

PERANAN SILATURAHIM DALAM KOMUNIKASI BISNIS PADA KESUKSESAN PENGUSAHA BATIK

JETIS SIDOARJO

Althaf Aulia Chisty
Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Islam-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas
Airlangga
Email: auliaalthaf90@yahoo.co.id

Siti Inayatul Faiza
Departemen Ekonomi Syariah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga
Email : naya_viencha@yahoo.co.id

ABSTRACT:

This study aims to identify and explain how gathering in business communication that occurs in batik entrepreneurs at Jetis, Sidoarjo are able to play a role in achieving entrepreneurial success. This theme will be the basic reason for explaining the role of gathering in business communication on batik entrepreneurs' success that has been achieved at Jetis, Sidoarjo. The gathering is conducted between businessmen in local scope and outside of Sidoarjo, and the craftsmen and other employees.

This study used a qualitative approach with descriptive methods. Data was collected through documentation, interviews, and direct observation to study the object. To test the validity of data, this study uses three triangulations such as triangulation of sources, theories, and methods.

The research result showed that gathering in business communication conducted by batik entrepreneurs at Jetis, Sidoarjo, intended for the survival and success in batik entrepreneurship, as well as in the context of observance. Implementation gathering conducted in jetis, Sidoarjo's batik entrepreneurship is the formation of batik association in Sidoarjo, beside that gathering also help the entrepreneurs to made business collaborations between other batik entrepreneurs and create working atmosphere of kinship. It helps the entrepreneur to developing their business and achieve success.

Keywords: silaturahmi, and Business Communication, Success, Batik Entrepreneurs.

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Permasalahan dibidang perekonomian sangat kompleks terutama pengangguran dan kemiskinan. Lapangan pekerjaan yang terbatas menyebabkan meningkatnya tingkat pengangguran di Indonesia pada umumnya dan daerah-daerah pada khususnya. Banyaknya pengangguran secara otomatis menyebabkan timbulnya kemiskinan di masyarakat. Indonesia merupakan mayoritas penduduknya Islam

dan berpedoman pada Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan wirausahawan yang sukses dan akan membuat setiap masyarakat berpikir dan berupaya lebih dalam menghadapi tantangan hidup, dan menuntut masyarakat untuk berinovasi dalam menjaga kualitas hidup serta mencari nafkah.

Rowe (2004) menyimpulkan, pemikiran yang inovatif akan menarik bakat lain yang selanjutnya merangsang kreatifitas dan meningkatkan kemampuan

untuk berkompetisi. Oleh karena itu, salah satu pilihan yang dianggap tepat untuk menjawab tantangan kondisi tersebut adalah dengan mengembangkan pola hidup mandiri, dan hal itu dapat terjadi dengan berwirausaha. Berwirausaha merupakan cara yang tepat, bagi seseorang untuk bisa mengeluarkan ide dan kreatifitas yang muncul dari diri seseorang tanpa terbelenggu oleh aturan-aturan struktural yang muncul jika menjadi seorang karyawan (Buchari Alma, 2011).). As'ad (2003: 12) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan dan sikap mandiri, kreatif, inovatif, ulet, berpandangan jauh ke depan, pengambilan resiko yang sedang dan tanpa mengabaikan kepentingan orang lain dalam bidangnya atau masyarakat.

Dalam Islam berwirausaha mempunyai proporsi yang spesial, Rasulullah SAW adalah Sang Manusia agung layak jadi *Prototype Bussinessman* sejati.(Afzalurrahman, 2000). Tujuan berwirausaha menurut Islam dan risalah yang di bawa Nabi Muhammad SAW ialah untuk menegaskan, mengenalkan dan bahkan memperluas aktivitas dakwah dan penyebaran syariat Islam. Sesuai sabda Nabi Muhammad berikut ini:

أَطْيَبُ الْكَسْبِ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ
 At}yabu kasbi a'malurojuli biyadihi bay'i mabruri.

“Sebaik-baik pekerjaan adalah pekerjaan seorang pria dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur.” (HR. Ahmad, Al-Bazzar, Ath-Thabrani).

Spirit yang dibawa dalam setiap aktivitas Islam tidak terkecuali seperti wirausaha adalah ibadah. Salah satu aktivitas yang sangat di anjurkan dalam Islam adalah silaturahmi. (Alma dan Priansa, 2009).

Seperti difirmankan Allah dalam surat Muhammad (47): 22-23 :

فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ
 وَتَقَطِّعُوا أَرْحَامَكُمْ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ لَعَنَهُمُ
 اللَّهُ فَأَصَمَّهُمْ وَأَعَمَّى أَبْصَرَهُمْ ۗ

Fahal 'asaytum in tawallaytum an tufsidu fi al-ardi watuqatti'u arhamakum. Ulaikallzina la'anahumullahu fa-ashammahum wa-a'ma absarahum.

Maka Apakah kiranya jika kamu berkuasa kamu akan membuat kerusakan di muka bumi dan memutuskan hubungan kekeluargaan? (22). Mereka Itulah orang-orang yang dila'nati Allah dan dituliskan-Nya telinga mereka dan dibutakan-Nya penglihatan mereka (QS. Muhammad : 22-23) (Depag, 2005).

Konsep berwirausaha yang ditawarkan Islam (Al-quran) tidak semata-mata hubungan antar manusia tetapi juga mengupayakan sinergi keseimbangan antara kehidupan duniawi dan ukhrawi sebagai manifestasi dari ibadah (Faizah, 2009:36). Berwirausaha tidak lepas dari hubungan manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungannya hal itu tergambar dari konsep ibadah silaturahmi. Para wirausahawan yang telah berhasil dengan gemilang mengakui pentingnya peranan

orang lain dalam kesuksesannya. Berhubungan dengan para mitra bisnis bisa dilakukan dengan bersilaturahmi dengan mengedepankan rasa ikatan persaudaraan. Sedangkan pengertian mitra bisnis adalah partner kerjasama bisnis yang saling menguntungkan antar pelaku bisnis. (Basrowi, 2011)

Kegiatan wirausaha dengan tidak mengutamakan laba dan omset namun mengutamakan ibadah di dalamnya yaitu silaturahmi, maka hal itu akan menjadi nilai tersendiri. Melakukan korelasi antara silaturahmi antar mitra bisnis terhadap wirausaha sangat efektif karena sebagai pintu masuk dalam hal mengembangkan wirausaha, karena dengan silaturahmi membentuk sebuah relasi (Sofyan, 2011).

Indonesia merupakan negara yang padat penduduk dan kaya akan kultur budaya. Keanekaragaman budaya membuat penduduk Indonesia memanfaatkan sebagai peluang untuk berwirausaha. Salah satu banyaknya budaya adalah batik dan dimanfaatkan penduduk Indonesia sebagai peluang untuk berwirausaha, pada Oktober 2009, UNESCO (*United nation educational, scientific and cultural organization*) mengukuhkan tradisi batik sebagai salah satu budaya warisan dunia asli Indonesia. Banyaknya muncul pengrajin batik di daerah daerah membuat tumbuhnya banyak UKM batik di Indonesia. Salah satunya di Sidoarjo, berpusat di Kampung jetis Sidoarjo yang dibawa oleh Mbah Mulyadi (Keturunan Raja Kediri). Sempat

vakum karena tidak ada generasi yang meneruskan, namun pada tahun 1950 dihidupkan oleh Ibu Widiasih (Keturunan pertama dari Mbah Mulyadi) sampai akhirnya pada tahun 1970-an para pegawainya memberanikan diri untuk membuka usaha sendiri dan menjadi pencaharian utama warga Jetis hingga sekarang.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis muncul keinginan untuk melakukan penelitian bagaimana silaturahmi dapat meningkatkan kesuksesan dalam berwirausaha. Maka didapatkan judul "**Peranan Silaturahmi Dalam Komunikasi Bisnis Pada Kesuksesan Pengusaha Batik di Jetis Sidoarjo**".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana silaturahmi di dalam komunikasi bisnis antar mitra bisnis serta para pegawai dan pengrajin di Jetis Sidoarjo dapat meningkatkan kesuksesan berwirausaha ?

C. Tujuan Penelitian

Dari hasil penelitian penulis mempunyai tujuan:

1. Untuk mengetahui seberapa besar peran konsep silaturahmi dilaksanakan dalam berwirausaha.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penelitian ini adalah:

1. Sebagai pengajaran untuk calon wirausahawan untuk mempelajari cara perdagangan yang benar dan baik.

2. Sebagai masukan untuk dapat melakukan kegiatan wirausaha yang sukses, dengan konsep ibadah.
3. Untuk mengetahui keuntungan apa saja yang diperoleh wirausahawan dalam berwirausaha dengan menggunakan konsep silaturahmi dalam hubungan manusia dengan manusia.
4. Menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang berwirausaha secara Islami.

E. Sistematika Skripsi

BAB I: Pendahuluan

BAB II : Tinjauan Pustaka

BAB III : Metode Penelitian

BAB IV: Pembahasan

BAB V: Simpulan Dan Saran

II. Landasan Teori

2.1.1 Komunikasi Bisnis

Menurut William C. Himstreet dan Wayne Murlin Baty dalam *Bussines Communications: Principles and Methods* (1990) komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem yang biasa (lazim) baik dengan komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan seseorang seperti melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal non-verbal. Sedangkan komunikasi bisnis adalah komunikasi yang biasa digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik komunikasi verbal maupun non-verbal. (Djoko 2003:61)

Dalam menjalankan roda bisnis semua tidak lepas dari organisasi, baik itu organisasi dalam skala kecil maupun skala besar. Organisasi adalah sekelompok masyarakat yang saling berkerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan komunikasi adalah perekat yang memungkinkan kelompok masyarakat tersebut secara bersama-sama dapat melakukan fungsinya dengan baik. Secara umum, komunikasi mempunyai dua fungsi penting dalam organisasi: (1) Komunikasi memungkinkan orang-orang untuk saling bertukar informasi; (2) komunikasi membantu untuk menghubungkan sekelompok anggota dalam organisasi yang terpisah dari anggota lainnya (Djoko. 2005: 23) . Dari tiga tujuan tersebut *informing*, *persuading*, dan *collaborating* dan ditambah dengan komunikasi di dalam suatu organisasi yang baik dan sejalan dengan niat beribadah melalui silaturahmi maka *feedback* yang diterima akan positif.

Silaturahmi ialah suatu komunikasi antar manusia yang dilakukan dengan tujuan untuk mempererat persaudaraan dan mempertebal ikatan batin seseorang terhadap sesama. Dengan begitu komunikasi akan efektif apabila terjadi pemahaman yang sama dan merangsang pihak lain untuk berpikir dan melakukan sesuatu, dengan ikatan batin yang erat maka pemahaman dalam komunikasi akan mudah terjalin (Dewi, 2006:14).

2.1.1 Silaturahmi

Silaturahmi ialah suatu komunikasi antar manusia yang dilakukan dengan tujuan untuk mempererat persaudaraan dan mempertebal ikatan batin seseorang terhadap sesama. Kalimat silaturahmi dari bahasa Arab, tersusun dari dua kata silah yaitu, *alaqah* (hubungan) dan kata *al-rahmi* yaitu, *Al-qarabah* (kerabat) atau *mustauda Al-Janin* artinya "rahim atau peranakan". (Al-Munawir, 1999: 1638,1668) kata *Al-rahim* seakar dengan kata *Al-Rahmah* dari kata *rahima* "menyayangi-mengasahi" jadi secara harfiah silaturahmi artinya menghubungkan tali kekerabatan, menghubungkan kasih sayang. Nabi Muhammad SAW bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الرَّجْمَ شَجْنَةٌ مِنَ الرَّحْمَنِ فَقَالَ اللَّهُ مَنْ صَلَّى لِي وَمَنْ قَطَعَكَ قَطَعْتُهُ

a|n aby> hurayra ta rad}iyal-Lahu a}nhu a}nnabii> s}allal-Lahu a}laihi wa sallam. Qala> innar-rohima shajna minr-rohman faqalal-Lahu man wa s}alaki wa s}altuhu waman qat}aa}ki qat}a| 'tuh.

Dari Abu Hurairah Ra, Nabi Saw bersabda : Sesungguhnya rahim itu diambil dari nama Allah yaitu Al-Rahman, Allah Swt berkata kepada rahim, "Barang siapa yang menyambungkanmu (berbuat baik kepada mu) maka aku akan berbuat baik kepadamu, barang siapa yang memutuskanmu aku akan memutuskannya (HR Bukhari, dalam bahreizy).

Sebetulnya yang dimaksud silaturahmi adalah hubungan keluarga berdasarkan keturunan atau pernikahan.

Dan yang dimaksud menyambung kembali hubungan silaturahmi yang terputus apabila ada permusuhan dalam hubungan keluarga lalu ada upaya untuk menyambung kembali. Menurut Islam, orang yang bersikap buruk pada orang yang berusaha menyambung hubungan keluarga, tidak akan masuk surga karena sikapnya ini. (Syais, 2009).

Orang yang memutuskan tali silaturahmi maka rahmat Allah tidak akan sampai padanya berarti dia tidak bisa merasakan kasih sayang Allah. Hal ini sesuai Firman Allah (QS. An-nisa:1):

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾

yā ayyuhā alnnāsu ittaqū rabbakumu allażī khalaqakum min nafsīn wāhidatin wakhalāqa minha zawjahā wabaśśa minhumārijālan kaśhīran wanisān waittaqū Allāha allażī tasā-alūna bihi wāl-arhāma inna Allāha kāna 'alaykum raqīban.

"Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan istrinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. Sesungguhnya

Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.”(QS. An-nisa:1. (Depag, 2005).

Ayat di atas memberikan arahan bagi muslim agar selalu merasa diawasi oleh Allah Yang Maha Mengawasi. Hal itu sesuai penafsiran yang disampaikan Ibnu Katsir bahwa penyebutan manusia itu dari asal penciptaan manusia itu sendiri. Untuk itu Allah menyebut bahwa asal penciptaan manusia adalah dari satu ayah dan satu ibu, agar sebagian mereka berkasih sayang. (Ibnu Katsir, 2010).

2.1.2.1 Manfaat Silaturahmi

Manfaat silaturahmi tidak hanya mempererat persaudaraan, tetapi juga dapat memperluas rezeki, memperpanjang umur, dikenang kebaikannya, diperpanjang umurnya. Hal ini sesuai sabda nabi.

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ،

وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَجَلِهِ، فَلْيَتَّقِ اللَّهَ، وَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

Man aakhabba aanyu#bsatu# lahu# fi>
ajalihi falyatti'l-Allaha walayas}ill
rokhimahu.

“Barang siapa yang senang dilapangkan rezekinya dan diakhirkan ajalnya (dipanjangkan umurnya), maka hendaklah ia menyambung tali silaturahmi (Bukhari dan muslim)”.

Selain itu Allah SWT berfirman :

❖ وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۗ وَبِالْوَالِدَيْنِ

إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ

ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ

السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ

كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ﴿٢١٥﴾

Wau'budū allāha walā tusyriku bihi syayan wabialwālidayni ihsānan wabizi al-qurbā waalyatāmā waalmasākīni waaljārizil qurba waaljāri aljunubi alṣṣāhibi bialjanbi waibni alssabīli, wamā malakat aymānukum, innallāha lā yuhibbu man kāna mukhtālan fakhūrān.

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (QS: An-nisa': 36) (Depag, 2005).

Allah memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya agar selalu menyembah Dia semata, tiada sekutu bagi Dia. Karena sesungguhnya Dialah Yang Maha Pencipta, Maha Pemberi rezeki, Maha Pemberi nikmat. Dialah Yang Maha Pencipta, Maha Pemberi rezeki, Maha Pemberi nikmat. Maka hendaklah menyembah kepada-Nya dan selalu mengasihi ibu dan bapak karena tidak akan ada kerabat kecuali dengan perantara mereka. Oleh sebab itu, saling berbuat baiklah dengan sesama manusia baik dari bentuk perbuatan maupun perkataan (Ibnu Katsir, 2010).

2.1.2.2 Membangun Silaturahmi

Meskipun manfaat silaturahmi sangat banyak, namun bukan mencari manfaat itu yang dicari tetapi niat karena Allah. Dengan begitu selain manfaat dan juga diluaskan rezeki maka juga akan mendapatkan pahala dari Allah SWT. tidak perlu untuk menafikan manfaat dunia saja. Manfaat dunia bisa didapatkati bukan hal utama. Dan yang perlu diperhatikan bahwasanya bukan silaturahmi yang memperluas rezeki tetapi Allah lah yang memperluas rezeki sebagai balasan terhadap niat ibadah yang diniatkan mulai dari awal. Silaturahmi harus ditanamkan dengan cinta, cinta sesama makhluk Allah dan muslim karena setiap muslim adalah saudara.(Anna dan Milah, 2012). Hal tersebut sesuai dengan firman Allah (QS. Al-Hujurat:10).

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ

وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Innamā almu'minūna ikhwatun fa-aṣliḥū bayna akhawaykum wattaqū allāha la'allakum turhamūna.

“Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”(QS:AL-Hujurat:10).(Depag, 2005).

Dari ayat tersebut tersirat bahwa sangat penting menjalin persaudaraan dengan sesama muslim. Persaudaraan yang kokoh akan memudahkan semua

urusan manusia. Tentunya jika kedua pihak menjaga persaudaraan tersebut dengan baik, pasti akan memberi manfaat dan keutamaan yang banyak (Syais, 2009).

2.1.3 Kewirausahaan

2.1.3.1 Kewirausahaan Secara Umum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya. (Diknas, 2005).

Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusahaan Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa: 1. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap dan kemampuan kewirausahaan. 2. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Jadi wirausaha itu mengarah kepada orang yang melakukan usaha/kegiatan sendiri dengan segala kemampuan yang dimilikinya.

Pada dasarnya Islam tidak menjelaskan secara rinci tentang kewirausahaan, namun ada beberapa

hadits yang menjelaskan tentang pintu rizki bagi orang berwirausaha. Dalam Hadits Nu'aim bin 'Abdur Rahman meriwayatkan sebagai berikut: "Sembilan dari 10 pintu rezeki ada dalam perdagangan dan sepersepuluh ada dalam beternak domba." (HR. Sa'id bin Manshur). dan penyebaran Islam di Indonesia sendiri merupakan agama yang di bawa pedagang.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا
 يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ
 رَبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ

allażīna ya/kulūna alribā lā yaqūmūna illā kamā yaqūmu allażī yatakhabbatuhu alsyayṭānu mina almassi żālika bi-annahum qālū innamā albay'u mişlu alribā wa-ahalla allāhu albay'a waharrama alribā faman jā-ahu maw'izatun min rabbihi faintahā falahu mā salafa wa-amruhu ilā allāhi waman 'āda faulā-ika ash-hābu alnnāri hum fiḥā khālidūna.

"orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata

(berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya"(Qs Al Baqarah(2):275) (Depag, 2005).

Dalam surah Al Baqarah ayat 275 di atas dijelaskan bahwa Allah swt telah menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan riba. (Syafi'e, 2011).

Konsep wirausaha yang diajarkan Islam bukan hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan menggunakan modal yang sekecil-kecilnya tetapi merupakan sebuah ibadah karena berwirausaha adalah wadah untuk berbuat baik kepada sesama manusia.

2.1.4 Kunci Sukses Berwirausaha

Jalan menuju wirausaha sukses menurut Murphy dan Peck (1908: 8) menggambarkan delapan anak tangga untuk mencapai puncak karir delapan anak tangga itulah yang digunakan oleh wirausaha untuk mengembangkan profesinya

1. Kerja Keras (*Capacity for hard work*)
2. Berkerjasama (*Getting Things Done with*)

3. Penampilan yang baik (*Good appearance*)
4. Pandai membuat keputusan (*making sound decision*)
5. Yakin (*Self Confidence*)
6. Mau menambah ilmu pengetahuan (*College Education*)
7. Ambisi untuk maju (*ambition drive*)
8. Pandai berkomunikasi (*Ability to communicate*)

2.1.4.1 Kunci Sukses Berwirausaha Secara Islam

Sejak masa kehidupan Rasulullah SAW hingga sekarang, umat Islam telah sepakat atas dibolehkannya bisnis dan bermuamalah dengannya. Bahkan Islam telah telah mensyariatkan beberapa kaidah dan prinsip yang wajib diikuti dan dilaksanakan agar mencapai sukses dalam bisnis, berdagang, atau jual beli. Kamal Ali (2007:12) menerangkan kaidah-kaidah atau kiat-kiat bisnis agar memetik buah dari kesuksesan itu, antara lain berikut:

1. Niat yang ikhlas karena Allah.
2. Mengetahui hukum-hukum bisnis
3. emilih bidang bisnis atau perdagangan yang halal.
4. Bersikap lapang dada dalam berbisnis
5. Banyak Sedekah.
6. Menghindari riba.
7. Berbisnis jangan sampai melalaikan dari mengingat Allah SWT.

2.1.5 Konsep Sukses

Sukses adalah suatu impian atau tujuan yang diinginkan seseorang yang

telah tercapai melalui usaha dan kerja keras yang telah dijalaniya dan dalam mencapai kesuksesan dan keinginan tersebut berupa hal positif baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain (Alvin, 2012).

Jika menggunakan sebuah perumpamaan tentang seseorang yang ingin pergi ke suatu tempat dengan mengendarai kendaraan, pasti seseorang itu tidak masuk ke kendaraan itu begitu saja. Menyalakan kendaraan tersebut, menginjak gas lalu menuju ke tempat mana yang dituju. Tugas kendaraan itu adalah membawa penumpang lebih cepat daripada menggunakan kekuatan diri sendiri. Itulah sebabnya seseorang begitu menyukai kendaraannya.

Sama halnya dalam meraih kesuksesan. Seseorang akan menjadi lebih mudah jika tahu tempat mana yang akan dituju dengan kendaraan tersebut. Ukuran sukses bisa berupa apa saja, dimana saja, kapan saja karena semuanya berujung saat merasakan kebahagiaan. Dan kebahagiaan itu pada akhirnya akan bermuara di hati.

2.1.5.1 Kesuksesan Menurut Pandangan Islam

Tidak bisa dipungkiri bahwa materi memang melengkapi kesuksesan seseorang. Akan tetapi, sejatinya materi hanyalah sebagian kecil dari kesuksesan atau pelengkap kesuksesan dan bukan merupakan satu-satunya kesuksesan, itupun jika materi dikelola dengan petunjuk agama. Jika tidak, justru

kebangkrutan yang akan didapat dan bukan kesuksesan

Kesuksesan dalam Islam lebih terfokus pada tujuan-tujuan besar dalam hidup ini yang dikaitkan dengan masalah keimanan kepada Allah SWT dan 'ubudiyah (penghambaan diri kepadanya) yang sejati (Al-Qu'ayyid, 2005:10). Beliau menjelaskan bahwa tujuan utama dari kehidupan manusia di bumi ini adalah untuk mewujudkan dua macam kesuksesan, yaitu kesuksesan di dunia dan kesuksesan di akhirat.

Dijelaskan dalam Al-Quran surat al-Qashash ayat 77:

وَأَبْتَغِ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Waibtagi fīmā ātāka allāhu alddāra al-āakhirata walā tansa naṣībaka mina alddunyā wa-ahsin kamā ahsana allāhu ilayka walā tabgi alfasāda fī al-argī inna allāha lā yuhibbu almufsidīna.

"Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat

kerusakan." (QS. Al-Qashash: 77) (Depag, 2005).

Sedangkan makna sukses menurut Nabi Muhammad SAW lebih simpel sekaligus dalam. Yaitu apabila seseorang bisa lebih baik daripada hari kemarin.

Arwani (2010:15-17), membagi beberapa sisi kesuksesan, yaitu:

1. Finansial
2. Intelektual
3. Sosial
4. Fisik
5. Spiritual

Arwani (2010:17), menyatakan bahwa jika kelima sisi tersebut tercapai maka seorang muslim dapat dikatakan sukses sejati atau sukses dunia akhirat.

2.2 Penelitian Sebelumnya

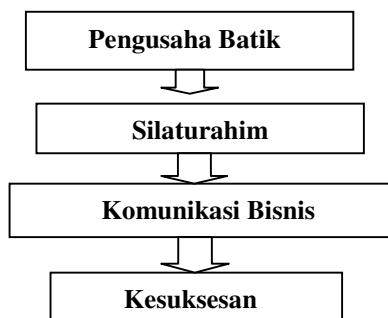
Penelitian ini merujuk kepada beberapa hasil kajian penelitian sebelumnya sebagai bahan referensi. Ahlam (2013) telah melakukan penelitian dengan judul "Kunci Sukses Bisnis Keturunan Arab di Kawasan Ampel Surabaya". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kunci sukses berbisnis secara general di kawasan ampel Surabaya. Kesimpulannya adalah hasil analisis menunjukkan bahwa kesuksesan dalam berbisnis oleh keturunan Arab di Ampel Surabaya adalah dengan menjalankan sunnatullah bersedekah

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Labbaika (2013) yang melakukan penelitian dengan judul "Dampak Ketaqwaan Dalam Kesuksesan (Studi Kasus: Pengusaha Fesyen di Surabaya)".

Penelitian ini ingin mengetahui sikap ketaqwaan seorang wirausahawan dapat mendukung kesuksesan dalam berwirausaha. Kesimpulan dalam penelitian tersebut adalah bahwa kesuksesan bagi pengusaha fesyen pada umumnya lebih terkait dengan kesuksesan spiritual. Menurut pengusaha fesyen ketika seseorang telah tercapai kesuksesan spiritual, maka kesuksesan seperti finansial, sosial, intelektual, dan fisik terangkum di dalamnya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ahlam (2013), penelitian Labbaika (2013), dan penelitian ini adalah ingin mengetahui kiat sukses berwirausaha secara Islami. Dan perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Ahlam (2013) dan Labbaika (2013) adalah penelitian ini meneliti bagaimana peranan silaturahmi dengan mitra bisnis pada kesuksesan berwirausaha.

a. Kerangka Berpikir



b. Proposisi

Proposisi dalam penelitian ini adalah:

1. Membangun konsep silaturahmi di dalam berwirausaha dengan mitra bisnis dapat menciptakan rasa saling percaya dalam berbisnis dan bisnis menjadi berkembang.

2. Dengan membangun konsep silaturahmi dengan para pegawai dan pengrajin dapat menciptakan lingkungan kerja yang penuh kekeluargaan dan kondusif. Hal itu, berakibat pada kinerja yang maksimal para pengusaha.

III. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, menyusun catatan lapangan, dan masuk ke dalam setiap analisis dan wawasan. Alasan penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif karena penelitian ini tidak bertujuan untuk mencari hubungan atau pengaruh signifikansi melainkan lebih fokus untuk menguraikan analisa.

b. Ruang Lingkup penelitian

Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas terhadap pengamalan nilai silaturahmi oleh pengusaha batik sehingga akan menghasilkan sebuah kesuksesan oleh pengusaha tersebut. Pengamalan nilai silaturahmi dalam hal ini mengenai bagaimana seorang wirausahawan mampu mempraktekan silaturahmi antar pengusaha, pengrajin, dan pegawai untuk mencapai kesuksesan dalam berwirausaha serta dapat membuka peluang usaha baru atau memperluas usahanya.

c. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer
2. Data Sekunder

Peneliti menggunakan teknik *purposif sampling* untuk menentukan informan.

d. Prosedur pengumpulan Data

1. Dokumentasi.
2. Wawancara
3. Observasi Langsung

Selain itu, Yin (2012:119) menyebutkan tiga prinsip pengumpulan data guna menunjang sumber bukti tersebut, yaitu menggunakan multisumber bukti. Multisumber bukti dilakukan agar penelitian akan lebih relevan daripada menggunakan satu sumber bukti saja, multisumber bukti itu adalah triangulasi. Penelitian ini menggubnuakan 3 triangulasi yaitu:

1. Triangulasi Sumber yang menggunakan berbagi sumber seperti arsip, wawancara, dan observasi.
2. Triangulasi metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi.
3. Triangulasi Teori penggunaan berbagai teori yang bertlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat.

3.5 Teknik Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif. Teknik ini dipilih untuk menggambarkan atau mendeskripsikan sebuah situasi atau fenomena tentang silaturahmi yang

terjadi dalam wirausahawa batik di kampung Jetis Sidoarjo melalui fakta-fakta yang diperoleh dari data-data lapangan yang meliputi observasi langsung, wawancara, rekaman arsip, dan dokumentasi yang dilakukan dalam konteks kehidupan nyata. Dari serangkaian penelitian tersebut akan menghasilkan kesimpulan akan situasi atau fenomena yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Kesimpulan dan Verifikasi

IV. Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Batik Jetis Sidoarjo

Keberadaan perusahaan batik Jetis Sidoarjo sudah berdiri sejak tahun 1675, dibawa oleh keturunan raja Kediri yang dikejar-kejar oleh penjajah dan lari ke Sidoarjo. Sayangnya sampai sekarang belum ada siapa sebenarnya pria yang dikenal dengan nama Mbah Mulyadi. Mbah Mulyadi mengawali berdagang di "Pasar Kaget" yang dikenal dengan nama pasar Jetis dan memberikan pelatihan pengajian dan keterampilan membatik.

Sempat vakum, Pada tahun 1950-an usaha batik Jetis didirikan lagi oleh seorang wanita yang bernama Ibu Widiarsih (Bu Wida) dan banyak warga kampung Jetis waktu itu masih menjadi pekerjanya.

4.1.2 Perkembangan UKM Batik Jetis Sidoarjo

Sidoarjo adalah salah satu kota yang memiliki potensi batik yang patut diperhitungkan, yang terkenal dengan nama "Kampoeng" Batik Jetis. Di "Kampoeng" Jetis, membatik telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari dan telah menjadi tradisi budaya lokal masyarakat Jetis karena 90% warganya berprofesi pengrajin batik. Motif batik Jetis Sidoarjo terdiri dari berbagai macam flora dan fauna, seperti udang-bandeng, burung merak, *burung cipret*, kupu-kupu, *kembang suruh*, dan lain-lain. motif udang dan bandeng menjadi pakem batik khas Sidoarjo, karena Sidoarjo merupakan kota yang terkenal sebagai daerah penghasil udang dan bandeng.

Pada tanggal 16 April dibentuk Paguyuban Batik Sidoarjo (PBS) Ide pembentukan paguyuban ini berasal dari kaum muda Jetis yang memiliki harapan besar kepada kelestarian batik Jetis itu sendiri dan menjadi budaya setempat yang bisa dibanggakan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Data Penelitian

Data penelitian merupakan deskripsi secara umum mengenai informan melalui hasil wawancara, observasi, serta triangulasi yang dilakukan dalam penelitian. Unsur silaturahmi dalam komunikasi bisnis ini adalah memberikan informasi tentang dunia bisnis kepada orang lain, memberikan persuasi yang dalam hal ini berkaitan dengan negosiasi

dengan orang lain dalam bisnis, dan yang terakhir adalah kolaborasi yang berkaitan dengan melakukan kerja sama bisnis. Semua juga dengan niatan ibadah untuk mempererat persaudaraan dan mempertebal ikatan batin seseorang terhadap sesama, dan hal itu memudahkan dalam hal komunikasi dan menimbulkan efek positif.

Praktik informasi yang terjadi di dalam pengusaha batik Jetis Sidoarjo adalah ketika salah satu pengusaha mempunyai informasi adanya pameran-pameran sebagai sarana untuk memasarkan batik dan disampaikan kepada pengusaha lain di dalam pertemuan rutin paguyuban dan informasi juga bisa diberikan dari pengusaha batik lain di luar Sidoarjo. Dan yang terakhir adalah praktik kolaborasi, dalam praktiknya pengusaha batik Jetis Sidoarjo dengan melakukan kerjasama dengan pengusaha batik daerah lain seperti mengkombinasikan dua corak batik daerah lain dengan corak batik khas Sidoarjo, selain itu kerja sama dilakukan dengan saling membantu untuk meningkatkan SDM pengrajin dan pegawai. Dari semua kegiatan yang dilakukan tersebut selalu didasarkan semangat yang sama yaitu kekeluargaan dan untuk kemajuan bersama demi melestarikan dan memperkenalkan batik khas Sidoarjo serta terciptanya pemahaman dalam komunikasi akan mudah terjalin.

4.2.2 Analisis Bahasan

4.2.2.2 Pola Silaturahmi

pola silaturahmi yang dilakukan oleh pengusaha yang terwakili oleh beberapa informan menunjukkan ada kekhasan tersendiri dari silaturahmi yang dilakukannya. Kekhasan itu bisa dilihat dari beberapa konsep, yaitu:

- a. Konsep Jarak Komunikasi, ada yang lingkup Sidoarjo dan ada yang di luar wilayah Sidoarjo.
- b. Konsep Pola Silaturahmi Dengan Media Sosial dan Teknologi Informasi Pola silaturahmi yang ini sangat bermanfaat ketika menghubungkan interaksi antar pengusaha di luar wilayah Sidoarjo.
- c. Konsep Pola Silaturahmi di Internal Usaha Batik Informan. secara internal silaturahmi antar pengusaha dan pengrajin dan pegawai lainnya lebih ke *downword* silaturahmi.

4.2.2.3 Upaya maintenance Pola Silaturahmi

Kegiatan silaturahmi juga bermanfaat dalam hal pemikat emosional dengan suatu argumentasi atau dalam bentuk simpati kepada kolega bisnis. Dalam hal ini menggunakan atau memilih kata-kata yang sangat berpengaruh pada emosi seseorang misalnya kenyamanan, kepercayaan dan keamanan. Dengan seperti itu upaya maintenance pola silaturahmi akan berjalan dengan lancar.

Dari jalinan silaturahmi yang terjalin antara pengusaha dengan beberapa

orang, golongan, kelompok dan pemerintahan manfaatnya sangat besar dalam upaya mencapai kesuksesan dan eksistensi usaha batik di Jetis Sidoarjo. Dan menimbulkan sinergi keseimbangan antara dimensi vertikal dan dimensi horizontal.

V. Simpulan Dan Saran

a. Simpulan

Dari jalinan silaturahmi tersebut memunculkan kerjasama-kerjasama yang saling menguntungkan, dan kemudahan-kemudahan dikala menemui kesulitan dalam menjalankan usaha batik. Selain itu terciptanya suasana bisnis yang nyaman dan penuh kekeluargaan juga sangat membantu pengusaha dalam mencapai kesuksesan berwirausaha. Kesuksesan yang diraih bermacam dikelompokkan menjadi 5 sisi kesuksesan menurut Arwani, yaitu: (1) Finansial, (2) Intelektual, (3) Sosial, (4) Fisik, (5) Spiritual. hal ini akan menimbulkan sinergi keseimbangan antara dimensi vertikal (*Hablum Minallah*) dan dimensi horizontal (*Hablum Minannas*).

b. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha batik di Jetis Sidoarjo
 - a. jaringan komunikasi melalui jaringan silaturahmi antar pengusaha dan pengrajin serta pegawainya yang bisa membentuk secara emosional saling mengikat, semua relasi saling menunjang usaha dan keberhasilan.
 - b. Silaturahmi juga dilakukan dengan konsumen, hal itu di maksudkan agar

menambah kepuasan pelayanan terhadap konsumen.

2. Bagi Pemerintah

Lebih ditingkatkan lagi jaringan silaturahmi yang terjalin dengan para pengusaha dan *stakeholder* di wilayah kampung batik Jetis Sidoarjo dengan secara intens mengawasi dan terus mendukung program-program sebagai upaya keberlangsungan budaya batik khas Sidoarjo.

3. Bagi lingkungan akademisi

- a. Agar dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai manfaat silaturahmi dengan konsumen dalam memuaskan konsumen yang menikmati manfaat dari produk yang dibelinya.
- b. Agar melakukan penelitian-penelitian tentang bisnis Islami. Terutama masalah Silaturahmi menyangkut kegiatan bisnis, pemasaran dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. 2000. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. Terjemahan dari Muhammad encyclopedia of seerah. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi.
- Ahlan, Abdullah. 2013. "Kunci Sukses Bisnis Keturunan arab Di Kawasan Ampel surabaya". Skripsi tidak diterbitkan. Program Sarjana Universitas Airlangga.
- Ali, Kamal. 2007. *Berbisnis Dengan Cara Rasul*. Bandung: Jembar.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung:Alfabeta.
- Al-Munawwir.1999. *Kamus Arab-Indonesia Terlengkap*. Edisi Kedua. Jakarta.
- Al-Qu'ayyid, Ibrahim bin Hamd. 2005. *10 Kebiasaan Muslim yang Sukses*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Al-Quran dan Terjemahannya.2005. Departemen Agama Republik Indonesia,Jakarta.
- Al-raghib al-asfahani.2004. *Mu'jam al-mufradat li Al-faz Al-quran*, (online), (<https://archive.org/details/MufradatAlQuran-Raghib> , diakses 10 Oktober 2013).
- Anna, Mariana dan Milah Nurmilah. 2012. *Berkah dan Manfaat Silaturahmi*. Jakarta: Ruang kata.
- Antonio,Muhammad Syafi'i. 2007. *Muhammad SAW The Super Leader Super Manager*. Jakarta: Prenada Media. Faisal. Lalu Muchsin Efendi.
- Arwani, Ahmad. 2010. *Kunci Sukses Berbisnis: Ala Rasullulah SAW*. Jakarta: Inti Media.
- Bahreizy, Hussein. 2001. Hadis Shohih Bukhari: *Himpunan Hadis Pilihan*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Basrowi, 2011. *Kewirausahaan Untuk Pegawai Tinggi Negeri*. Cetakan pertama. Bogor: Ghalua Indonesia.
- Chapra, M.Umer. 2000. "Islam Dan Tantangan Ekonomi". Cetakan Pertama, Jakarta, Gema Insani.
- Dahlan, Abdullah. Asis. et. Al. 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam*. IV. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve.

- Departemen Pendidikan Nasional.2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat, Jakarta.Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, Sutisna. 2006. "Komunikasi Bisnis". Yogyakarta. CV ANDI OFFSET.
- Drucker, Peter F. (1996). *Inovasi dan kewiraswastaan*. Erlangga, Jakarta.
- Dumairy. 1997. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Elfindri, dkk. 2010. "Minang Entrepreneurship, Filosofi Dan Rahasia Sukses Etis Minang Membangun Karakter Kewirausahaan". Jakarta, Badouse Media.
- Faizah, Siti Inayah. 2012. *Kewirausahaan Dalam Perspektif Agama dan Budaya (Study fenomenologi Konstruktif Wirausahawan Etnis Tionghoa Muslim)*.Surabaya. Universitas Airlangga (2009).
- Himstreet, William C; Baty, Wayne Murlin. *Bussines Communications : Priciples and Methods*. Boston : PWS-kent Publishing Company, 1990.
- Jauhar, Ahmad Al-Mursi Husain. 2010. "Maqashid Syariah". Jakarta: Amzah
- M. Wiratmo. 1996. *Pengantar Kewiraswastaan, Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis*.Yogyakarta. BPFE.
- Moleoong. 1988. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Muhammad, bin Abdullah.2010. *Tafsir Ibnu Katsir*.Surakarta: Pustaka Imam Syafi'i.