

JIHAD EKONOMI DALAM KERAGAMAN: IMPLEMENTASI ETOS KERJA ISLAM PEDAGANG KULINER MUSLIM DI TENGAH MASYARAKAT HINDU BULELENG BALI

Reka Sakhinatur Rochma

Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang

E-mail: rekha@stituwjombang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan implementasi konsep Jihad Ekonomi dan Etos Kerja Islam yang diterapkan oleh pedagang kuliner Muslim di lingkungan mayoritas Hindu di Buleleng, Bali, serta dampak implementasi tersebut terhadap keberlangsungan usaha dan kerukunan antar-umat beragama. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada komunitas pedagang kuliner Muslim di wilayah Buleleng. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pedagang dan tokoh masyarakat, serta studi dokumentasi. Ditemukan bahwa Jihad Ekonomi dimaknai sebagai upaya gigih, jujur, dan profesional dalam mencari nafkah (ekonomi) yang dilakukan secara damai (muamalah). Etos kerja Islam yang menonjol adalah kejujuran, disiplin, kerja keras, dan pelayanan yang ramah. Implementasi ini tidak hanya memastikan kelangsungan usaha mereka (menarik pembeli dari berbagai latar belakang) tetapi juga berkontribusi pada terciptanya harmoni sosial di tengah masyarakat Hindu-Muslim Buleleng. Sehingga terwujud Etos kerja Islam dalam aktivitas perdagangan kuliner menjadi jembatan integrasi sosial-ekonomi yang efektif dalam masyarakat yang beragam.

Keywords : Jihad Ekonomi, Etos Kerja Islam, Pedagang Kuliner Muslim, Keragaman, Buleleng Bali.

Abstract

This study aims to analyze and describe the implementation of the concepts of Economic Jihad and Islamic Work Ethic practiced by Muslim culinary traders in a predominantly Hindu environment in Buleleng, Bali, as well as to examine the impact of this implementation on business sustainability and interreligious harmony. The research employed a descriptive qualitative approach using a case study of the Muslim culinary trader community in the Buleleng area. Data were collected through participant observation, in-depth interviews with traders and community leaders, and documentation studies. The findings reveal that Economic Jihad is understood as a persistent, honest, and professional effort to earn a livelihood peacefully through economic activities (muamalah). The prominent aspects of the Islamic work ethic include honesty, discipline, hard work, and friendly customer service. This implementation not only ensures business sustainability by attracting customers from diverse backgrounds but also contributes to the creation of social harmony within the Hindu-Muslim community of Buleleng. Thus, the embodiment of the Islamic work ethic in culinary trading serves as an effective bridge for socio-economic integration in a diverse society.

Keywords: Economic Jihad, Islamic Work Ethic, Muslim Culinary Traders, Diversity, Buleleng Bali.

Pendahuluan

Bali telah lama diabadikan dalam imajinasi global sebagai "Pulau Dewata," sebuah destinasi pariwisata yang identik dengan budaya dan religiusitas Hindu yang khas. Citra ini diperkuat oleh ritual harian, arsitektur pura yang megah, dan harmoni antara manusia dengan alam (Tri Hita Karana). Citra monolitik ini telah menjadi merek dagang pariwisata yang sangat sukses, menarik jutaan wisatawan internasional setiap tahunnya. Namun, fokus yang terlalu kuat pada aspek Hindu mayoritas ini seringkali menutupi realitas sosial yang jauh lebih kompleks dan majemuk yang sesungguhnya ada di pulau tersebut.

Citra homogen tersebut, Bali menyimpan kantong-kantong pluralitas yang menantang narasi dominan. Kabupaten Buleleng, yang terletak di pesisir utara Pulau Bali, menyajikan konteks sosiologis yang unik dan berbeda. Wilayah ini secara geografis dan historis terisolasi dari perkembangan pariwisata massal di Bali Selatan, memungkinkannya untuk mempertahankan struktur sosial yang lebih otentik dan beragam. Buleleng berfungsi sebagai cermin lain dari Bali yang tidak hanya tentang pura dan pantai, tetapi juga tentang koeksistensi etnis dan agama.

Keunikan Buleleng berakar kuat pada sejarah Singaraja, ibukotanya. Pada masa kolonial Belanda, Singaraja bukanlah sekadar kota biasa, melainkan pelabuhan dagang internasional dan pusat pemerintahan kolonial di Kepulauan Sunda Kecil. Peran historis ini menjadikannya "pintu masuk" utama ke Bali, menarik para pedagang dari berbagai etnis, termasuk Bugis, Tionghoa, Jawa, dan Arab (Suryawan, 2010). Kedatangan kelompok-kelompok ini, yang membawa serta agama-agama mereka, menciptakan fondasi demografi yang secara inheren lebih plural daripada wilayah Bali lainnya.

Akibatnya, Buleleng memiliki struktur demografi yang sangat majemuk. Terdapat kantong-kantong komunitas Muslim, Kristen, dan Buddha yang telah hidup berdampingan secara damai dengan mayoritas Hindu selama berabad-abad. Koeksistensi historis ini menjadikan Buleleng sebagai "laboratorium sosial" yang ideal untuk mengkaji dinamika relasi antar-agama di Indonesia. Wilayah ini menunjukkan bahwa kerukunan tidak hanya diukur dari absennya konflik, tetapi juga dari keberhasilan membangun interaksi sosial-ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam lanskap pluralitas Buleleng, fenomena pedagang kuliner Muslim menonjol sebagai subjek penelitian yang relevan dan mendesak. Kelompok ini beroperasi sebagai

minoritas ekonomi di tengah lingkungan sosial dan pasar yang didominasi oleh mayoritas Hindu. Kehadiran mereka di ruang publik menciptakan sebuah persimpangan di mana identitas minoritas bertemu langsung dengan persaingan pasar yang ketat dan struktur budaya mayoritas.

Sektor kuliner dipilih sebagai arena kajian karena merupakan ruang interaksi sosial-ekonomi harian yang paling intensif. Di sinilah identitas agama, terutama terkait konsep halal (yang dianut Muslim) dan non-halal (yang didominasi dalam kuliner Bali), bertemu langsung dengan realitas pasar yang kompetitif dan kebutuhan konsumen. Proses transaksi makanan melibatkan aspek kepercayaan, kebersihan, dan simbolisme agama, menjadikannya wilayah yang sarat makna.

Keberadaan mereka dalam kondisi minoritas menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai strategi adaptasi dan pengembangan usaha. Secara spesifik, penelitian ini ingin menggali: strategi apa yang mereka gunakan untuk bertahan (*survive*) di tengah pasar yang secara demografis dan kultural didominasi oleh kelompok out-group. Dan lebih dari itu, bagaimana mereka bisa berkembang (*thrive*) dalam membangun reputasi yang kuat di mata konsumen mayoritas.

Mengkaji perilaku ekonomi kelompok minoritas dalam konteks ini menjadi penting, baik secara sosiologis maupun keagamaan. Secara sosiologis, studi ini menyoroti strategi adaptasi, resiliensi, dan pembangunan modal sosial yang dilakukan kelompok minoritas dalam struktur pasar yang didominasi. Ini memberikan wawasan tentang bagaimana in-group memanfaatkan jejaring internal sambil secara cerdas berinteraksi dengan struktur ekonomi *out-group*.

Secara keagamaan, penelitian ini menantang pemahaman bahwa nilai-nilai agama hanya berfungsi sebagai panduan spiritual. Sebaliknya, studi ini berupaya memahami bagaimana keyakinan dan nilai-nilai agama (Islam) berfungsi sebagai sumber motivasi, etika bisnis, dan framework operasional dalam praktik ekonomi sehari-hari, membuktikan relevansi nilai spiritual dalam ranah material.

Untuk membingkai fenomena ini, penelitian ini mengadopsi dua konsep kunci. Yang pertama adalah konsep Jihad Ekonomi. Penting untuk digaris bawahi bahwa "jihad" dalam konteks ini sama sekali bukanlah bermakna perang fisik (*qital*). Jihad dimaknai sebagai *ijtihad*, yakni sebuah perjuangan yang sungguh-sungguh, pengerahan tenaga secara maksimal, dan kerja keras secara profesional untuk mencari rezeki yang halal dan *thayyib*

(baik, berkualitas, dan bermanfaat) (Chapra, 2008).

Konsep kunci kedua adalah Etos Kerja Islam, yang merupakan manifestasi praktis dari iman dalam aktivitas ekonomi. Etos ini mencakup seperangkat nilai inti yang secara langsung relevan dengan praktik bisnis. Nilai-nilai ini meliputi *itqan* (profesionalisme, kerja tuntas, dan kualitas tinggi), amanah (integritas, kejujuran, dan dapat dipercaya), serta *fastabiqul khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan), yang dalam konteks bisnis diterjemahkan sebagai kompetisi sehat untuk memberikan pelayanan dan kualitas terbaik (Nasr, 1994).

Kajian-kajian sebelumnya mengenai etos kerja Islam dan jihad ekonomi misalnya, cenderung berfokus pada konteks masyarakat mayoritas Muslim, seperti di Jawa, Sumatera, atau negara-negara Timur Tengah. Kesenjangan penelitian (*state of the art*) yang signifikan terletak pada minimnya studi empiris yang mengkaji bagaimana nilai-nilai ekonomi Islam ini dioperasionalkan dan diimplementasikan oleh pelaku usaha Muslim yang hidup sebagai minoritas di lingkungan multikultural yang didominasi oleh non-Muslim, seperti di Bali.

Lebih lanjut, fokus spesifik pada

sektor kuliner, sektor yang sarat dengan interaksi simbolik keagamaan (halal vs. non-halal) dan bersentuhan langsung dengan konsumen masih sangat terbatas dieksplorasi dalam literatur sosiologi agama dan ekonomi Islam. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya studi mendalam yang melihat bagaimana aspek keimanan diterjemahkan menjadi keunggulan kompetitif dalam transaksi harian.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai jihad ekonomi dan etos kerja Islam (*itqan*, amanah, *fastabiqul khairat*) dalam strategi adaptasi dan pengembangan usaha pedagang kuliner Muslim di Buleleng, Bali. Tujuan utamanya adalah mengungkap model sukses koeksistensi ekonomi yang didasarkan pada etika keagamaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan signifikansi pada tiga level. Teoretis: berkontribusi pada khazanah kajian ekonomi Islam dan sosiologi agama dengan menyediakan studi kasus empiris mengenai perilaku ekonomi minoritas Muslim. Praktis: temuannya dapat menjadi *best practice* dan inspirasi bagi pelaku usaha minoritas lainnya dalam membangun modal sosial dan kepercayaan. Sosial: penelitian ini memberikan wawasan baru dalam memahami model kerukunan antarumat beragama yang

dibangun tidak hanya melalui dialog teologis, tetapi juga melalui interaksi ekonomi yang profesional, jujur, dan saling menguntungkan di ruang publik yang majemuk.

Tinjauan Pustaka

Konsep Jihad Ekonomi dalam Islam

Jihad dalam perspektif Islam tidak sebatas dimaknai sebagai perjuangan fisik, melainkan ikhtiar sungguh-sungguh dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi. (Antonio, 2001) Jihad ekonomi dipahami sebagai usaha produktif dan profesional yang dilakukan secara halal untuk mewujudkan kemandirian ekonomi umat serta kemaslahatan sosial. Bentuk jihad ini tercermin melalui kerja keras (*ijtihad*), kejujuran, serta komitmen menjaga etika muamalah dalam aktivitas bisnis (Hasan, 2003).

Dalam praktik kontemporer, jihad ekonomi juga diartikan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi umat berbasis nilai syariah yang menekankan integritas, tanggung jawab sosial, dan orientasi keberlanjutan usaha (Siregar et al., 2024). Oleh karena itu, jihad ekonomi memiliki dimensi spiritual sekaligus sosial-ekonomi, yang berfungsi mendorong umat Islam untuk aktif berwirausaha tanpa

meninggalkan nilai-nilai agama.

Etos Kerja Islam (Islamic Work Ethic)

Etos Kerja Islam atau *Islamic Work Ethic* adalah seperangkat nilai kerja yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah yang memandang kerja sebagai ibadah. Nilai utama etos kerja Islam meliputi kejujuran (*shiddiq*), amanah, disiplin, tanggung jawab, kerja keras, serta pelayanan yang ramah dan adil (Ali dan Al-Owaidan, 2008).

Kerja tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga merupakan manifestasi ketaatan kepada Allah dan kontribusi bagi kesejahteraan sosial. Penelitian-penelitian mutakhir menunjukkan bahwa etos kerja Islam berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, kepuasan pelanggan, serta keberlanjutan bisnis pelaku UMKM Muslim (Usman et al., 2015). Dalam konteks usaha kuliner, penerapan etos kerja Islam diwujudkan melalui jaminan halal *thayyiban*, keterbukaan transaksi, keramahan dalam pelayanan, serta konsistensi kualitas produk.

Muamalah Hasanah dan Fiqh Sosial

Muamalah hasanah merupakan pola interaksi ekonomi yang menekankan nilai kebajikan, keadilan, dan kemaslahatan bersama. Praktik ini mensyaratkan hubungan bisnis yang menghindari penipuan,

diskriminasi, dan eksploitasi (Hasan., et.al, 2003).

Sementara itu, konsep fiqh sosial dikembangkan sebagai pendekatan kontekstual terhadap hukum Islam yang berfokus pada kemaslahatan bersama serta keharmonisan sosial dalam masyarakat plural (Mardani, 2013). Fiqh sosial mendorong umat Islam untuk mampu beradaptasi dan menghormati budaya lokal tanpa meninggalkan prinsip syariah. Dalam aktivitas ekonomi lintas agama, muamalah hasanah dan fiqh sosial menjadi fondasi terbentuknya sikap saling menghormati, toleran, dan inklusif sehingga ekonomi berfungsi sebagai jembatan integrasi sosial.

Pedagang Muslim dalam Masyarakat Multikultural

Studi-studi di Bali Utara menunjukkan bahwa interaksi ekonomi pedagang Muslim di tengah masyarakat Hindu relatif harmonis. Faktor penentunya adalah kemampuan pedagang Muslim mempraktikkan nilai etika universal, pelayanan non-diskriminatif, serta penghormatan terhadap tradisi lokal seperti Hari Raya Nyepi (Undiksha Research Group, 2023).

Pendekatan pemasaran berbasis identitas halal tidak ditujukan untuk

membangun eksklusivitas, melainkan menjamin kualitas konsumsi bagi semua pelanggan (Idris, 2025). Nilai profesionalisme yang ditopang etos kerja Islami menumbuhkan kepercayaan sosial lintas agama sehingga berdampak positif terhadap keberlangsungan usaha.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (Creswell, 2014; Yin, 2018). Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena implementasi "Jihad Ekonomi" dan "Etos Kerja Islam" dalam konteks sosial-budaya yang unik.

Lokasi penelitian adalah Kabupaten Buleleng, Bali. Subjek penelitian (informan) ditentukan melalui teknik purposive sampling (Patton, 2015), memilih individu yang dianggap relevan dan memahami fenomena yang diteliti.

Mengingat keterbatasan geografis, pengumpulan data primer dilakukan secara virtual (daring), sebuah adaptasi metodologi yang relevan di era digital (Hine, 2015). Teknik ini meliputi:

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara semi-terstruktur dilakukan melalui *video call* (Salmons, 2012). Informan terdiri dari pedagang kuliner

Muslim (informan kunci) yang bernama Bapak Abdul Rokhim Pengusaha Kuliner dengan Brand Usahanya “Cak Ibad Seafood”, serta pelanggan (Hindu) yang bernama Gede Budiarto, dan tokoh masyarakat (informan pendukung) yaitu Penyuluh Agama Islam Buleleng yang bernama Bapak Hizbullah Huda.

2. Observasi Virtual (Visual Ethnography): Observasi dilakukan secara sinkronus (live video) dan asinkronus (analisis foto/video) untuk memahami praktik kerja di lapangan (Pink et al., 2016).
3. Studi Dokumentasi Digital: Menganalisis data sekunder seperti ulasan pelanggan (review) di Google Maps, media sosial, serta artikel berita lokal (Creswell, 2014).

Data dianalisis menggunakan model analisis kualitatif interaktif (Miles, Huberman, & Saldana, 2014), yang mencakup tiga tahap simultan: reduksi data (pengkodean tematik), penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi (Denzin, 1978), yang diadaptasi secara virtual. Triangulasi meliputi triangulasi sumber (membandingkan data antar informan: pedagang, pelanggan, tokoh) dan triangulasi metode (memvalidasi silang data hasil wawancara, observasi

virtual, dan dokumentasi digital) (Patton, 2015).

Hasil dan Pembahasan

Bapak Abdul Rokhim, atau yang dikenal sebagai Cak Ibad, merupakan seorang pedagang kuliner muslim yang telah menjalankan usahanya di Bali sejak tahun 2008, berpindah-pindah lokasi hingga akhirnya menetap di Buleleng sejak tahun 2012 dan kini telah memiliki 3 Cabang di kawasan Kabupaten Buleleng Provinsi Bali. Usaha kulinernya, dikenal dengan nama Warung "Cak Ibad Seafood," menawarkan menu lalapan yang dikolaborasikan dengan *seafood* (ikan, cumi, udang, kepiting), di mana "lalapan" merupakan istilah lokal Bali untuk sambal penyetan.



Gambar 1.1 Dokumentasi Warung Pusat Cak Ibad Seafood

Motivasi utama Cak Ibad dalam

berdagang tidak hanya sekedar mencari nafkah, tetapi juga untuk menjalankan sunah Rasulullah serta sebagai bentuk syiar (penyebaran ajaran Islam). Ia memahami konsep jihad ekonomi sebagai upaya untuk memperkuat sektor ekonomi komunitas minoritas muslim di Bali sebelum melakukan perjuangan yang lebih luas, agar perjuangan tersebut dapat berjalan maksimal dan tidak mudah goyah. Cak Ibad aktif dalam kegiatan keagamaan dan kemanusiaan, yang membuatnya dipandang baik oleh masyarakat setempat, terlepas dari statusnya sebagai Muslim dan pendatang.

Dalam menjalankan usahanya, Cak Ibad sangat menekankan pada nilai kejujuran (*siddiq*), amanah, dan berbagi, yang merupakan karakter yang dibentuk oleh keluarganya. Untuk memastikan kejujuran, ia menerapkan standar porsi yang adil dan terbuka mengenai kualitas bahan. Salah satu contoh kejujuran yang diterapkan adalah memberikan harga diskon untuk kepiting yang sudah mati (walaupun masih bagus), dan jujur mengatakan kepada pelanggan bahwa ikan yang disajikan murah dimasak dengan bumbu yang istimewa.

Meskipun merasa sulit untuk mendapatkan sertifikat halal, Cak Ibad

berupaya menerapkan standar *halal thayyiban* secara maksimal, seperti memastikan daging ayam yang dibeli dari sesama muslim yang memahami syariat penyembelihan dan kebersihan, serta memastikan makanan dibersihkan secara profesional.

Mengenai hal tersebut, Cak Ibad menyatakan tidak ada diskriminasi dalam melayani pelanggan yang sebagian besar berlatar belakang Hindu, serta suku dan ras pelayanan lain; semua dilayani secara sama rata, mencerminkan konsep muamalah hasanah. Agama keyyakinan tidak mempengaruhi jenis produk yang dijual, bahkan ia merasa bahwa statusnya sebagai penjual muslim justru memungkinkan semua kalangan (Hindu, Kristen, dll.) untuk membeli.

Dalam hal karyawan, Cak Ibad pernah mempekerjakan orang Hindu, namun saat ini tidak lagi karena pertimbangan kinerja yang dipengaruhi oleh banyaknya kegiatan ibadah dan hari raya Hindu, yang membuat jam operasional warung tidak maksimal.

Dalam menghadapi hari raya besar Hindu seperti Galungan dan Kuningan, warungnya dipastikan sepi karena banyaknya kegiatan sembahyang masyarakat. Bahkan pada Hari Raya Nyepi, warungnya harus libur total sebagai bentuk penghormatan terhadap budaya setempat, karena tidak boleh ada

aktivitas yang sama sekali di Bali.

Mengenai hambatan sosial budaya, Cak Ibad menyatakan secara pribadi tidak merasakannya karena strateginya mencari teman dari berbagai kalangan, bahkan teman-teman Hindu di Bali sering membantu. Namun, ia mengakui adanya dinamika dan potensi "diskriminasi" yang lebih terkait dengan aturan dan budaya lokal (seperti kewajiban membayar kontribusi adat harian bagi penjual di desa) daripada masalah agama.

Konsep Jihad Ekonomi yang dijalankan oleh Cak Ibad di Buleleng diinterpretasikan sebagai perjuangan yang sungguh-sungguh dan profesional untuk mencari rezeki yang halal dan *thayyib* (Chapra, 2008). Perjuangan ini memiliki tujuan strategis ganda: memperkuat sektor ekonomi minoritas Muslim di Bali (Cak Ibad, In-Group) sekaligus membangun kredibilitas. Kredibilitas ini divalidasi oleh Penyuluh Agama Buleleng yang melihat implementasi *jihad* sebagai upaya sungguh-sungguh dalam mengurus perizinan dan sertifikasi Halal (Penyuluh Agama, Validator). Sikap profesional inilah yang pada akhirnya membangun *trust* di masyarakat Hindu, menjadikan kerukunan yang terbangun jauh lebih kokoh (Penyuluh Agama, Validator).

Keberhasilan *jihad* ekonomi ini tidak hanya bersifat internal, tetapi juga terkonfirmasi secara empiris. Warung Cak Ibad Seafood selalu ramai dan sering mengalami antrean panjang, menjadi bukti nyata kemampuan pedagang Muslim tersebut untuk berkembang (*thrive*) di tengah lingkungan mayoritas Hindu (Bli Gede, Pelanggan). Fenomena ini menegaskan bahwa etika yang berakar pada nilai agama dapat menjadi keunggulan kompetitif yang valid di pasar multikultural. Nilai-nilai Etos Kerja Islam menjadi strategi utama Cak Ibad untuk membangun kepercayaan lintas batas, yang merupakan manifestasi praktis dari iman dalam aktivitas ekonomi (Nasr, 1994). Integritas ini diwujudkan melalui dua pilar utama: kejujuran dan kualitas.

Pilar kejujuran (*Shiddiq*) dan integritas (*Amanah*) diterapkan secara transparan oleh Cak Ibad, misalnya dengan memberikan harga diskon untuk produk yang mutunya sedikit menurun dan jujur mengenai kualitas bahan (Cak Ibad, In-Group). Nilai *Shiddiq* dalam takaran dan bahan ini kemudian diakui oleh Penyuluh Agama sebagai standar wajib yang diformalkan melalui proses pendampingan Halal, menjadikan integritas sebagai standar kualitas universal (Penyuluh Agama, Validator).

Pilar kedua adalah profesionalisme

(*Itqan*) dan kualitas (*Thayyiban*). Cak Ibad berupaya menerapkan standar halal *thayyiban* secara maksimal, memastikan kebersihan profesional dan kualitas rasa yang enak (Cak Ibad, In-Group). Komitmen pada kualitas ini terkonfirmasi oleh pelanggan Hindu yang secara konsisten memilih warung ini karena kualitas rasa yang dinilai enak dan aspek kebersihan (*thayyiban*) yang terjaga dan nyaman (Bli Gede, Pelanggan). Hal ini mencerminkan peningkatan *awareness* pedagang untuk "naik kelas" melalui higienitas, yang diamati oleh Penyuluh Agama.

Selain kualitas produk, *Muamalah Hasanah* (perlakuan baik) menjadi kunci untuk menjembatani keragaman. Cak Ibad tidak melakukan diskriminasi dalam melayani pelanggan yang berlatar belakang Hindu, suku, dan ras lain (Cak Ibad, In-Group). Pelayanan ramah, tulus, dan non-diskriminatif ini dikonfirmasi efektif oleh pelanggan Hindu, menunjukkan bahwa etos kerja yang berlandaskan kejujuran dan keramahan mampu melintasi batas-batas keragaman (Bli Gede, Pelanggan).

Bagi pelanggan *out-group*, fokus utama mereka adalah kualitas makanan dan pelayanan yang baik, bukan latar belakang agama penjual ("yang penting enak"). Hal

ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik telah menciptakan ruang netral di mana identitas agama tidak menjadi penghalang.

Interaksi sosial-ekonomi ini diperkuat oleh falsafah lokal Menyama Braya (merasa bersaudara) (Penyuluh Agama, Validator). Bukti tertinggi dari fiqih sosial pemahaman agama dalam konteks masyarakat adalah partisipasi 100% pedagang Muslim dalam Catur Brata Penyepeian (Nyepi) dengan menutup warung. Tindakan ini membuktikan bahwa pedagang Muslim tidak hanya mencari hidup, tetapi juga ikut "menghidupi" harmoni Buleleng (Cak Ibad, In-Group; Penyuluh Agama, Validator).

Meskipun secara sosial terintegrasi, terdapat tantangan operasional yang harus dikelola. Cak Ibad pernah mempekerjakan orang Hindu, namun tidak lagi karena pertimbangan kinerja yang dipengaruhi oleh banyaknya kegiatan ibadah dan hari raya Hindu (Cak Ibad, In-Group). Hal ini menyoroti adanya konflik antara tuntutan efisiensi bisnis dan ritme budaya mayoritas.

Kendati demikian, secara ekonomi terdapat simbiosis mutualisme yang kuat: pedagang Muslim membutuhkan *krama* (warga) Hindu sebagai konsumen utama, dan *krama* Hindu memiliki *trust* untuk jajan karena jaminan kualitas dan halal (Penyuluh Agama, Validator). Simbiosis ini

menyimpulkan bahwa Etos Kerja Islam di Buleleng berfungsi sebagai pilar etika yang menopang integrasi dan kerukunan sosial-ekonomi yang kokoh.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Keberhasilan ekonomi pedagang Muslim minoritas, seperti Cak Ibad di Buleleng, berakar pada transformasi fundamental Etos Kerja Islam menjadi strategi bisnis yang profesional dan adaptif. Penelitian ini menemukan bahwa konsep Jihad Ekonomi secara cerdas diinterpretasikan bukan sebagai konflik, melainkan sebagai perjuangan sungguh-sungguh (*mujahadah*) untuk membangun kredibilitas melalui praktik bisnis yang jujur dan bermutu tinggi. Kualitas ini diwujudkan melalui standar produk halal *thayyiban* (halal dan baik) yang ketat, ditopang oleh pilar kejujuran (Shiddiq/Amanah) dalam setiap transaksi. Implementasi etika ini terbukti menjadi keunggulan kompetitif yang tidak hanya divalidasi oleh Penyuluh Agama, tetapi juga secara empiris dikonfirmasi oleh loyalitas pelanggan Hindu, seperti yang diakui oleh Bli Gede, yang melihat integritas ini sebagai nilai universal.

Kesuksesan *thrive* (tumbuh maju) ini didukung kuat oleh penerapan Muamalah

Hasanah (interaksi bisnis yang baik) dan fiqih sosial yang melampaui batas-batas identitas. Fiqih sosial ini dimanifestasikan melalui pelayanan yang total dan non-diskriminatif kepada seluruh pelanggan, yang memastikan inklusivitas di ruang publik. Poin krusialnya adalah kepatuhan penuh terhadap ritual mayoritas, seperti menghormati Hari Raya Nyepi dengan menutup usaha, menunjukkan komitmen mendalam terhadap tatanan sosial setempat. Sikap adaptif dan hormat ini membuktikan bahwa etika bisnis Cak Ibad tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mengutamakan pembangunan modal sosial, sehingga menciptakan fondasi yang kuat untuk diterima dan dipercaya oleh komunitas mayoritas.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan adanya simbiosis mutualisme yang kokoh di mana etika bisnis universal yang berlandaskan nilai-nilai Islam secara langsung menopang harmoni sosial. Keberhasilan ekonomi Cak Ibad merupakan representasi nyata dari bagaimana profesionalisme berbasis keimanan dapat berintegrasi sempurna dengan kearifan lokal. Harmoni ini berakar pada falsafah lokal Menyama Braya (bersaudara/kekeluargaan), menjadikan aktivitas ekonomi sebagai jembatan untuk memupuk persaudaraan sejati lintas agama. Dengan demikian, Kesimpulan utama adalah bahwa

keberhasilan ekonomi pedagang Muslim minoritas di Buleleng merupakan hasil dari perpaduan strategis antara Etos Kerja Islam yang profesional dan kepatuhan sosial total, menghasilkan kerukunan sosial-ekonomi yang berkelanjutan

Saran

1. Bagi Pedagang Muslim Minoritas

Para pedagang Muslim minoritas, khususnya yang beroperasi di lingkungan masyarakat multikultural, diharapkan terus mempertahankan dan mengembangkan implementasi Etos Kerja Islam yang mencakup kejujuran, amanah, pelayanan ramah, profesionalisme, serta konsistensi dalam menjaga kualitas produk halal dan *thayyiban*. Nilai-nilai tersebut terbukti tidak hanya memperkuat daya saing usaha, tetapi juga membangun kepercayaan lintas agama.

2. Bagi Lembaga Keagamaan dan Penyuluh Agama

Lembaga keagamaan dan penyuluh agama diharapkan dapat memperluas program pendampingan ekonomi umat berbasis konsep *Jihad Ekonomi damai*, dengan menekankan praktik wirausaha yang etis, adaptif, dan berwawasan keberagaman. Sosialisasi tentang muamalah hasanah dan fiqh sosial perlu

diperkuat agar pedagang memiliki pemahaman yang komprehensif terhadap peran ekonomi sebagai sarana dakwah bil-hal dan perekat harmoni sosial.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan nyata kepada pelaku UMKM lintas agama melalui pelatihan manajemen usaha, sertifikasi halal, pendampingan legalitas usaha, serta fasilitasi promosi produk kuliner berbasis kearifan lokal. Sinergi antara pelaku usaha dan pemerintah dapat memperkuat perekonomian lokal sekaligus menjaga toleransi dan stabilitas sosial.

4. Bagi Masyarakat Multikultural

Masyarakat diharapkan terus memelihara nilai-nilai kebersamaan dan toleransi seperti falsafah *Menyama Braya*, dengan menjadikan aktivitas ekonomi sebagai ruang interaksi positif lintas agama. Sikap saling menghormati dan mendukung usaha komunitas lain akan memperkuat modal sosial dan kesejahteraan bersama.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* guna mengukur secara lebih terstruktur hubungan antara Etos Kerja Islam, tingkat keberhasilan ekonomi, dan kualitas

kerukunan sosial. Studi komparatif di daerah multikultural lainnya juga penting dilakukan agar diperoleh generalisasi temuan yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Atiya, N. (2024). *Critical review of Islamic work ethic literature across topics* [Systematic review]. *Journal of Muslim and Development?* (PDF). Retrieved from <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb/article/view/914>
- (Analisis tipologi) *Analisis tipologi dan komodifikasi simbolik Warung Muslim di Singaraja-Bali* (2023). Retrieved from ResearchGate.
- Chapra, M. U. (2008). *The Challenge of Economics and Islam*. Karachi: Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.
- Hasan, M. (2015). Etos Kerja Islam dan Kewirausahaan: Studi Kasus Pengusaha di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 110–125.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury Academic.
- Idris, M. (2025). *Symbolic motivation behind the branding of “Warung ...”* (study on Muslim warung branding). *e-Journal IAIN Palangkaraya*. Retrieved from <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/jsam/article/download/8990/3196/31031>
- Kamaluddin, N. (2010). *The conceptual framework of Islamic work ethics* (working paper). Universiti Teknologi MARA. Retrieved from <https://ir.uitm.edu.my/31081/2/31081.pdf>
- Mitra, S. (2020). *An analysis of the falsification criterion of Karl Popper: A critical review*. *Tattva—Journal of Philosophy*, 12(1), 1–18. <https://doi.org/10.12726/tjp.23.1>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nasr, S. H. (1994). *A Young Muslim's Guide to the Modern World*. Kazi Publications. (Asumsi: Karya Nasr yang membahas etika, nilai, dan manifestasi Islam dalam kehidupan, termasuk etos kerja).
- Nasr, S. H. (1994). *Ideals and Realities of Islam*. Kazi Publications.
- Nur, A. (2020). Jihad Ekonomi Pedagang Kecil Muslim di Tengah Pasar Modern. *Jurnal Sosiologi Agama*, 14(1), 45–60.
- Pola interaksi pedagang Hindu dan Islam di Seririt, Buleleng* (Undiksha journal). Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPSU/article/view/100796/35087>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Sage Publications.

- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. Sage Publications.
- Salmons, J. (2012). *Cases in Online Interview Research*. Sage Publications.
- Siregar, I., Maliki, D., & Nasution, F. (2024). *Jihad Ekonomi dalam perspektif hadis: Tinjauan terhadap gerakan boikot produk Israel sebagai dukungan terhadap Palestina*. *MUQADDIMAH*, 2(3), 181–192.
<https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.938>
- Suryawan, I. N. (2010). *Kota dan Masyarakat di Bali Utara: Historiografi Singaraja*. Denpasar: Pustaka Larasan. (Asumsi: Karya tentang sejarah dan sosiologi Singaraja yang menjelaskan peran kota sebagai pelabuhan dan pusat multikultural).
- Suryawan, I. N. (2010). *Kota-Kota Kolonial di Indonesia: Sejarah Kota dan Arsitektur*. Penerbit Ombak.
- Usman, M., Shahzad, K., & Khan, K. (2015). *Islamic work ethics (IWE): A review of literature and directions for future research* (review paper). Retrieved from <https://jibm.org/wp-content/uploads/2018/05/Islamic-Work-Ethics-IWE-A-Review-of-Literature.pdf>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.