

PARA SUFI PERUSAHAAN

Oleh Nurcholish Madjid

Sering kita dengar pernyataan bahwa etos dalam bisnis merupakan ciri asasi, atau sifat dasar, dari jiwa kewirausahaan. Pengertian etos ini mengarah kepada adanya keyakinan yang kuat akan harga atau nilai sesuatu yang menjadi bidang kegiatan usaha atau bisnis. Yang pertama-tama harus ada dalam etos bisnis ini ialah keyakinan yang teguh dan mendalam tentang nilai penting dan penuh arti dari suatu bisnis. Dengan kata lain, seseorang disebut sebagai mempunyai etos bisnis, jika padanya ada keyakinan yang kuat bahwa bisnisnya bermakna penuh bagi hidupnya.

Unsur keyakinan dalam bisnis ini umumnterkait dengan masalah kesadaran tentang makna dan tujuan hidup. Jadi, seorang pelaku bisnis adalah seseorang yang melihat bidang usahanya sebagai kelanjutan dari makna dan tujuan hidupnya. Memang, dibanding dengan makna dan tujuan hidup itu sendiri, bisnis hanya bernilai alat atau jalan untuk mencapai tujuan. Tapi, karena dalam keyakinannya tersebut kaitan bisnis dengan makna dan tujuan hidupnya demikian kuat, maka ia tidak menyikapinya dengan setengah hati.

Karena itu, etos bisnis biasanya terjalin erat dengan kepercayaan. Sejak Weber membeberkan tesisnya tentang etika Protestan dalam kaitan dengan pertumbuhan kapitalisme (biar pun sebagai temuan ilmiah tentu tidak sepi dari pro-kontra), kajian demi kajian (seperti Robert N. Bellah — *Tokugawa Religion*, Clifford Geertz — *Peddlers and Princes*, dan Peter Gran — *Islamic Roots of Capitalism*) umumnya

memberi kesan kuat tentang adanya kaitan antara bisnis dan komitmen keagamaan. Bahkan mungkin dengan kesalehan, yang melandasi adanya keteguhan makna dan tujuan hidup dalam nilai-nilai bisnis, seperti kesediaan menderita (sementara).

Seorang pelaku bisnis sejati “tidak takut melarat” untuk sementara, karena ia yakin melalui usahanya ia akan menjadi “kaya” di belakang hari. Seorang kiai, misalnya, sering menasehati para santrinya, “Kalau ingin kaya, janganlah takut miskin.” Takut miskin kemudian enggan bertindak adalah justru salah satu penyebab kemiskinan.

Karena itu, seorang pelaku bisnis selalu memiliki kesediaan untuk menunda kesenangan sementara, demi kebahagiaan yang lebih besar di belakang hari. Penundaan kesenangan (*deference of gratification*) berjalan sejajar dengan sikap hidup hemat dan tidak konsumtif. Maka pepatah klasik populer “hemat pangkal kaya” adalah benar. Jadi, asketisme atau zuhud, baik perorangan maupun kemasyarakatan, diperlukan dalam etos bisnis demi kesuksesannya sendiri.

Zuhud merupakan *the characteristic spirit, prevalent tone of sentiment, of a people or community*. Ungkapan “*You may lose the battle, but you should win the war*”, “*Wani ngalah duwur wekasane*”, “Lebih baik mandi keringat dalam latihan daripada mandi darah dalam pertempuran”, “Berakit-rakit ke hulu, berenang-renang ke tepian; Bersakit-sakit dahulu, bersenang-senang kemudian,” dan lain sebagainya, adalah dalil-dalil yang sangat bersangkutan dengan etos bisnis. Ini semua menunjukkan adanya sikap hidup berpandangan jauh ke depan, dan tidak menjadi tawanan kekinian dan kedisinian. Maka “*aji-aji mumpung*” bukanlah etos bisnis sejati, malah tidak sehat.

Terutama di zaman modern ini, sangat diperlukan pandangan strategis, tidak semata taktis, dalam semangat pandangan hidup yang “*future oriented*”. Ini berarti bahwa seorang pelaku bisnis mempunyai sikap penuh harapan kepada masa depan. Harapan adalah sumber energi pribadi, dan putus harapan adalah juga pemupus energi pribadi. Sebuah pepatah Arab mengatakan, “Alangkah sempitnya hidup ini seandainya tidak karena lapangnya harapan.”

Sebagai kebalikan putus asa, harapan adalah pendorong bagi adanya langkah-langkah awal atau inisiatif. Karena itu, seorang yang berpengharapan tidak pernah menghadapi jalan buntu. Kesulitan apa pun tentu ada jalan keluarnya. Jika banyak tidak dapat diraih, maka yang sedikit pun diterima dan dimanfaatkan sebagai-baiknya. Tidak ada pikiran “*all or nothing*” yang kekanak-kanakan itu. Karena itu, dalam beberapa hal diperlukan sikap “puas” (Arab: *qanā’ah*), tanpa puas diri dan merasa tak perlu kepada yang lain (Arab: *istighnā*).

Seorang yang tidak berputus asa juga orang yang berani menempuh risiko. Ia tidak akan mencari selamat dengan tidak berbuat. Kata orang (dalam bahasa Inggris), “*To avoid criticism, say nothing, do nothing and be nothing*”. Seorang pelaku bisnis selalu berusaha untuk menjadi “*something*”, “*somebody*” daripada “*nothing*”, “*nobody*”, dengan keberanian menempuh risiko. Salah satu prinsip yurisprudensi Islam menyebutkan, “Jika dua bahaya dihadapi, maka harus ditempuh salah satu yang lebih ringan.” Jadi, tidak boleh ditinggalkan tanpa perbuatan. Tapi, pada waktu yang sama seorang pelaku bisnis adalah orang yang “tahu diri” secara “pas”, yakni tanpa melebihkan diri sehingga menjadi sombong, atau mengurungkan diri sehingga menjadi rendah diri dan kurang bersyukur kepada Tuhan. Ia tidak “rendah diri”, tapi “rendah hati”. Karena itu, jika mengalami sukses ia tidak mengklaim “kredit” atau pengakuan hanya untuk dirinya sendiri semata, dan jika mengalami kegagalan ia tidak menjadi nelangsa dan kehilangan harapan. Sebab, semua itu tidak seluruhnya manusia sendiri yang menentukan, melainkan ada juga campur tangan Yang Gaib. Jadi, ia terus melakukan “*ikhtiyār*” (Arab, artinya, memilih kemungkinan yang terbaik).

Karena itu, seorang pelaku bisnis tidak bekerja setengah-setengah: Ia selalu berusaha melakukan pekerjaannya dengan *‘itqān* (meneliti seluruh bagian terkaitnya dengan cermat, sehingga pekerjaan mendekati kesempurnaan). Jangan sampai seperti dikatakan orang (Inggris), “*For the want of a nail the shoe was lost, for the want of a shoe the horse was lost, for the want of a horse the battle was lost.*” Syair Arab

mengatakan, “Jangan engkau mengabaikan barang kecil dan remeh, sebab boleh jadi darah tertumpah karena ujung-ujung jarum.”

Sebagaimana dalam keberhasilan ruhani diperlukan sikap *istiqāmah* (teguh secara konsisten), bisnis pun memerlukan keteguhan dan konsistensi. Kepribadian yang *predictable* akan melancarkan pergaulan bisnis, karena melandasi sifat *amānah* (dapat dipercaya karena jujur). Sebaliknya, kepribadian yang temperamental dan sulit diduga perubahannya dari suatu situasi ke situasi lain akan dengan sendirinya mempersulit tumbuhnya pergaulan yang produktif.

Karena itulah dari segi spiritualnya, seorang pelaku bisnis sejati menemukan kebahagiaan dalam kerja. Baginya, kerja adalah “modal” eksistensi dirinya (“aku bekerja, maka aku ada”), sebab ia yakin bahwa manusia tidak mendapatkan apa-apa kecuali yang ia kerjakan. Maka, dalam bekerja itu, dalam kegagalan pun ia tetap merasakan kebahagiaan. Sedangkan jika ia berhasil dengan baik, ia akan memperoleh “*double rewards*”, berupa kebahagiaan kerja itu sendiri dan keberhasilannya memperoleh sukses, sejalan dengan sabda Nabi *saw* tentang orang yang melakukan *ijtihād* (kerja penuh kesungguhan): jika benar ia dapat pahala ganda, dan jika keliru ia masih dapat pahala tunggal.

Karena dimensi keagamaan inilah, bisnis berjalan sejajar dengan kesungguhan dan dedikasi. Ia tidak dapat dilakukan sambil lalu. Dikaitkan dengan makna dan tujuan hidup, semakin seseorang bersungguh-sungguh (Arab: *juhd*, *jihād*, *ijtihād*, *mujāhadah*), semakin ia diharap menemukan jalan menuju tujuan hidupnya. Begitu pula kebalikannya, semakin setengah hati, semakin pula tujuan tak tercapai. Bisnis yang berpandangan religius seperti ini bukanlah mengada-ada. Bacalah misalnya buku *The Corporate Mystics* (Para Sufi Perusahaan) yang menandakan bahwa dewasa ini memang banyak perusahaan dipimpin oleh para Sufi, dalam arti nilai-nilai keruhanian telah mempengaruhi begitu mendalam etos kerja para pemimpin perusahaan. [❧]