sedekah yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha berbeda-beda. Ada yang melalui lembaga ZIS, ada yang langsung diberikan kepada yang membutuhkan, ada yang memberikan beasiswa ke desa binaan, ada juga yang langsung diberikan untuk pembangunan masjid.

4.5.2. Bukti – Bukti

Bukti yang didapat dalam penelitian ini antara lain :

1. Keterangan pemilik usaha

Keterangan dari usaha ini diperoleh dari keterangan para pemilik usaha ketujuh usaha tersebut. Informasi yang diperoleh ada yang dengan wawancara langsung, tetapi ada juga yang dengan memberikan wawancara tertulis yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang tidak bisa diwakili oleh manajer dari usaha tersebut.

2. Keterangan karyawan

Keterangan karyawan diperoleh dari keterangan para karyawan dan tukang parkir yang bekerja di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25,

Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft, Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi.

3. Keterangan konsumen/pelanggan

Keterangan konsumen diperoleh dari konsumen/pelanggan yang sedang berada di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft, Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi.

4. Keterangan saksi-saksi

Keterangan dari penerima sedekah diperoleh dari keterangan orang-orang atau warga sekitar yang mengetahui tentang sedekah yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut. Selain itu, keterangan ini juga didapat dari orang yang pernah menerima sedekah dari usaha-usaha tersebut.

4.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaku Usaha Melakukan Sedekah

Penelitian ini selain untuk mengetahui keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha juga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi alasan bagi para pelaku usaha dalam bersedekah.

Berikut adalah temuan yang diperoleh peneliti dalam penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha melakukan sedekah :

1. Faktor Sosial

Faktor sosial ini sangat erat kaitannya dengan sikap saling membantu dan tolong-menolong. Sikap terpuji ini sangatlah dianjurkan dalam Islam. Kitasemua ini bersaudara. Jika ada yang merasa sakit pasti kita juga akan merasakan sakit. Hal itulah yang mendorong seseorang untuk bersedekah. Seperti yang dijelaskan Ibu Roosman dalam wawancaranya dengan peneliti. Beliau mengatakan :

“ Kalau dalam pelajaran IPS dulu dijelasin manusia itu makhluk sosial. Tidak ada yang bisa hidup tanpa orang lain. Kalau ada yang jatuh di jalan pasti kita bantu. Sama saja dengan kita sedekah. Jika ada yang kekurangan pasti jika kita punya lebih ya kita kasih buat orang itu. Yang jelas hidup di dunia udah sepantasnya kalau saling tolong-menolong “. (Wawancara tanggal 01 Desember 2012)

2. Faktor Budaya

Budaya merupakan kebiasaan. Kebiasaan yang dimaksud di sini dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang sudah sering dilakukan seseorang dalam komunitasnya atau dalam lingkungan tempat tinggalnya. Sebut saja salah satunya sedekah yang sekarang sering dilakukan masyarakat, termasuk pelaku usaha. Sedekah sudah

bukan lagi menjadi hal yang baru. Sedekah sudah menjadi suatu kebiasaan yang mendarah daging.

Budaya sangat berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan. Ketika seseorang mempunyai harta yang lebih, apabila melihat orang lain kesusahan atau ada yang lebih membutuhkan daripada dia pasti akan langsung membantunya. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Bapak Arlen ketika peneliti menanyakan faktor apa yang mempengaruhinya untuk bersedekah. Beliau mengatakan demikian:

“ Saya itu dari kecil sudah diajarkan untuk sedekah. Dari TK saya sekolah di sekolahan yang berbasis Islam. Sedekah itu bisa meningkatkan iman dan takwa seperti lagu Wali Band. Dari situ saya belajar sedekah dan sampai sekarang ini saya lakukan hal itu. Kan dengan sedekah kita bisa bantu orang lain. Walaupun cuma sedikit, tapi paling tidak bisa meringankan beban mereka. Daripada saya buang-buang uang untuk foya-foya mending saya sedekahkan saja, toh untuk belanja sehari-hari saya masih cukup “. (Wawancara tanggal 13 November 2012)

Bapak Arlen mengatakan kalau sedekah kita bisa membantu sesama, walaupun jumlah yang kita berikan hanya sedikit. Beliau bersedekah karena sudah dididik dari kecil. Itu yang menjadikan beliau tetap melakukan sedekah sampai sekarang. Sedekah sudah menjadi kebiasaan dalam dirinya. Hal ini merupakan salah satu

bukti bahwa budaya atau kebiasaan itu mempengaruhi seseorang untuk melakukan sedekah.

Selain itu, bahkan sekarang kebanyakan pelaku usaha membiasakan diri selalu menyisihkan penghasilannya untuk berbagi kepada orang lain. Mereka ingat sejak zaman Rasulullah SAW sedekah sudah menjadi budaya. Mereka sadar bahwa budaya atau kebiasaan yang baik nantinya akan mendatangkan kebaikan juga di masa yang akan datang.

3. Faktor dari Dalam Diri

Faktor dari dalam diri sangat beraneka ragam. Faktor dalam diri merupakan dorongan dari dalam hati seseorang agar orang tersebut melakukan suatu hal. Faktor dari dalam diri seseorang melakukan sedekah diataranya rasa simpatik melihat penderitaan orang lain, adanya panggilan nurani, rasa iba, kasihan, dan merasa adanya kemampuan untuk melakukan hal itu.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Raino pemilik Sirlo Steak Nologaten. Beliau mengatakan :

“ Saya tertarik untuk bersedekah karena saya mempunyai kelebihan harta. Dari situ saya merasa mampu untuk melakukan sedekah. Saya juga sering merasa kasihan dan iba jika melihat orang lain kesusahan atau pada saatkena bencana kayak meletusnya Merapi kemarin. Sepertinya saya itu merasakan apa yang mereka rasakan. Jadi kayak ada panggilan dari hati nurani

saya untuk meringankan beban mereka”. (Wawancara tanggal 22November 2012)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa diri seseorang tentu sangat berpengaruh besar terhadap hal-hal apa saja yang akan mereka lakukan. Hal itu juga sejalan dengan yang telah disampaikan Bapak Imam Subhan. Beliau mengatakan bahwa dirinya melakukan sedekah karena ada panggilan dari hati untuk meringankan beban orang lain.

4. Faktor Pengaruh dari Luar

Faktor dari luar tentunya juga berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Faktor dari luar biasanya timbul setelah seseorang melihat apa yang dilakukan orang lain. Seperti halnya yang dilakukan oleh Bapak Ashok yang sudah menjalankan usaha Toko Batik Warna Pelangi selama 15 tahun belakangan ini. Walaupun beliau non Muslim, beliau mengaku tertarik bersedekah karena sering mendengarkan tausiyah Ustadz Yusuf Mansyur. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Bapak Jodi pemilik Waroeng Steak, serta Bapak Syamsuri sebagai pencetus konsep *spiritual company* di Waroeng Group. Ustadz Syamsuri ini mengatakan :

“ Saya percaya, dengan bersedekah akan banyak menghasilkan manfaat. Dan menurut hitungan matematika Allah orang yang sering bersedekah tidak akan mengakibatkan jatuh miskin tapi malah sebaliknya. Dan menurut buku-buku yang saya baca,

dengan banyak bersedekah kita akan menjadi golongan orang-orang yang dicintai Allah SWT ”. (Wawancara tanggal 15November 2012)

Berdasarkan pernyataan di atas, secara tidak langsung beliau berpendapat bahwa dirinya bersedekah karena adanya faktor dari luar. Beliau membacabuku-buku atau referensi lain yang akhirnya bisa mendorong beliau untuk bersedekah.

4.7. Motivasi Terjadinya Sedekah

Motivasi pelaku usaha di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft, dan Toko Batik Warna Pelangi. melakukan sedekah dalam usahanya dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1. Atas Dasar Ajaran Agama

Dalam agama Islam, Allah telah memerintahkan hambanya untuk senantiasa saling tolong-menolong diantara umat manusia. Tolong-menolong sangat beraneka macam caranya. Salah satunya dengan bersedekah. Sedekah merupakan cara yang efektif dalam membantu sesama. Dengan bersedekah, orang yang membutuhkan akan merasa terbantu dan mendapatkan perhatian dari orang lain.

Sedekah tidak lepas dari sikap saling membantu terhadap sesama. Banyak orang termotivasi untuk bersedekah karena adanya ajaran agama

yang menganjurkan untuk berbuat demikian. Sedekah juga merupakan hal yang sangat disukai oleh Allah. Berdasarkan AlQuran surat Al-Baqarah: 276, Allah SWT sangat mengharamkan riba dan menumbuhkembangkan sedekah. Berdasarkan hal itulah sekarang ini banyak orang yang berbondong-bondong untuk bersedekah. Selain itu, banyak ayat Al Quran lainnya yang berisi perintah untuk bersedekah, diantaranya :

a. Al Quran surat Al-Hajj :77

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ
وَأَفْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٧٧﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, ruku'lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan.

Dari ayat di atas, jelas terlihat bahwa Allah menyeru kepada orang-orang yang beriman untuk senantiasa berbuat kebajikan. Salah satu bentuk kebajikan tersebut adalah sedekah. Ayat di atas menggambarkan bahwa adanya ajaran agama untuk bersedekah. Dengan adanya ayat tersebut, seseorang termotivasi untuk bersedekah.

b. Al Quran surat Ali Imran : 92

لَنْ نَّالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ
بِهِ عَلِيمٌ ﴿٩٢﴾

Artinya : Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya.

Berdasarkan ayat di atas, Allah berfirman bahwa kebaikan yang dilakukan seseorang tidak akan sampai pada kesempurnaan sebelum orang tersebut menafkahkan sebagian dari harta yang dia cintai (bersedekah).

2. Atas Dasar Kewajiban

Manusia adalah makhluk sosial. Kita tidak bisa hidup tanpa keberadaan dan bantuan dari orang lain. Di dalam hidup bermasyarakat kita dituntut untuk saling tolong-menolong. Tolong-menolong merupakan sikap yang penting dan utama dalam membangun kehidupan bermasyarakat, tak terkecuali sedekah.

Sedekah merupakan tuntutan agama yang menganjurkan dan memberikann ajaran kepada pelakunya untuk lebih peka terhadap kehidupan sekitar (sosial) dalam rangka menuju sebuah tatanan kehidupan yang lebih baik dan mewujudkan „*khoirunnasi aifa*□*uhum linnasi*□ yang berarti hubungan baik antar sesama umat manusia.

Sedekah sudah menjadi kewajiban umat Islam yang diperintahkan oleh Allah. Banyak orang yang terketuk hatinya setelah melihat keadaan orang lain yang serba kekurangan. Mereka merasa mempunyai kewajiban untuk membantu meringankan beban orang lain. Mereka berpikir seperti itu karenadi dalam setiap harta yang mereka miliki ada sebagian harta yang merupakan hak orang lain. Hal itulah yang menjadi salah satu motivasi seseorang untuk bersedekah.

Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah adanya ayat Al-Qur'an, Al-Baqarah: 177 yang berbunyi :

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى
الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ
السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ
وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ
وَالضَّرَاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya : Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai.

dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya.

Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa ada kewajiban untuk menafkahkan harta yang kita miliki. Tidak penting seberapa harta yang kita nafkahkan tersebut karena Allah Maha Mengetahui. Yang terpenting dalam membantu sesama adalah keikhlasan dalam memberikan harta kita tersebut. Terkadang kita sebagai manusia yang tidak sempurna ini berkeinginan untuk bersedekah karena itu merupakan salah satu kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT. Tetapi kadang-kadang muncul godaan setan. Kita Sebenarnya sudah berniat untuk sedekah, namun perasaan tidak ikhlas sering mewarnai hati kita saat akan mengeluarkan harta kita tersebut. Inilah yang sebenarnya menjadi tantangan utama kita dalam bersedekah. Sekarang tergantung pada diri kita, apakah berkeinginan untuk melawan perasaan tidak ikhlas tersebut lantas membantu meringankan beban sesama atau justru akan terjerumus dalam godaan setan itu sendiri.

3. Atas Dasar Keyakinan

Selain kedua motivasi di atas, masih ada satu motivasi lain yang tidak kalah pentingnya. Motivasi tersebut adalah keyakinan. Ketiga motivasi ini sebenarnya saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Tetapi motivasi keyakinan merupakan puncak dari semua motivasi seseorang. Semua yang akan dan telah dilakukan seseorang nantinya akan kembali pada keyakinan dari orang tersebut.

Keyakinan dalam pembahasan sedekah kali ini lebih focus pada keyakinan setiap individu dalam hal pahala yang didapatkan ketika mereka melakukan sedekah. Allah SWT adalah Maha dari segala-galanya. Allah akan membalas perbuatan baik dengan hal yang baik pula. Begitu juga dengan sebaliknya. Jika seseorang berbuat jahat maka orang tersebut akan mendapatkan balasan yang setimpal dengan perbuatan yang telah dia lakukan. Allah itu Maha Adil.

Berdasarkan hal tersebut, seseorang tertarik untuk bersedekah pada dasarnya adalah karena adanya keyakinan dalam dirinya bahwa Allah akan memberikan pahala sesuai dengan apa yang telah dia lakukan. Allah akan membalas dengan sesuatu yang pantas lebih dari yang pantas. Orang merasayakin karena adanya janji-janji Allah yang akan diberikan dikemudian hari. Banyak sekali ayat Al Quran tentang janji-janji Allah untuk orang yang bersedekah, Al Baqarah: 261, diantaranya :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ
سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ
وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya : perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah

melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.

Berdasarkan ayat di atas, jelas dinyatakan bahwa setiap sedekah yang kita berikan akan mendapatkan balasan dari Allah berlipat ganda. Jika diibaratkan benih, sebutir benih yang kita tanam nantinya akan menghasilkan tujuh ratus biji. Betapa besarnya karunia yang dijanjikan oleh Allah tersebut. Ayat ini merupakan salah satu ayat yang memotivasi orang untuk bersedekah. Mereka yakin dengan apa yang dijanjikan oleh Allah SWT tersebut. Ayat ini hanya akan berfungsi dikalangan orang-orang yang yakin. Jika tidak ada keyakinan akan kebesaran-Nya, pasti kita tidak percaya akan hal itu.

Demikian juga dengan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Kalangan ini banyak yang bersedekah dalam menjalankan usahanya. Banyak diantara mereka yang bersedekah karena adanya keyakinan bahwa setiap apa yang dia sedekahkan pasti Allah akan menghitungnya. Sekecil apapun itu Allah akan memberikan pahala yang sesuai dengan amal perbuatan kita. Walaupun tidak semua pelaku usaha menyatakan bahwa dengan bersedekah usaha yang mereka jalankan berkembang, tetapi mereka yakin bahwa suatu saat nanti Allah akan membalas semuanya dengan sesuatu hal yang baik.

Selain itu, berdasarkan wawancara didapatkan keterangan bahwa salah satu motivasi pelaku usaha bersedekah adalah harapan dari sedekah. Atas dasar keyakinan para pelaku usaha berharap Allah akan memberikan kemudahan kepada mereka dalam segala urusan serta memberikan jalan

keluar atas kesulitan usaha yang dialami, misalnya saja jika usaha mereka macet.

4.8. Keterkaitan Antara Sedekah dengan Perkembangan Usaha

4.8.1. Pandangan Pelaku Usaha Mengenai Keterkaitan Antara Sedekah dan Perkembangan Usaha

Sedekah merupakan suatu hal yang baik untuk dilakukan. Sedekah tidak bisa lepas dari orang yang mempunyai jiwa sosial. Orang-orang seperti itulah yang mempunyai keinginan besar untuk meringankan beban orang lain. Dengan apa yang mereka punya, orang akan berlomba-lomba untuk bersedekah. Begitu juga yang dilakukan oleh para pelaku usaha.

Pada saat sekarang ini, setiap ada bencana alam kita sering melihat bendera-bendera partai atau perusahaan di lokasi bencana atau posko pengungsian. Tidak sedikit pelaku usaha yang memanfaatkan momentum tersebut untuk melakukan pemasaran. Pelaku usaha memang bersedekah, tetapi tidak hanya itu saja yang mereka lakukan. Ada juga sebagian dari mereka yang sekaligus melakukan pemasaran usahanya. Seperti yang dijelaskan Bapak Arlen, beliau mengatakan:

“ Kami percaya dengan adanya sedekah tentunya akan membantu kami dalam proses marketing. Karena orang yang kami beri kemudahan biasanya akan bercerita kepada tetangga dan saudara-saudaranya “. (Wawancara tanggal 20 November 2012)

Berdasarkan pernyataan Bapak Arlen di atas, beliau beranggapan bahwa sedekah dapat membantu mengembangkan usahanya. Itu merupakan salah satu bukti bahwa sedekah mempunyai dampak langsung terhadap perkembangan usaha.

Allah SWT telah berfirman dalam Al Quran surat Al-Baqarah : 261 yang berbunyi :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ
سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ
وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya : Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.

Berdasarkan firman Allah di atas, jelas bahwa Allah akan memberikan pahala yang berlipat ganda kepada orang-orang yang bersedekah. Sebagian besar pelaku usaha yang peneliti wawancarai yakin akan hal itu. Tetapi salah satu

pelaku usaha mengaku tidak yakin dengan apa yang dijanjikan oleh Allah tersebut. Dia beranggapan walaupun Allah telah menjanjikan hal itu tetapi tidak akan ada hubungannya dengan perkembangan usaha. Dia beranggapan bahwa perkembangan usaha yang dia jalankan sekarang ini bukan lantas karena dia bersedekah, tetapi karena usahanya sudah berjalan lama dan mempunyai banyak pelanggan.

Berbeda dengan pendapat pelaku usaha di atas, kesembilan pelaku usaha lainnya lebih memilih untuk berpendapat lain. Mereka percaya dan yakin akan janji Allah. Mereka sangat yakin perkembangan usaha yang mereka jalankan saat ini karena mereka melakukan sedekah. Walaupun ada beberapa pelaku usaha yang mengaku bahwa usahanya sekarang ini sedang mengalami kendala, tetapi mereka percaya bahwa hal itu merupakan ujian dari Allah SWT.

Ibu Roosman berpendapat demikian :

“Usaha maju itu ujian, usaha macet juga ujian. Semua itu merupakan ujian dari Allah karena Allah sayang pada hambanya, apalagi jika hambanya itu bersedekah. Jadi saya tetap yakin, walaupun usaha saya sekarang bisa dibilang sedang macet, tapi saya tetap sedekah kok Mbak. Kadang saya berpikir apa jadinya usaha saya kalau saya gag bersedekah. Mungkin bisa jadi sudah gulung tikar dari 3 tahun yang lalu “. (Wawancara tanggal 02 Desember 2012)

Pernyataan Ibu Roosman tersebut diperkuat dengan pendapat dari Bapak Raino selaku pemilik Sirlo Steak Nologaten. Bapak Raino mengatakan bahwa salah satu cabang dari usaha yang beliau jalankan akhir-akhir ini sedang mengalami kemuduran, tetapi banyak hal-hal yang tidak beliau sangka ternyata

Allah berikan sehingga usahanya tersebut tetap bisa beroperasi sampai dengan saat ini. Beliau yakin bahwa apa yang Allah berikan dalam usahanya tersebut adalah buah dari apa yang telah dia lakukan, yakni sedekah.

Sejalan dengan hal-hal di atas, Bapak Syamsuri berpendapat bahwa antara sedekah dengan perkembangan usaha sudah pasti ada korelasinya. Menurut beliau, sedekah sudah pasti ada kaitannya dengan apa yang kita lakukan sehari-hari, tidak terkecuali sedekah. Beliau berpendapat seperti itu karena adanya keyakinan dalam dirinya bahwa sesuatu yang baik nantinya akan mendatangkan hal yang baik pula. Begitu juga dengan sedekah. Sedekah merupakan hal yang baik untuk dilakukan yang Insya Allah akan mendatangkan kebaikan dalam usahanya.

4.8.2. Keterkaitan Antara Sedekah Dengan Perkembangan Usaha Berdasarkan Hasil Penelitian

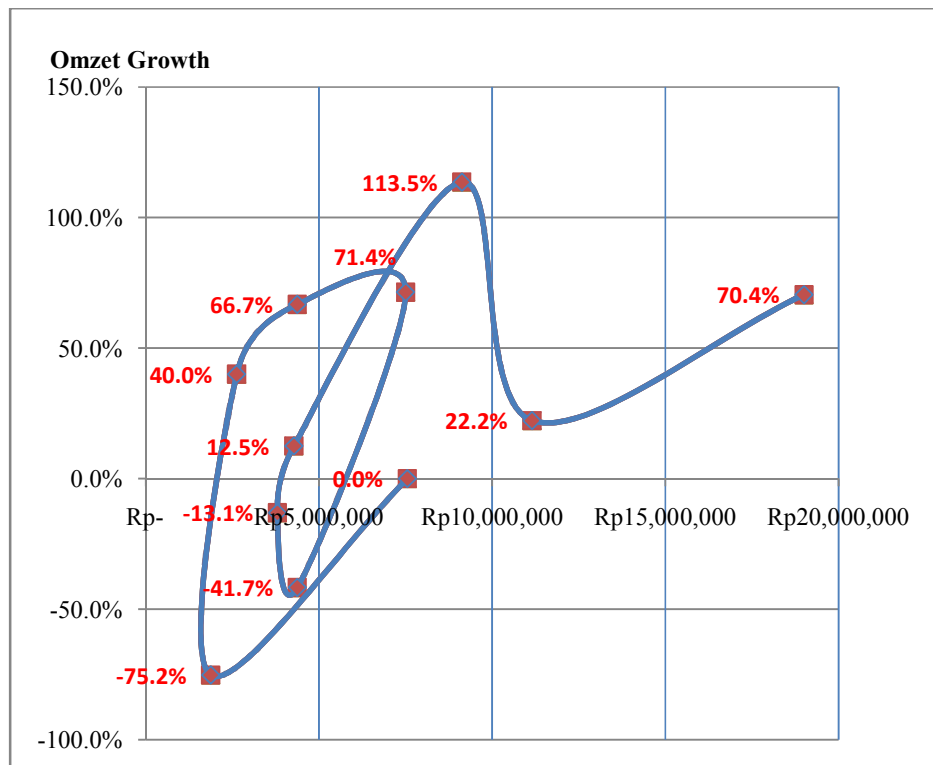
Berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha, sebagian besar yakin adanya keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha yang mereka jalankan. Mereka yakin semakin banyak mereka bersedekah maka imbalan yang mereka dapatkan juga akan semakin banyak. Hal tersebut sejalan dengan apa yang telah disampaikan oleh Ustadz Yusuf Mansyur dalam salah satu tausyiahnya. Beliau mengatakan bahwa jika kita mempunyai uang 10, kita sedekahkan 1 maka hasil yang kita dapatkan bukan 9 melainkan 19. uang 1 rupiah yang kita sedekahkan dikalikan 10 dan baru ditambahkan pada sisa uang yang tidak kita sedekahkan. Memang unik cara yang dilakukan oleh Ustadz Yusuf Mansyur.

Akan tetapi apakah hal tersebut lantas memang sungguh terbukti. Berikut ini disajikan grafik hubungan antara sedekah dengan omzet penjualan dan nilai aset dari masing-masing usaha :

1. PT. Bakpia Pathok 25

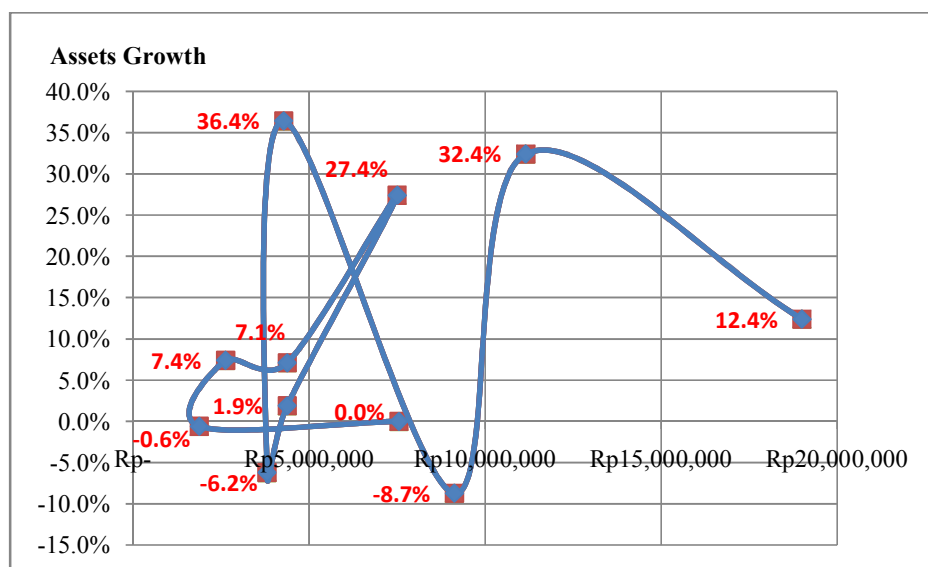
Berdasarkan grafik di atas, dapat dijelaskan sumbu Y adalah omzet penjualan dan sedekah sebagai sumbu X. Kemiringan dari grafik di atas menunjukkan bahwa sedekah dan omzet penjualan pada PT. Bakpia Pathok 25 mempunyai hubungan yang tidak teratur.

Grafik 4.1
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
PT. Bakpia Pathok 25



Berdasarkan grafik di atas, penurunan omzet penjualan terendah terjadi pada saat sedekah yang dikeluarkan juga rendah, karena sedekah dikeluarkan 2,5% dari omzet penjualan. Akan tetapi, pada sisi kiri grafik terlihat bentuk yang tidak beraturan, di mana saat perusahaan mengeluarkan sedekah lebih tinggi yaitu Rp 4.375.000,00 pada tahun 2006, omzet penjualannya justru turun 41,7 %. Kemudian pada tahun yang berbeda, saat mengeluarkan sedekah dengan jumlah yang sama Rp 4.375.000,00 pada tahun 2004, omzet penjualan menjadi justru naik yaitu 66,7%. Tentu saja sedekah dengan jumlah yang sama pada tahun 2006 dan tahun 2004 itu jika dibandingkan dengan omzet penjualan yang sangat berbeda menunjukkan hubungan yang tidak beraturan. Selain dilihat berdasarkan omzet penjualan, berikut ini disajikan grafik mengenai hubungan antara sedekah dengan nilai aset:

Grafik 4.2
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
PT. Bakpia Pathok 25

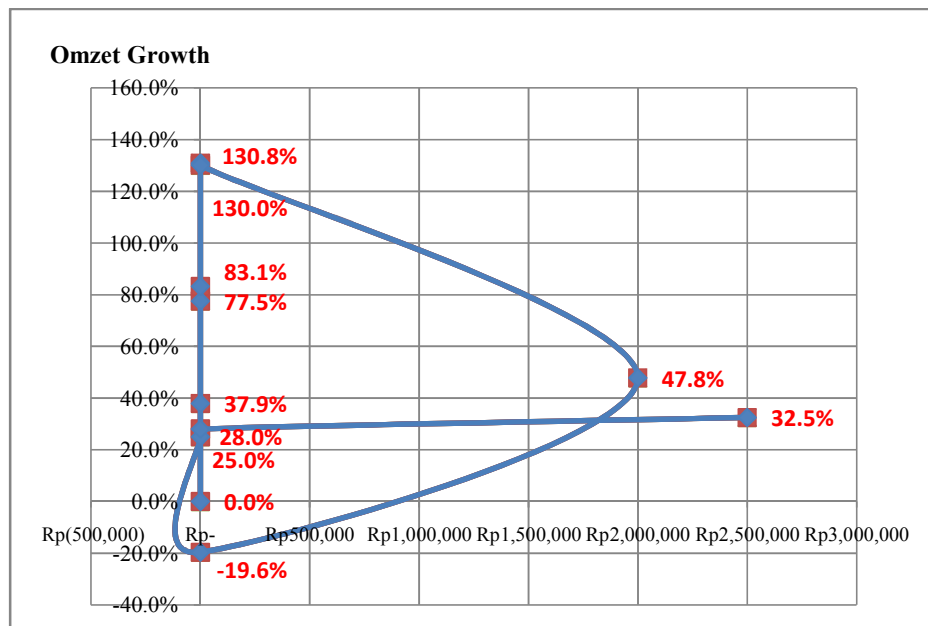


Berdasarkan grafik 4.2 di atas, kenaikan tertinggi sebesar 36,4% pada tahun 2008 terjadi pada saat perusahaan bersedekah Rp 4.275.000,00 yaitu bersedekah tidak di puncak tertinggi. Kemudian jika dilihat pada sisi kiri grafik dapat dijelaskan bahwa dengan nominal sedekah yang hampir sama, perusahaan justru mengalami penurunan aset perusahaan sebesar 6,2% pada tahun 2007.

2. Media Pressindo Group

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada usaha Media Pressindo Group didapatkan hasil yang sama. Berikut ini grafik hasil analisis data pada Media Pressindo Group :

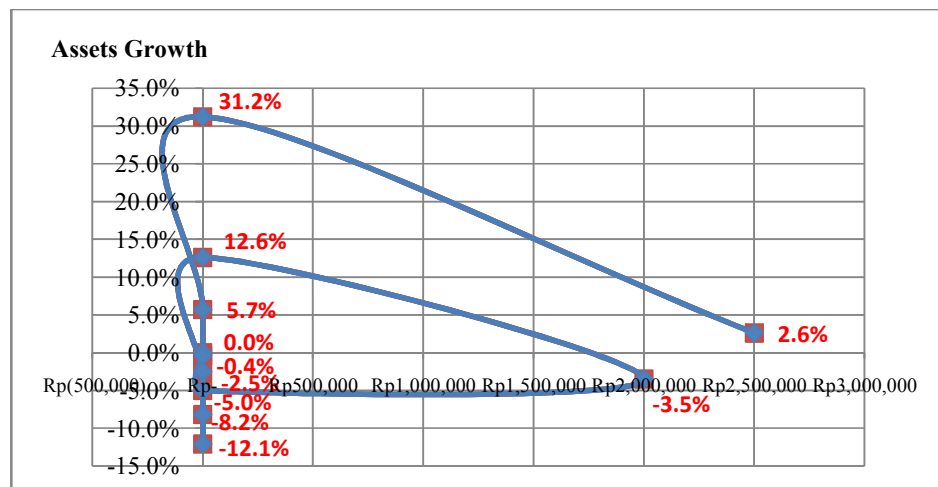
Grafik 4.3
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
Media Pressindo Group



Berdasarkan grafik 4.3 di atas, Media Pressindo Group hanya mengeluarkan sedekah pada tahun 2007 dan 2011. Saat Media Pressindo Group mengeluarkan sedekah yaitu Rp 2.000.000,00 pada tahun 2007, omzet penjualan hanya naik sebesar 47,8% . Sedangkan pada saat perusahaan ini belum bersedekah, omzet penjualannya naik sampai 130,8%.

Hal yang sama juga ditunjukkan dalam grafik 4.4 mengenai aset perusahaan. Dalam grafik 4.4 di bawah ini dapat kita lihat bahwa saat bersedekah menunjukkan penurunan aset perusahaan sebesar 3,5%. Tetapi saat perusahaan belum bersedekah, aset perusahaan justru naik dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tidak bersedekah maka harta yang kita miliki akan lebih banyak karena sedekah merupakan *outflow* yang secara nalar sudah tentu mengakibatkan penurunan bukan kenaikan.

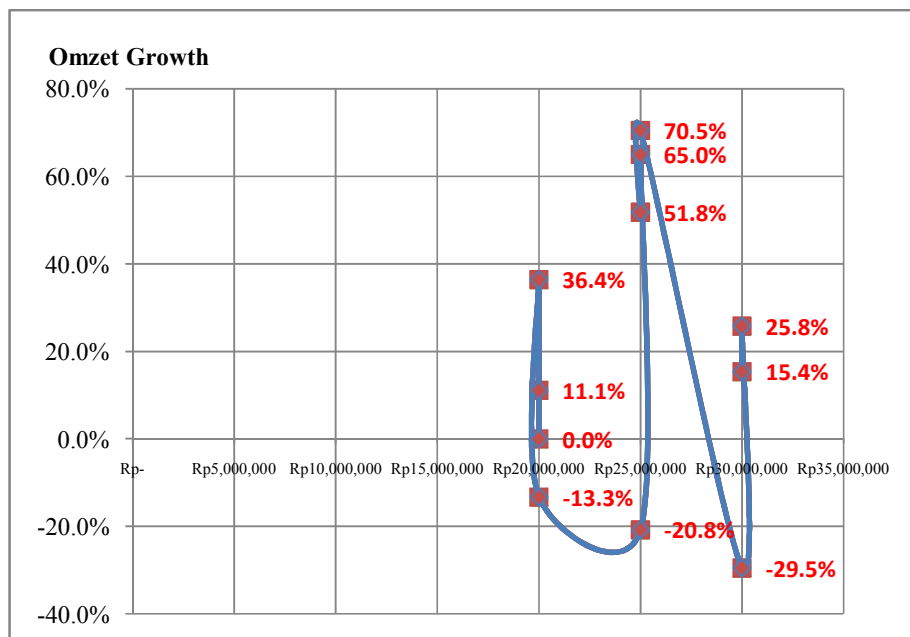
Grafik 4.4
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
Media Pressindo Group



3. Waroeng Group

Grafik 4.5 menunjukkan bahwa usaha Waroeng Group kenaikan omzet penjualan tertinggi sebesar 70,5%. Omzet penjualan tertinggi ini terjadi pada saat sedekah yang dikeluarkan lebih sedikit jika dibandingkan dengan pada saat omzet penjualan mengalami kenaikan sebesar 15,4%. Hal ini juga terjadi ketika jumlah sedekah lebih banyak dari tahun sebelumnya, omzet penjualan justru mengalami penurunan yaitu 29,5%.

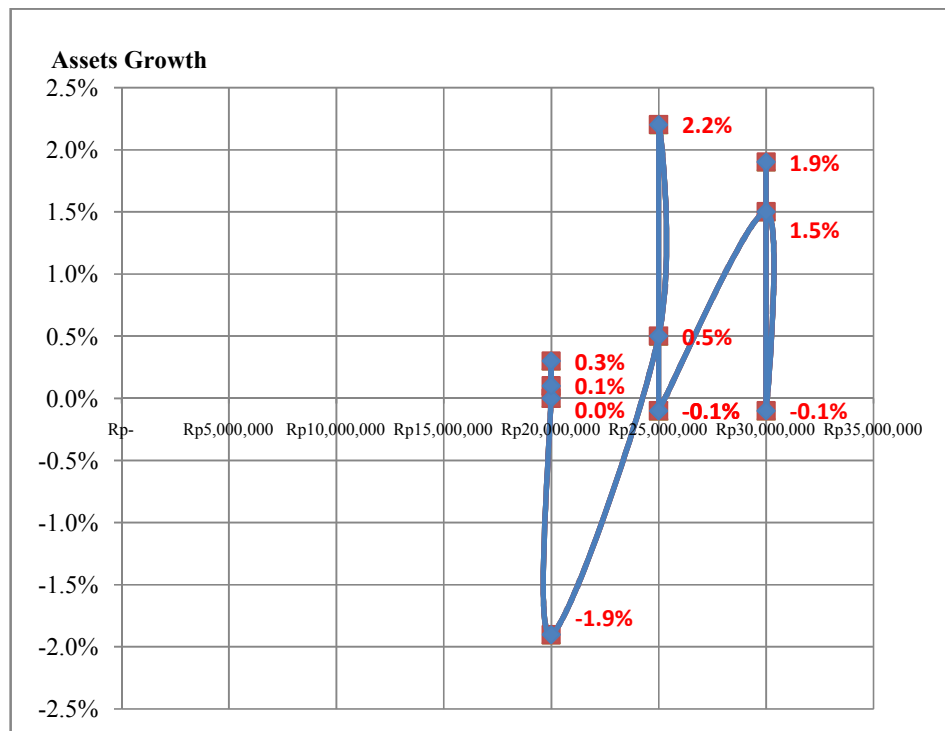
Grafik 4.5
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
Waroeng Group



Begitu juga dengan yang ditunjukkan pada grafik 4.6 di bawah ini. Berdasarkan grafik 4.6 di bawah, usaha Waroeng Group mengalami kenaikan dan penurunan nilai aset perusahaan tidak beraturan

padahal nominal perusahaan yang dikeluarkan untuk sedekah sama dengan tahun-tahun sebelumnya. Tentu saja hal ini tidak sejalan dengan pernyataan yang menyatakan bahwa semakin banyak sedekah semakin banyak juga kekayaan yang akan kita dapatkan.

Grafik 4.6
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
Waroeng Group

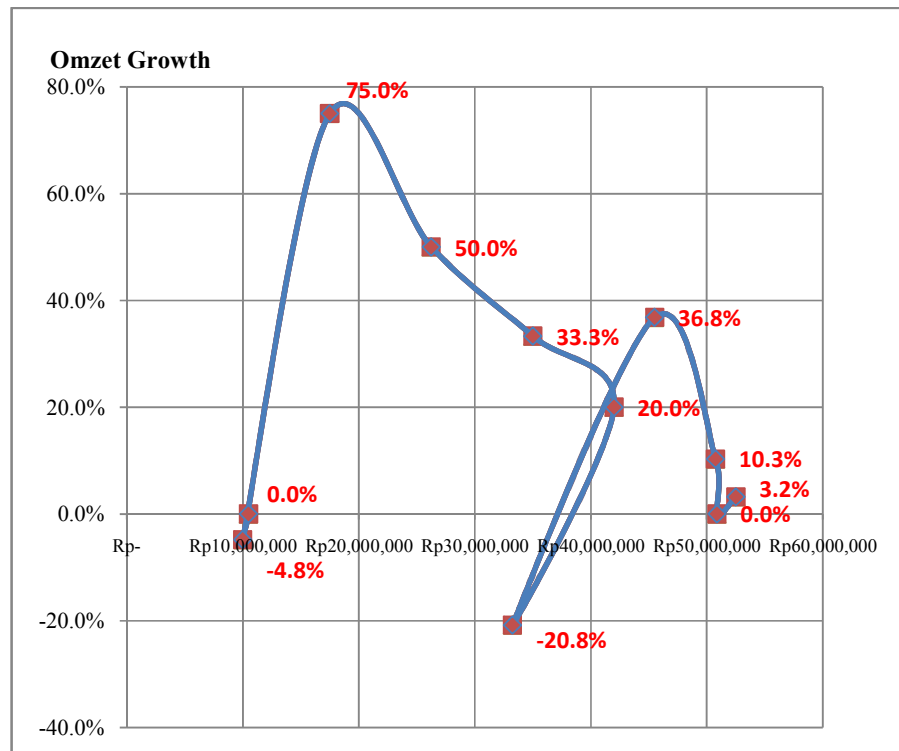


4. Sirlo Steak

Berdasarkan grafik 4.7 di atas, pada grafik terlihat bentuk yang tidak beraturan, di mana saat usaha Sirlo Steak mengeluarkan nominal sedekah di atas rata-rata yaitu lebih dari Rp 37.412.500,00, omzet penjualan mengalami

kenaikan sebesar 36%. Sedangkan pada saat perusahaan mengeluarkan sedekah di bawah rata-rata yaitu kurang dari Rp 37.412.500,00, omzet penjualan mengalami kenaikan lebih tinggi daripada di atas rata-rata yaitu sebesar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan semakin banyak sedekah semakin banyak juga kekayaan yang akan kita dapat tidak sejalan dengan grafik 4.7 di atas.

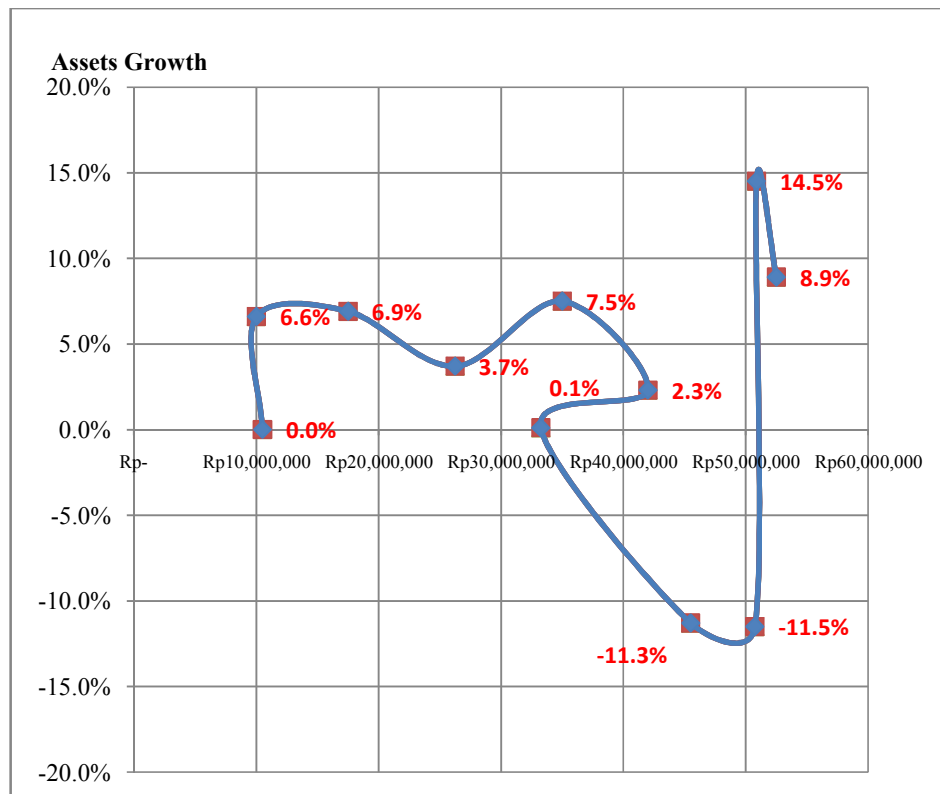
Grafik 4.7
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
Sirlo Steak



Pada grafik 4.8 di bawah ini, kenaikan tertinggi nilai aset usaha Sirlo Steak sebesar 14,5% terjadi pada saat perusahaan bersedekah di

puncak tertinggi. Tetapi jika dilihat pada sisi kiri grafik dapat dijelaskan bahwa dengan nominal sedekah yang hampir sama, perusahaan justru mengalami penurunan aset perusahaan sebesar 11,5%.

Grafik 4.8
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
Sirlo Steak

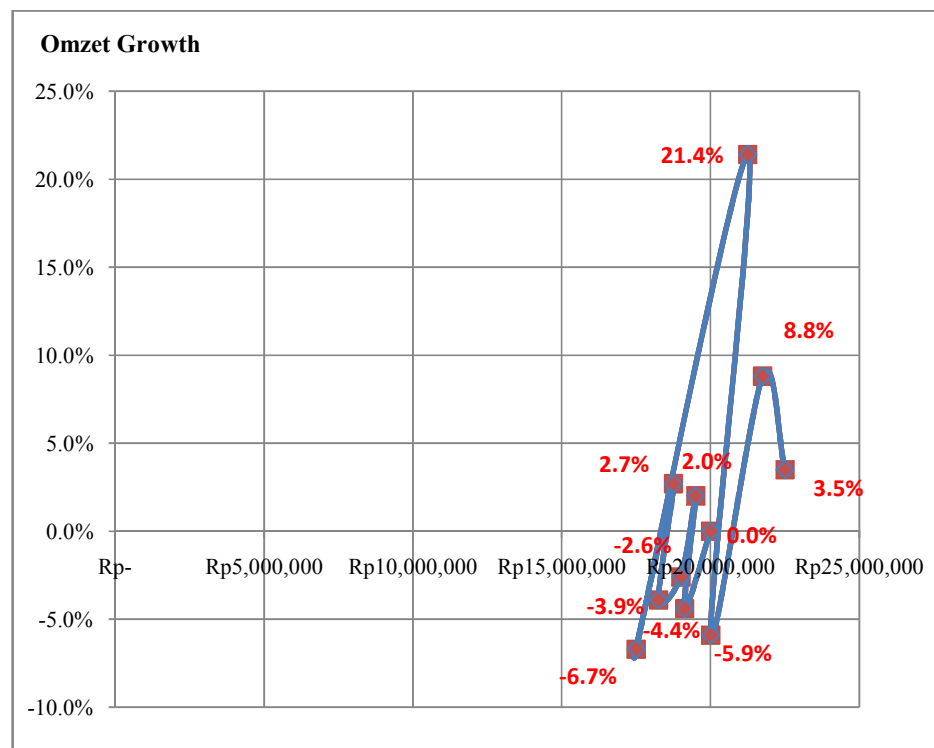


5. Roosman Handicraft

Berdasarkan grafik 4.9 dibawah ini, kenaikan omzet penjualan tertinggi usaha Roosman Handicraft sebesar 21,4% terjadi pada saat sedekah yang dikeluarkan juga tinggi. Akan tetapi, pada grafik terlihat bentuk yang tidak beraturan, di mana saat perusahaan mengeluarkan sedekah dengan nominal

yang hampir sama, omzet penjualannya justru turun 5,9%. Kemudian jika dilihat secara keseluruhan, nominal sedekah dikeluarkan hampir sama setiap tahun tetapi terjadi penurunan dan kenaikan omzet penjualan secara tidak beraturan.

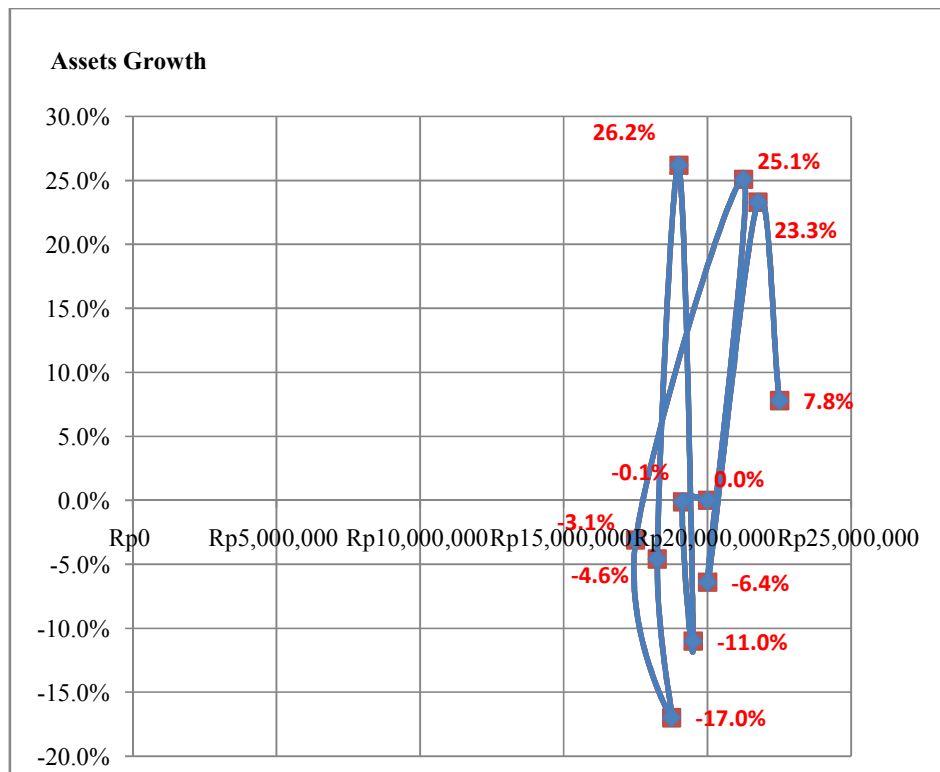
Grafik 4.9
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
Roosman Handicraft



Pada grafik 4.10 di bawah ini juga menunjukkan hal yang sama dengan grafik 4.9 di atas, kenaikan tertinggi nilai aset usaha Roosman Handicraft sebesar 26,2% terjadi pada saat perusahaan bersedekah dengan nominal di atas rata-rata yaitu Rp 19.000.000,00. Tetapi jika dilihat pada sisi kiri grafik dapat dijelaskan bahwa dengan nominal sedekah yang hampir

sama, perusahaan justru mengalami penurunan aset perusahaan sebesar 17,0%.

Grafik 4.10
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
Roosman Handicraft

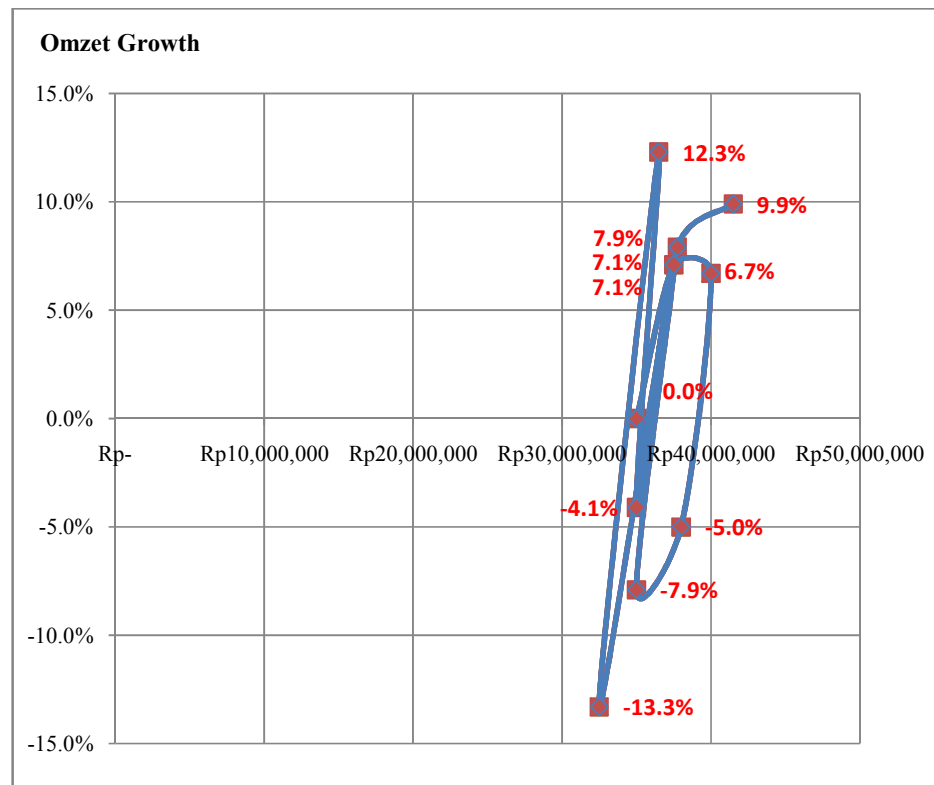


6. Bakti Pacitan Sejahtera

Dari grafik 4.11 di bawah ini, dapat dilihat bahwa usaha Bakti Pacitan Sejahtera ini selalu melakukan sedekah dengan nominal yang hampir sama setiap tahun, tetapi omzet penjualan menunjukkan kenaikan dan penurunan yang tidak beraturan setiap tahun. Saat bersedekah sebesar Rp 36.500.000,00

omzet penjualan mengalami kenaikan sebesar 12,3%, sedangkan saat bersedekah dengan nominal yang lebih tinggi yaitu Rp 38.000.000,00 omzet penjualan mengalami penurunan sebesar 5%.

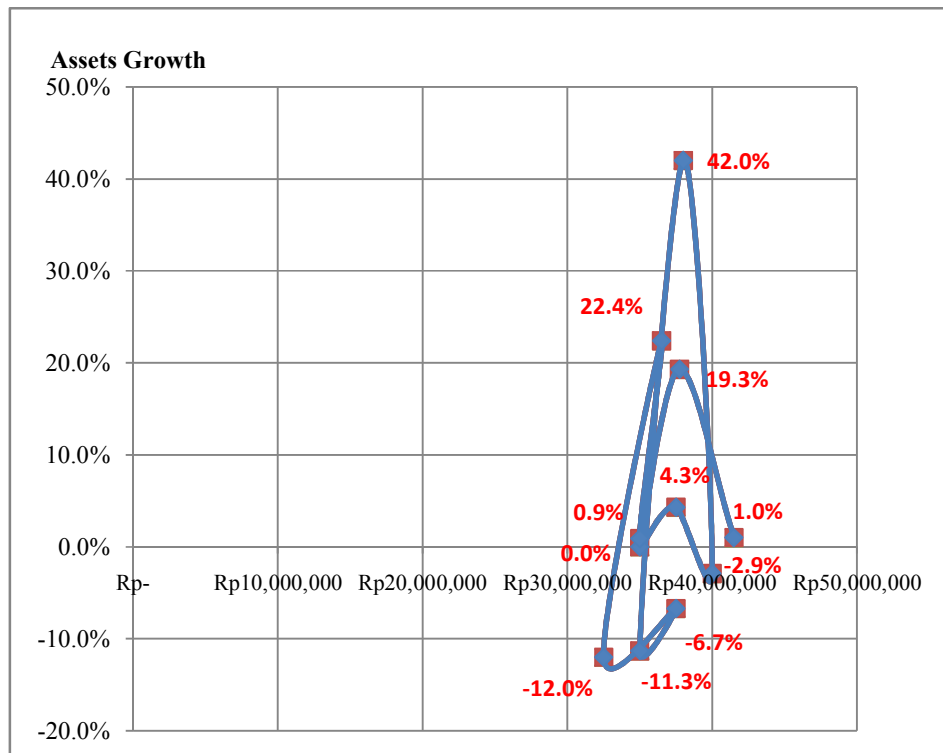
Grafik 4.11
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
Bakti Pacitan Sejahtera



Grafik yang tidak beraturan juga ditunjukkan grafik 4.12 di bawah ini, dimana ketika melakukan sedekah dengan nominal di atas rata-rata, nilai aset mengalami kenaikan sebesar 42%. Sedangkan pada nominal sedekah yang hampir sama, nilai aset mengalami penurunan sebesar 2,9%. Hal ini juga

terjadi jika melihat relasi lain antara sedekah dan nilai aset tahun-tahun yang lain.

Grafik 4.12
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
Bakti Pacitan Sejahtera

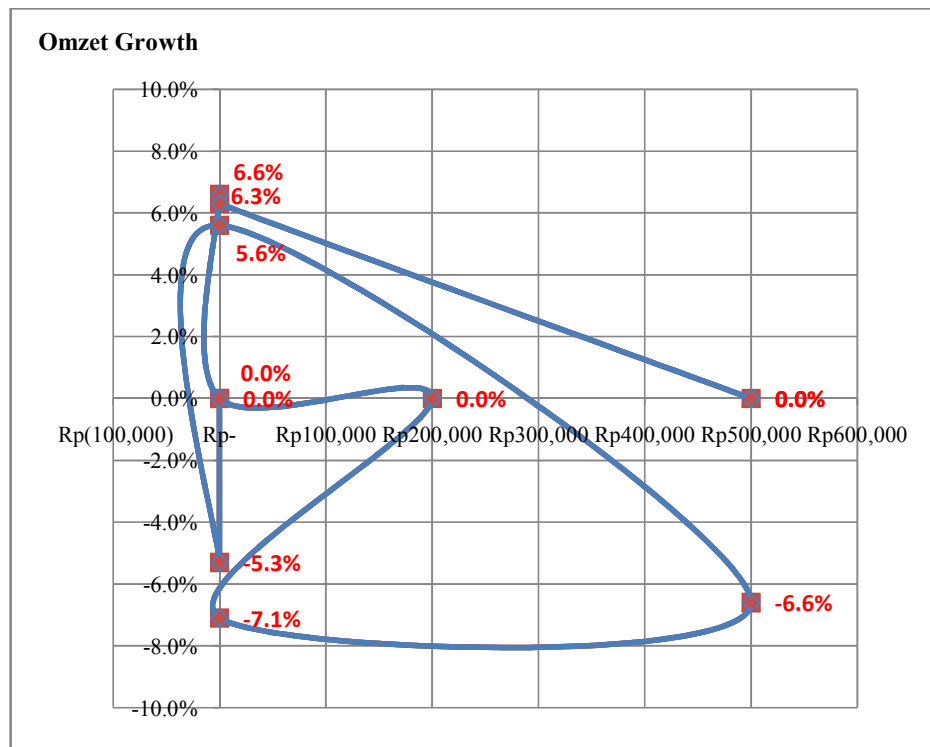


7. Toko Batik Warna Pelangi

Berdasarkan grafik 4.13 di atas, Toko Batik Warna Pelangi tidak mengeluarkan sedekah rutin. Di tahun 2004, 2010, 2011, dengan nominal yang sama saat terjadi bencana alam yaitu sebesar Rp 500.000,00. Pada tahun 2004 omzet penjualan justru turun 6,6%, sedangkan pada tahun 2010 dan 2011 omzet penjualan tetap. Sedangkan pada saat perusahaan ini tidak bersedekah, omzet penjualannya justru naik 6,6%. Kemudian Toko Batik

Warna Pelangi juga bersedekah di tahun 2006 dan grafik menunjukkan omzet penjualan tetap. Hal yang sama juga ditunjukkan dalam grafik 4.14 mengenai aset Toko Batik Warna Pelangi.

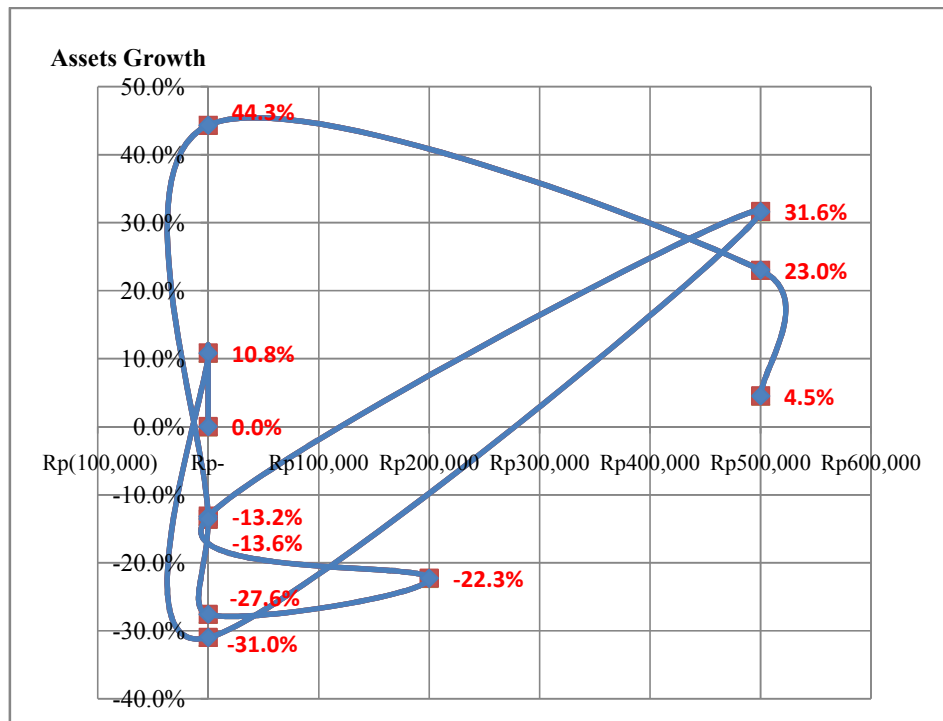
Grafik 4.13
Hubungan antara Sedekah dengan Omzet Penjualan
Toko Batik Warna Pelangi



Dalam grafik 4.14 di bawah ini dapat kita lihat bahwa dengan bersedekah kenaikan aset tertinggi Toko Batik Warna Pelangi hanya sebesar 31,6%. Tetapi saat perusahaan tidak bersedekah, nilai aset perusahaan naik di puncak tertinggi dari tahun-tahun sebelumnya yaitu 44,3%. Kemudian pada saat perusahaan bersedekah dengan nominal Rp 200.000,00 nilai aset justru turun 22,3%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tidak bersedekah maka harta

yang kita miliki akan lebih banyak karena sedekah merupakan *outflow* yang secara nalar sudah tentu mengakibatkan penurunan bukan kenaikan.

Grafik 4.14
Hubungan antara Sedekah dengan Aset
Toko Batik Warna Pelangi



Berdasarkan grafik-grafik yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada keterkaitan antara sedekah dengan omzet penjualan maupun aset perusahaan. Hubungan yang ditimbulkan antara sedekah dengan omzet penjualan dan aset perusahaan bersifat tidak teratur, bukan positif. Dalam hal ini, matematika sedekah yang pernah diutarakan oleh Ustadz Yusuf Mansyur tidak terbukti kebenarannya.

4.9. PerbedaanPerkembangan Bisnis yang Dijalankan Pelaku Usaha Muslim dan Non Muslim Dalam Perspektif Sedekah

Dari ketujuh pengusaha yang diwawancarai semuanya mengaku melakukan sedekah dalam menjalankan usahanya. Hanya saja terdapat perbedaan pandangan dan keyakinan terhadap sedekah terkait dengan perkembangan usaha, antara lain sebagai berikut:

1. Pandangan dan Keyakinan

Pelaku usaha Muslim memiliki keyakinan bahwa bersedekah memiliki keterkaitan terhadap perkembangan usaha, yakni sedekah yang pengusaha lakukan diyakinini bukan membuat usahanya terhambat tetapi malah menjadi semakin berkah dan berkembang. Keyakinan ini berdasarkan ajaran agama Islam yang terdapat dalam Al Quran (Al Quran surat Saba': 39), berdasarkan rumus matematika dari dakwah Ustadz Yusuf Mansur, dan ada juga yang berdasarkan kewajiban sebagai manusia sosial yang saling membutuhkan bantuan.

Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezeki yang sebaik-baiknya (Al Quran surat Saba': 39).

Berdasarkan ayat diatas inilah pesan penting yang hendaknya tidak dilupakan oleh umat Islam untuk bersedekah dengan tulus dan ikhlas, dengan niat beribadah dan berbagi dengan sesama yang membutuhkan, sesungguhnya

harta yang disedekahkan itu tidak hilang, tetapi menjadi pinjaman Allah SWT dan akan diganti-Nya dengan lipat ganda (Thobroni, 2008: 25-31).

Sedangkan pelaku usaha non Muslim tidak memiliki keyakinan bahwa bersedekah memiliki keterkaitan terhadap perkembangan usaha, tidak percaya sedekah ada hubungannya dengan suksesnya usaha yang dimilikisaat ini. Pemberian yang pernah dikeluarkan tidak bersifat rutin dengan jumlah nominal tertentu, tetapi hanya didasari ketulusan dan tidak bisa dikaitkan dengan usaha yang dijalankan pelaku usaha non Muslim. Ini dikatakan karena pengusaha non Muslim menyatakan bahwa kesimpulan yang salah membawa banyak orang berpikir sedekah bisa membuat usaha sukses. Rezeki tidak bisa dimengerti dan tidak bisa dirumuskan karena itu merupakan pekerjaan tuhan, jadi secara logika tidak ada hubungannya antara sedekah dan usaha. Selain karena ketulusan, pemberian juga dilakukan karena kepuasan batin, mengejar kesenangan. Yang dipercaya oleh pelaku usaha non Muslim ini adalah bahwa ada kriteria orang yang bisa ditolong dan tidak bisa ditolong, dan pertolongan belum tentu baik kedepannya. Pelaku usaha non Muslim mengaku tidak percaya bahwa logika investasi bisa diterapkan dengan dalam perspektif sedekah.

2. Sedekah yang Dilakukan Pelaku Usaha

Dari ketujuh pengusaha yang diwawancarai semuanya mengaku melakukan sedekah dalam menjalankan usahanya. Hanya saja waktu memulai sedekahnya berbeda-beda. Ada yang sejak awal berdiri sudah bersedekah ada juga yang mengaku bersedekah setelah usahanya berkembang. Pola dan cara

bersedekah masing-masing pengusaha berbeda-beda. Hal itu disebabkan karena adanya perbedaan motif yang mendasari mereka melakukan sedekah. Ada yang mengaku bersedekah karena adanya ajaran agama, kewajiban, dan karena adanya keyakinan akan harapan dari sedekah itu sendiri. Informan yang mengaku bersedekah karena adanya ajaran agama cenderung akan berusaha bersedekah dengan cara yang tepat sesuai dengan ajaran yang ada dalam agama. Sedangkan yang bersedekah karena adanya kewajiban biasanya tidak terlalu fokus pada jumlah sedekah tersebut dan bagaimana cara dia bersedekah. Asal mereka sudah menyisihkan sebagian pendapatannya untuk orang lain atau membantu korban bencana alam, itu sudah dianggap cukup. Terakhir, orang yang bersedekah karena adanya keyakinan biasanya walaupun usahanya dirasa sedang tidak berkembang maka mereka akan tetap bersedekah secara rutin.

3. Perkembangan Usaha

Sedekah yang dilakukan oleh pelaku usaha Muslim memang diyakini mempunyai kaitan yang erat dengan apapun yang dilakukan, tidak terkecuali perkembangan usaha. Dalam hal ini berdasarkan wawancara peneliti dengan responden berdasarkan pengamatan dari data 10 tahun terakhir, perkembangan usaha yang dimaksud oleh pelaku usaha Muslim lebih pada perkembangan usaha yang tidak hanya nampak sehari-hari seperti banyaknya jumlah pelanggan, pertumbuhan nilai aset, atau pun kenaikan omzet penjualan, tetapi juga berdasarkan hal-hal lain yang dirasakan oleh pelaku usaha selama menjalankan usahanya yang mungkin tidak diketahui oleh

orang lain. Selain itu berdasarkan hasil analisis data, sedekah yang dikeluarkan seseorang tidak lantas memberikan kenaikan omzet penjualan maupun pertumbuhan aset perusahaan. Sebelum bersedekah pun omzet penjualannya dan aset perusahaan ada yang sudah mengalami kenaikan. Hal itu sama berlakunya dengan pengamatan usaha non Muslim berdasarkan pengamatan data 10 tahun terakhir, pertumbuhan omzet dan nilai aset tidak menunjukkan keterkaitan perkembangan ketika sebelum melakukan pemberian bantuan atau pun sesudahnya.

Berkembang atau tidaknya suatu usaha tidak hanya tergantung pada bersedekah atau tidaknya usaha tersebut. Sedekah memang penting dilakukan dalam usaha yang kita jalankan, tetapi hal tersebut jangan langsung dijadikan sebagai satu-satunya faktor yang menyebabkan usaha kita menjadi berkembang. Perkembangan usaha bisa dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor, diantaranya adanya promosi, harga yang bersaing, kualitas yang bagus, dan tempat yang strategis untuk menjalankan usaha tersebut.

4.10. Konsep Sedekah Secara Normatif Terkait Perkembangan Bisnis

Salah satu fitnah zaman modern dewasa ini ialah merebaknya ideologi materialisme. Ideologi ini berdasarkan gagasan bahwa materi, harta atau kekayaan merupakan tolok ukur mulia tidaknya seseorang. Semakin kaya seseorang berarti ia dipandang sebagai orang mulia dan semakin sedikit materi atau harta yang dimilikinya berarti ia dipandang sebagai seorang yang hina dan tidak patut dihormati. Maka di dalam sebuah masyarakat yang telah diwarnai materialisme setiap anggota masyarakat akan berlomba mengumpulkan harta sebanyak mungkin dengan cara bagaimanapun, baik itu jalan halal, syubhat maupun haram.

Dalam sebuah masyarakat berideologi materialisme semua orang menjadi sangat iri dan berambisi menjadi kaya setiap kali melihat ada orang berlimpah harta lewat di tengah kehidupan mereka. Persis sebagaimana masyarakat Mesir di zaman hidupnya seorang tokoh kaya-raja bernama Qarun digambarkan di dalam Al-Qur'an.

"Maka keluarlah Qarun kepada kaumnya dalam kemegahannya. Berkatalah orang-orang yang menghendaki kehidupan dunia: "Moga-moga kiranya kita mempunyai seperti apa yang telah diberikan kepada Qarun; sesungguhnya ia benar-benar mempunyai keberuntungan yang besar". (Al Quran surat Al-Qashshah: 79)

Bahkan sekarang ini banyak sekali literatur yang membahas tentang sedekah dengan mengangkat tema berideologi materialisme antara lain: Menjadi Kaya dengan Sedekah (Muhsin Suny M., Arif Giyanto, Rachmi N. Hamidawati, 2007); Sedekah: Cara Ajaib Menjadi Kaya (Irfan Abdul Ázhim, Irfan,

Supandi, Syarifuddin, 2010); Agar Kekayaan Dilipatkan Dan Kemiskinan Dijauhkan (Anif Sirsaeba, 2007); Jalan Tuhan Menjadi Kaya(Ustadz H Saifuddin Aman), dan lain-lainnya. Ini didasari oleh kesadaran bersama bahwa sudah saatnya umat Muslim mengindahkan konsep sedekah dari keseluruhan syari'at Islam dengan memahami konsep tentang sedekah secara normatif.

Sosok Qarun dan siapa saja yang memiliki mental dan sikap seperti dia, adalah sosok yang mengingkari nikmat Allah. Mereka menyangka bahwa kekayaan yang mereka kumpulkan merupakan hasil prestasi dirinya dan tidak ada kaitan dengan Allah yang Maha Menentukan pembagian rezeki manusia. Mereka tidak pernah bersyukur kepada Allah akan rezeki yang diterima. Dan mereka tidak pernah memohon rezeki kepada Allah saat dirinya sedang mengalami kesulitan rezeki. Mereka hanya mengandalkan kemampuan dirinya sendiri dalam urusan materi. Mereka inilah orang-orang yang berideologi materialisme.

Dari cerita Qarun di atas dapat dikaitkan dengan pemahaman konsep sedekah masa kini. Para ulama saat ini, ketika membahas masalah sedekah, tidak melihat esensi sedekah, tetapi mereka melihat dan membahasnya sambil meletakkan di pelupuk mata hati mereka beberapa praktik ekonomi dan bisnis guna mengetahui dan menetapkan apakah praktik-praktik tersebut sama dengan sedekah yang diajarkan Islam dapat menambah kelapangan rezeki itu, sehingga isi dakwah ini pun mengarah bahwa bersedekah adalah menguntungkan dengan adanya konsep dakwah matematika sedekah.

Zaman kita dewasa inipun keadaannya sangat mirip dengan zaman Qarun tersebut. Berbagai kemewahan tokoh kaya, selebritis, artis, olahragawan dan

pejabat dipertontonkan di televisi dan media lainnya sehingga masyarakat berdecak kagum dan tentunya menjadi iri dan berambisi ingin menjadi hartawan seperti mereka pula. Sedemikian kuatnya ambisi tersebut terkadang muncullah berbagai kasus mengerikan di tengah masyarakat. Sebut saja munculnya perdagangan bayi, penjualan organ tubuh, pelacuran, korupsi, pencurian, perampokan dan pengkhianatan para pejuang yang semestinya berada di jalan Allah. Semua dilakukan karena terbuai dengan mimpi ingin secara instan menjadi seorang yang kaya. Berdasarkan hal ini pantaslah bilamana teladan kita Nabi Muhammad SAW mengajarkan kita suatu prinsip penting dalam hal menghindari berkembangnya kemungkinan paham materialisme di tengah masyarakat. Nabi Muhammad SAW justru mengajarkan ummat Islam agar senantiasa rajin memandang kepada kalangan yang kurang beruntung secara materi daripada diri kita sendiri. Hal ini diharapkan akan menumbuhkan rasa syukur dan ridha atas pemberian Allah.

“Pandanglah orang yang lebih rendah daripada kalian, dan janganlah memandang orang yang di atas kalian. Maka yang demikian itu lebih layak untuk dilakukan agar kalian tidak menganggap remeh akan nikmat Allah yang telah dianugerahkan kepada kalian.” (HR Muslim).

Andaikan setiap kita berpegang teguh kepada prinsip di atas niscaya masyarakat akan terhindar dari ideologi materialisme. Tidak mungkin akan muncul suatu anggapan bahwa harta merupakan tolok ukur kemuliaan seseorang. Setiap orang akan senantiasa rajin mensyukuri segenap karunia Allah yang telah

diterimanya. Islam mengajarkan bahwa tolok ukur kemuliaan sejati ialah taqwa seseorang kepada Allah.

"Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa di antara kamu".

(Al Quran surat Al-Hujurat: 13)

Semakin bertaqwa seseorang berarti semakin mulia dirinya di sisi Allah. Dan sebaliknya semakin tidak bertaqwa seseorang berarti semakin hinalah dirinya di mata Allah Yang Maha Mulia. Dan perkara ini tidak berkaitan dengan banyak-sedikitnya harta yang dimiliki orang tersebut. Bisa jadi seseorang berharta sedikit atau banyak, asalkan ketqwaannya kepada Allah memang tinggi, berarti mulialah dirinya di sisi Allah. Sebaliknya, berapapun kekayaan atau kemiskinan seseorang, bilamana ketaqwaannya kepada Allah sangat tipis, apalagi tidak ada samasekali, berarti orang tersebut hina di dalam pandangan Allah. Taqwa merupakan timbangan sejati bernilai atau tidaknya seseorang dalam pandangan Allah yang Maha Tahu dan Maha Teliti PengetahuanNya. Maka hadits riwayat Imam Muslim di atas sudah semestinya menjadi pegangan seorang beriman. Hendaklah bila sudah menyangkut urusan harta dan kekayaan seorang muslim janganlah memandang silau kepada orang yang berada di atas dirinya. Tapi sepatutnya ia bersibuk memandang mereka yang lebih rendah daripada dirinya sehingga rasa syukur dan ridha akan pemberian Allah senantiasa terpelihara di dalam dirinya. Bila ia sibuk memandang kepada mereka yang lebih kaya daripada dirinya, niscaya yang muncul adalah keluhan dan ketidakpuasan akan pemberian Allah kepada dirinya. Maka di zaman Qarun hidup ada sebagian masyarakat Mesir yang

tetap bersikap benar dalam memandang Qarun. Mereka inilah yang disebut Allah di dalam Al-Qur'an sebagai orang-orang yang berilmu dan mereka sangat paham akan hakekat kemuliaan dan kehinaan di dalam kehidupan fana ini. Orang-orang yang berilmu sangat sadar bahwa pahala dari Allah karena iman dan amal sholeh seseorang, jauh lebih utama dan berharga daripada sekedar harta dan kekayaan duniawi seperti yang dikumpulkan oleh seorang Qarun.

Sedekah memang menjadi hal yang penting dalam kehidupan manusia. Berdakwah mengenai sedekah baik dilakukan, tetapi hendaknya dengan cara-cara yang dapat diterima oleh nalar manusia, jangan menggunakan segala macam cara langsung yang nantinya justru akan membuat keimanan seseorang rusak. Perlunya kesadaran dari masyarakat luas, khususnya pelaku usaha bahwa masih banyak orang yang membutuhkan uluran tangan kita. Kita sebagai orang yang memiliki hendaknya menyisihkan sedikit dari harta yang kita miliki untuk orang lain, secara tulus dan ikhlas tanpa mengharapkan imbalan yang nantinya mengedepankan ideologi materialisme daripada konsep normatif sesuai ajaran Islam berdasarkan Al Quran dan Al Hadits. Karena sebenarnya harta itu hanya titipan dari Allah SWT dan di dalam harta yang kita miliki ada sebagian yang merupakan hak orang lain.

4.11. Analisis Data

Berdasarkan tabel mengenai perkembangan usaha dari masing-masing responden, peneliti berusaha menganalisis data yang diperoleh guna mendapatkan hasil yang pasti mengenai keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan

usaha. Memang benar sebagian besar responden beranggapan bahwa ada keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha, tetapi berdasarkan hasil pengamatan dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, keterkaitan tersebut tidak terbukti secara matematika. Hal tersebut didukung oleh beberapa temuan, diantaranya sebagian besar pelaku usaha mengaku bersedekah setelah usahanya berkembang. Jadi dapat dikatakan bahwa mereka melakukan perkembangan usaha terlebih dahulu baru melakukan sedekah. Kemudian ada salah satu pelaku usaha yang pada saat usahanya berkembang sempat menyisihkan penghasilannya untuk sedekah, tetapi pada saat merasabawa usahanya mengalami kemunduran, pelaku usaha tersebut sudah tidak lagi bersedekah. Hal ini terjadi juga dengan pelaku usaha non Muslim yang hanya melakukan pemberian saat terjadi bencana, tidak secara rutin. Berdasarkan pengamatan dari data 10 tahun terakhir, perkembangan usaha yang dilihat dari nilai aset dan pertumbuhan omzet perusahaan memperlihatkan bahwa sebelum dan sesudah dilakukan sedekah tidak menunjukkan perkembangan usaha yang berkaitan.

Secara keyakinan, sedekah memang mempunyai kaitan erat dengan perkembangan usaha. Hal tersebut didukung oleh ayat-ayat Al Quran yang telah disebutkan dalam bab sebelumnya. Tetapi secara statistik, keterkaitan tersebut tidak dapat terbukti. Dalam hal ini, matematika sedekah yang diutarakan oleh Ustadz Yusuf Mansyur yang beranggapan bahwa jika kita memiliki harta 10 dan disedekahkan 1 rupiah, maka harta yang kita miliki tersisa 9 terdapat pertentangan seperti yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

Berdakwah mengenai sedekah baik dilakukan, tetapi hendaknya dengan cara-cara yang dapat diterima oleh nalar manusia, jangan menggunakan segala macam cara langsung yang nantinya justru akan membuat keimanan seseorang rusak. Konsep normatif sesuai ajaran Islam berdasarkan Al Quran dan Al Hadits harus dikedepankan daripada ideologi materialisme. Karena sebenarnya harta itu hanya titipan dari Allah SWT dan di dalam harta yang kita miliki ada sebagian yang merupakan hak orang lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Perkembangan usaha yang dijalankan oleh masing-masing pelaku usaha yang dijadikan obyek penelitian seperti : Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft, serta dari pelaku usaha non Muslim antara lain di Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi pada saat ini bisa dibilang ada yang berkembang dan ada juga yang kurang berkembang. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata omzet penjualan per bulannya dan berdasarkan informasi dari pelaku usaha itu sendiri.
2. Dari ketujuh pengusaha yang diwawancarai semuanya mengaku melakukan sedekah dalam menjalankan usahanya. Hanya saja waktu memulai sedekahnya berbeda-beda. Ada yang sejak awal berdiri sudah bersedekah ada juga yang mengaku bersedekah setelah usahanya berkembang.
3. Pola dan cara bersedekah masing-masing pengusaha berbeda-beda. Hal itu disebabkan karena adanya perbedaan motif yang mendasari mereka melakukan sedekah. Ada yang mengaku bersedekah karena

adanya ajaran agama, kewajiban, dan karena adanya keyakinan akan harapan dari sedekah itu sendiri. Informan yang mengaku bersedekah karena adanya ajaran agama cenderung akan berusaha bersedekah dengan cara yang tepat sesuai dengan ajaran yang ada dalam agama. Sedangkan yang bersedekah karena adanya kewajiban biasanya tidak terlalu fokus pada jumlah sedekah tersebut dan bagaimana cara dia bersedekah. Asal mereka sudah menyisihkan sebagian pendapatannya untuk orang lain, itu sudah dianggap cukup. Terakhir, orang yang bersedekah karena adanya keyakinan biasanya walaupun usahanya dirasa sedang tidak berkembang maka mereka akan tetap bersedekah.

4. Sedekah memang mempunyai kaitan yang erat dengan apapun yang kita lakukan, tidak terkecuali perkembangan usaha. Dalam hal ini berdasarkan wawancara peneliti dengan responden, mayoritas pelaku usaha yakin bahwa ada keterkaitan antara sedekah dengan perkembangan usaha. Hanya saja perkembangan usaha yang dimaksud oleh pelaku usaha lebih pada perkembangan usaha yang tidak hanya nampak sehari-hari seperti banyaknya jumlah pelanggan atau pun kenaikan omzet penjualan, tetapi juga berdasarkan hal-hal lain yang dirasakan oleh pelaku usaha selama menjalankan usahanya yang mungkin tidak diketahui oleh orang lain. Selain itu pelaku usaha mengaku berpendapat demikian karena mereka merasa jika tidak bersedekah bisa jadi usahanya sudah gulung tikar. Akan tetapi dalam penelitian ini hal tersebut tidak terbukti secara matematika.

Berdasarkan pengamatan, pelaku usaha cenderung bersedekah setelah usahanya berkembang. Bukan bersedekah dulu baru usahanya berkembang. Selain itu berdasarkan hasil analisis data, sedekah yang dikeluarkan seseorang tidak lantas memberikan kenaikan omzet penjualan maupun aset perusahaan. Sebelum bersedekah pun omzet penjualannya dan aset perusahaan bisa jadi sudah mengalami kenaikan.

5. Berkembang atau tidaknya suatu usaha tidak hanya tergantung pada bersedekah atau tidaknya usaha tersebut. Sedekah memang penting dilakukan dalam usaha yang kita jalankan, tetapi hal tersebut jangan langsung dijadikan sebagai satu-satunya faktor yang menyebabkan usaha kita menjadi berkembang. Perkembangan usaha bisa dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor, diantaranya adanya promosi, harga yang bersaing, kualitas yang bagus, dan tempat yang strategis untuk menjalankan usaha tersebut.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana proses dan pola sedekah yang dilakukan oleh pengusaha di Yogyakarta khususnya pada di Waroeng Group, PT. Bakpia Pathok 25, Toko Bakti Pacitan Sejahtera, Sirlo Steak Nologaten, dan Roosman Handicraft, serta dari pelaku usaha non Muslim antara lain di Media Pressindo Group dan Toko Batik Warna Pelangi. Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik usaha dan

pengamatan pada usaha tersebut untuk mendapatkan data yang sangat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Meskipun demikian, penelitian ini masih mengandung keterbatasan-keterbatasan antara lain yaitu penulis tidak dapat melakukan wawancara atau interview kepada semua pemilik usaha dari masing-masing usaha yang telah disebutkan di atas. Selain itu, obyek penelitian ini baru tujuh usaha saja, masih banyak usaha-usaha lain di Yogyakarta yang belum diteliti, sehingga data yang didapatkan hanya mewakili sebagian pengusaha saja.

5.3. Saran

Penulis menyadari tidak ada penelitian yang sempurna. Untuk itu saran-saran yang membangun untuk penelitian ini akan diajukan oleh penulis sebagai berikut :

1. Perlunya kesadaran dari masyarakat luas, khususnya pelaku usaha bahwa masih banyak orang yang membutuhkan uluran tangan kita. Kita sebagai orang yang memiliki hendaknya menyisihkan sedikit dari harta yang kita miliki untuk orang lain. Karena sebenarnya harta itu hanya titipan dari Allah SWT dan di dalam harta yang kita miliki ada sebagian yang merupakan hak orang lain.
2. Karena sedekah itu bisa diberikan kepada siapa saja yang kita anggap layak maka sebaiknya pelaku usaha lebih memperhatikan terhadap orang yang lebih membutuhkan dulu. Jangan asal sudah mengeluarkan sedekah langsung tidak peduli siapa yang mendapatkan sedekah itu. Perlu melakukan survei terlebih dahulu agar sedekah yang dikeluarkan

tersebut bisa tepat sasaran dan memang sangat berguna untuk orang lain.

3. Karena sedekah itu sangat diperlukan dalam mewujudkan kehidupan bermasyarakat yang baik hendaknya pemerintah lebih memperhatikan mengenai sedekah itu sendiri. Kepada praktisi akademis dapat disarankan untuk merancang kurikulum pendidikan yang memungkinkan dapat membentuk pribadi seseorang agar bisa lebih peka terhadap lingkungan sekitar.
4. Sedekah memang menjadi hal yang penting dalam kehidupan manusia. Berdakwah mengenai sedekah baik dilakukan, tetapi hendaknya dengan cara-cara yang dapat diterima oleh nalar manusia, jangan menggunakan segala macam cara langsung yang nantinya justru akan membuat keimanan seseorang rusak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahira, Anne. 2010. *Bentuk Sedekah*. Diakses dari [http// www.AnneAhira.com](http://www.AnneAhira.com) pada tanggal 10 November 2012
- Ahira, Anne. 2010. *Keajaiban dan Mukjizat Sedekah*. Diakses dari [http// www.AnneAhira.com](http://www.AnneAhira.com) pada tanggal 10 November 2012
- Ahira, Anne. 2010. *Rahasia Sedekah*. Diakses dari [http// www.AnneAhira.com](http://www.AnneAhira.com) pada tanggal 10 November 2012
- Albrecht, K. 1985. *Pengembangan Organisasi: Pendekatan Sistem Yang Menyeluruh Untuk Mencapai Perubahan Positif dalam Setiap Organisasi Usaha*. Penerbit Angkasa. Bandung
- Anggun. 2010. *Boros Sedekah Pangkal Kaya*. Diakses dari [http//www.berbagiyuk.com/](http://www.berbagiyuk.com/) pada tanggal 18 November 2012
- Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. 2003. *Business Research Method*. Eight Edition. Mc Graw Hill
- Departemen Agama RI, (2007). *Al Quran dan Terjemahannya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an
- Dwi Setyani, Oki. 2011. *Keterkaitan Antara Sedekah dan Perkembangan Usaha*. Skripsi S1. Yogyakarta, UII.
- Hafidhuddin, Didin. 2005. *Panduan Praktis Zakat, Infaq, dan Sedekah*. Diakses dari [http// www.dudung.net/](http://www.dudung.net/) pada tanggal 10 November 2012

- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*. Prentice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba 4.
- Maaskhuri, Muhammad. 2012. *Sedekah dan Gerakan Dakwah Islam*, Skripsi S1. Yogyakarta, IAIN.
- Mansur, Yusuf. 2006. Manfaat Sedekah. Diakses dari <http://www.tausyiyah275.blogspot.com> pada tanggal 14 November 2012
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhadi, Wajih. (2007). *Siapa Bilang Sedekah Itu Harus Nunggu Kaya ?*. Hikmah Press
- Nasution, Harun dkk., *Ensiklopedia Islam Indonesia*, Jakarta: Djambatan, 1992
- Pahlevi, Dalimuthe Reza. 2010. *Sedekah yang Tepat Pahala pun Berlipat*. Jakarta Selatan: Qultum media
- Saladien. 2006. *Rancangan Penelitian Kualitatif. Modul Metodologi Penelitian Kualitatif*, Disampaikan pada Pelatihan Metodologi Penelitian Kualitatif Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, 6-7 Desember.
- Sanders, Patricia. 1982. Phenomenology: A New Way of Viewing Organizational Research. *The Academy of Management Review*. Juli. Pg. 353- 360.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley and Sons Inc, New York.
- Shiddiq, Muhammad. 2009. Pengertian Zakat, Infaq, dan Shadaqah. Diakses dari <http://www.vo2indonesia.com>

Sutopo, H.B. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasat Teori dan Penerapannya dalam Penelitian)*. Sebelas Maret University Press

Triuwono, Iwan. 2007. Konsep Nilai Tambah Syariah. Simposium Nasional Akuntansi X Universitas Hassanudin. Makassar

Yulianto, Eko. 2008. *Keajaiban Sedekah untuk Bisnis Kita*. Diakes dari <http://www.kejaibansedekah.com/> pada tanggal 12 Desember 2012

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

SKRIPSI: Sedekah dan Perkembangan Usaha (Perbandingan Perkembangan Usaha dalam Perspektif Sedekah)

1. Bagaimana perkembangan usaha Anda saat ini?
2. Hal-hal apa saja yang Anda lakukan agar usaha Anda lebih bisa berkembang lagi?
3. Apa yang Anda ketahui tentang sedekah?
4. Apakah Anda sering melakukan sedekah dalam usaha yang Anda jalankan ini?
5. Bagaimana Anda bisa tertarik untuk bersedekah?
6. Apa yang memotivasi Anda untuk bersedekah?
7. Bagaimana cara Anda melakukan sedekah? Prosesnya seperti apa?
8. Apa tanggapan Saudara mengenai sedekah itu sendiri? Apakah ada peranan sedekah dalam perkembangan usaha Anda?
9. Menurut Anda apakah omzet penjualan usaha Anda mengalami kenaikan dari bulan/tahun sebelumnya? Jika ya, berapa persen kenaikannya?
10. Berapa bagian dari hasil usaha yang Anda gunakan untuk sedekah?
11. Mengingat adanya dalil yang menyatakan bahwa “*orang yang bersedekah ibarat dia menanam sebutir benih tumbuh menjadi tujuh tangkai dan setiap tangkainya terdiri dari seratus biji*”, menurut Anda apakah ada keterkaitan sedekah yang Anda lakukan dengan perkembangan usaha?

AYAT-AYAT AL QURAN TENTANG SEDEKAH

Al Quran surat Ath-Thalaq: 7

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِۦٓ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُۥ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا ءَاتَاهُ
اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً ءَاتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

*“Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya.
dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta
yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada
seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak
akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan”/*

Al Quran surat Saba’: 39

قُلْ إِن رَّبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِۦ وَيَقْدِرُ لَهُۥ وَمَا
أَنْفَقْتُمْ مِّن شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُۥ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿٣٩﴾

*Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang
dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa*

yang dikehendaki-Nya)". Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezeki yang sebaik-baiknya".

Al Quran surat An-Nisaa :14

وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَتَعَدَّ حُدُودَهُ يُدْخِلْهُ نَارًا
خَالِدًا فِيهَا وَلَهُ عَذَابٌ مُهِينٌ ﴿١٤﴾

"Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat makruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami akan memberikan kepadanya pahala yang besar".

Al Quran surat Al-An'am : 160

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى
إِلَّا أَمْثَلُهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٦٠﴾

"Barang siapa membawa amal baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya, dan barang siapa yang membawa amal perbuatan jahat, maka

dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)”.

Al Quran surat Ali Imran : 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ
لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ
الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma`ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”.

Al Quran surat Al-Hajj :77

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ
وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٧٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, ruku'lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan”.

Al Quran surat Ali Imran : 92

لَنْ نَّأَلُوهُمُ الْآلِ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴿٩٢﴾

“ Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya”.

Al Quran surat Al-Baqarah : 261

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran)

bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui”.

Al Quran surat Al Baqarah: 177

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُولُوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّنَ وَءَاتَى
الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ
السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ
وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ
وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ

*“ Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum
kamu menafkahkan sehahagian harta yang kamu cintai. dan apa saja yang
kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya”.*

