

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Agama dipandang sebagai suatu institusi lain dengan tujuan agar masyarakat berfungsi dengan baik, sehingga keinginan masyarakat akan keadilan, kedamaian, serta kesejahteraan jasmani dan rohani dapat terwujud. Hidup manusia dan masyarakatnya dihadapkan pada tantangan-tantangan yang meliputi tiga hal, yakni ketidakpastian, ketidakmampuan, dan kelangkaan. Ketiga hal tersebut sangat erat kaitannya dalam memahami fungsi agama, sebab pada saat tantangan-tantangan tersebut tidak dapat diatasi lagi dengan akal manusia, maka manusia kembali kepada agama, karena manusia memiliki keyakinan yang kuat bahwa agama berkesanggupan secara definitif dalam menolong manusia (Hendropuspito, 1983).

Agama dinilai memiliki pengaruh dalam kehidupan manusia, bahkan dapat dikatakan cukup besar pengaruhnya, sebab didalamnya terdapat norma dan etika yang dapat mempengaruhi perilaku pemeluknya. Peran agama pun dipercaya menjadi faktor pendorong terciptanya masyarakat sejahtera, oleh karena itu akhir-akhir ini banyak studi yang mengaitkan fenomena keagamaan, tak terkecuali dalam bidang ekonomi, seperti tesis Weber yang meneliti keterkaitan antara etika Protestan dan semangat kapitalisme, dimana ekonomi sebagai variabel *dependent* dan agama sebagai variabel *independent*,

yang kemudian berkembang lagi studi lain dengan hubungan yang bersifat timbal balik antara agama dan ekonomi, agama dapat menjadi variabel *independent* yang mempengaruhi kinerja ekonomi suatu masyarakat dengan isu utamanya adalah bagaimana religiusitas memengaruhi karakteristik individual seperti etos kerja, kejujuran, serta sikap hidup hemat, dan sebaliknya agama dapat menjadi variabel *dependent* yang dipengaruhi oleh aspek-aspek ekonomi, seperti perubahan-perubahan keadaan ekonomi dan politik suatu negara, dan banyak lagi studi-studi serupa baik berskala mikro maupun makro (Haryanto, 2015). Setidaknya sejak tesis Weber dunia telah terhipnotis bahwasanya identitas keagamaan memberi efek terhadap ekonomi secara individual (Benjamin *et al.*, 2010).

Salah satu studi dalam negeri yang mengaitkan agama dengan ekonomi dalam skala mikro adalah studi yang dilakukan oleh Kurniati (2016) dengan pembahasan mengenai pandangan keagamaan pada pedagang Muslim Pasar Beringharjo Yogyakarta dalam pembentukan etika bisnis dan dampak atas prinsip-prinsip perilaku ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang Muslim yang memiliki pandangan keagamaan yang baik dapat membentuk etika bisnis yang baik pula, sehingga usaha yang berjalan dapat berkembang dengan baik dan berdampak baik pada kesejahteraan hidup. Namun sebaliknya apabila memiliki pandangan keagamaan baik namun kurang menerapkan dalam kehidupan sehari-hari, usaha yang sedang berjalan tidak ada kemajuan dan berdampak kurang baik pada kesejahteraan hidup.

Dalam agama Islam, umat muslim menjadikan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai panutan hidup, sebab Al-Qur'an dan As-Sunnah telah mengatur jalan kehidupan manusia, bahkan kehidupan ekonomi sekalipun, dan untuk mewujudkan kehidupan ekonomi, manusia dapat memanfaatkan sumber daya yang telah Allah sediakan. Hal ini disandarkan pada firman Allah dalam Surah Al-Baqarah (2) ayat 29 yang artinya: *“Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan dia Maha Mengetahui segala sesuatu”* (Rivai dan Buchari, 2009).

Perkara-perkara ekonomi atau asas muamalah dalam Islam telah dijelaskan dalam Al-Qur'an maupun As-Sunnah berupa perintah dan larangan, tujuannya adalah untuk membangun keseimbangan atas rohani juga jasmani pada manusia hingga mencapai *al-falah* berdasarkan tauhid (Rivai dan Buchari, 2009). Aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi, konsumsi, dan lain-lain tidak terlepas dari prinsip ketuhanan, karena tujuan akhirnya adalah untuk meraih ridho Allah, dan dalam pelaksanaannya menggunakan sarana yang tak lepas dari syariat Allah pula (Qardhawi, 1997). Sebagaimana firman Allah Surah Al-Mulk (67) ayat 15 yang artinya: *“Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu. Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”*.

Segala kegiatan kehidupan manusia di dunia dalam sudut pandang Islam akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak, sehingga perintah dan larangan

yang berlaku akan mempengaruhi umat Islam dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari. Karakteristik manusia pun berhubungan erat dengan aktifitas dan perilaku ekonomi (Yuliadi, 2007). Perilaku ekonomi umat Islam tidak terpisahkan dari etika dan akhlak yang mulia, yang pada setiap langkah-langkah ekonomi yang dilakukan seorang muslim akan terikat oleh iman dan akhlak, baik dalam melakukan kegiatan usaha, pengembangannya maupun menginfakkan hartanya, tidak pula boros dalam membelanjakan hartanya atau pada saat memproduksi, mendistribusikan, mengeluarkan, maupun mengkonsumsi suatu barang (Qardhawi, 1997).

Islam terbagi dalam beberapa *manhaj* (cara beragama/metode/jalan). Hal ini telah dijelaskan oleh Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bahwa umat Islam akan terpecah belah menjadi 73 golongan dan hanya satu yang selamat, yakni orang-orang yang mengikuti *manhaj* yang di contohkan Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* dan para Sahabatnya. Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda (Zainu, 2010): “Ketahuilah sesungguhnya orang-orang sebelum kalian dari kalangan Ahlul Kitab telah berpecah-belah menjadi 72 golongan. Sesungguhnya umat Islam akan berpecah belah menjadi 73 golongan, 72 golongan tempatnya di dalam Neraka dan hanya satu golongan di dalam Surga, yaitu *al-Jama'ah*.” (HR Ahmad dan selainnya serta dihasankan oleh *al Hafizh*). Salah satu dari sekian *manhaj* Islam yang ada di Indonesia yang cukup menarik perhatian adalah Salafi (pengikut *manhaj* Salaf). Sebab perilaku keseharian mereka benar-benar menjalankan apa yang diajarkan oleh para *Salaf*, yakni orang terdahulu dari kalangan nabi,

para Sahabat, Tabi'in, Tabi'ut Tabi'in, dengan mempertahankan aspek konservatif agama bahkan di zaman globalisasi yang cenderung tercampur oleh budaya Barat. Hal ini dibuktikan pada studi yang dilakukan oleh Nazwa (2013) tentang bagaimana para pengikut *manhaj* Salaf menghadapi modernitas yang berstudi kasus di salah satu Majelis Ta'lim Salafi yang ada di Surabaya. Hasil studi tersebut ialah mereka melakukan filtrasi dalam menghadapi modernitas, maksudnya ialah mereka tidak menerima begitu saja apa-apa yang dibawa dari modernisasi global, sebab acuan mereka dalam menentukan sikap akan menerima atau menolak modernitas adalah Al-Qur'an, As-Sunnah, serta pemahaman para sahabat terdahulu yang telah diteruskan oleh generasi selanjutnya. Karena menurut mereka para *Salaf* adalah orang-orang yang dianggap paling benar dalam menjalankan Islam.

Salafi di Indonesia seringkali dinilai sebagai kelompok yang eksklusif, menjauh dan tertutup dari masyarakat. Orang-orang awam seringkali memandang dengan tatapan aneh ketika orang Salafi lewat dihadapan mereka. Prasangka-prasangka yang tertuju pada para Salafi yang pada umumnya lebih ke arah negatif tersebut dibantahkan oleh sebuah studi yang dilakukan oleh Damayanti (2016) dimana dalam studinya membahas mengenai prasangka sosial terhadap Salafi di Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa prasangka masyarakat terhadap Salafi tidak berlandaskan fakta dan tidak terbukti kebenarannya, prasangka tersebut tercipta karena kurangnya informasi dikalangan masyarakat.

Dakwah Salaf tetap eksis bahkan belakangan dakwah dan nilai-nilai Salaf merambah hingga ke kota-kota besar, yang artinya masyarakat sudah mulai menerima ajaran Islam dengan manhaj Salaf, sehingga Salafi sendiri tidak asing lagi di masyarakat. Para Salafi mampu bersosialisasi dengan masyarakat setempat, dan tidak menutup diri dari masyarakat, apalagi menjauh dari Jama'ah. Ini dibuktikan dari studi yang dilakukan oleh Nuraini (2014), yang meneliti interaksi sosial Muslimah Salafi dengan masyarakat di Pogung Dalangan, Yogyakarta dengan hasil penelitian bahwa pola interaksi sosial antara keduanya bersifat asosiatif, yakni keduanya hidup berdampingan saling bahu-membahu dan tolong-menolong, sehingga karenanya tumbuh sikap kepedulian dan kesadaran untuk saling toleransi. Penyebaran serta aktifitas dakwah Salaf juga terjadi di Balikpapan, Kalimantan Timur. Daerah tersebut merupakan salah satu daerah dengan jemaah Salafi terbanyak dan cukup populer di kalangan Salafi, yang aktifitas dakwah dan pendidikannya terpusat pada sebuah pondok pesantren Salafi, yakni Ibnul Qoyyim Balikpapan.

Salafi selalu mengaplikasikan ajaran-ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga tentunya akan mempengaruhi perilaku mereka. Yang paling mencolok diantaranya adalah dari cara berpakaian mereka, cara mereka menimba ilmu, serta cara mereka bermasyarakat. Peneliti ingin mengamati lebih lanjut bagaimana cara para Salafi dalam melakukan aktivitas ekonomi. Sebab mereka memiliki karakteristik tersendiri yang membedakan

dengan *manhaj* yang lain, sedangkan aktivitas dan perilaku ekonomi berhubungan erat dengan karakteristik manusianya (Yuliadi, 2007).

Oleh karena itu, berangkat dari uraian diatas, peneliti mengangkat tema: **“Perilaku Ekonomi Pengikut Manhaj Salaf (Studi pada Salafi di Balikpapan)”**.

B. Batasan Masalah Penelitian

Penelitian ini hanya membahas mengenai perilaku ekonomi Salafi yang berada di Balikpapan. Perilaku ekonomi tersebut yang meliputi: perilaku konsumsi, produksi, distribusi dan *saving*.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman agama Islam menurut Salafi yang menjadi dasar perilaku ekonomi mereka?
2. Bagaimana perilaku ekonomi Salafi yang terbentuk akibat pemahaman agama Islam mereka?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan fokus masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman agama Islam menurut Salafi yang menjadi dasar perilaku ekonomi mereka.
2. Untuk mengetahui perilaku ekonomi Salafi yang terbentuk akibat pemahaman agama Islam mereka.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa kegunaan kepada pihak-pihak seperti:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan keilmuan, khususnya di bidang ekonomi, sosiologi ekonomi, maupun ekonomi Islam, serta dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu ekonomi maupun sosial yang berkaitan dengan kajian perilaku ekonomi yang terkhusus pada suatu kelompok masyarakat, yang mana dalam penelitian ini ialah para Salafi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Kegunaan penelitian ini bagi masyarakat yaitu diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan di kalangan masyarakat umum mengenai perilaku ekonomi Salafi, baik dalam

perilaku konsumsi, produksi, distribusi maupun perilaku mereka saat melakukan *saving*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan peneliti dalam keilmuan terutama di bidang ekonomi, sosiologi ekonomi, dan ekonomi Islam, yaitu bagaimana para pengikut manhaj Salafi mempengaruhi perilaku ekonominya, baik dalam konsumsi, produksi, distribusi maupun saat melakukan *saving*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti peroleh dari perkuliahan, serta dapat diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari pula.