

Research Article

## Ayat Penglaris Dagangan (Living Qur'an pada Komunitas Pedagang Pasar Besar Kota Palangka Raya)

Akhmad Dasuki,<sup>1</sup> Baihaki,<sup>2</sup> Agusti Sukma Wati,<sup>3</sup> Munirah.<sup>4</sup>

1. IAIN Palangka Raya, [akhmaddasuki@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:akhmaddasuki@iain-palangkaraya.ac.id)
2. IAIN Palangka Raya, [suckmagigihadid@gmail.com](mailto:suckmagigihadid@gmail.com)
3. IAIN Palangka Raya, [munirah@iain-palangkaraya.ac.id](mailto:munirah@iain-palangkaraya.ac.id)

Copyright © 2024 by Authors, Published by Risalah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

Received : March 8, 2024

Revised : April 20, 2024

Accepted : May 26, 2024

Available online : June 5, 2024

**How to Cite:** Akhmad Dasuki, Baihaki, Agusti Sukma Wati, and Munirah. 2024. "AYAT PENGLARIS DAGANGAN (LIVING QUR'AN PADA KOMUNITAS PEDAGANG PASAR BESAR KOTA PALANGKA RAYA)". *Risalah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 10 (2):584-97. [https://doi.org/10.31943/jurnal\\_risalah.v10i2.826](https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v10i2.826).

**Abstract:** The Qur'an is used by Muslim communities not only as reading material that has the value of worship, but also as a mantra, medicine, shield or protector. Even the Al-Qur'an is also used by traders as a reading or practice for selling goods, as is the case at the Big Market in Palangka Raya City. The aim of this research is to find out what verses are used as sales sellers, how they are used and how traders respond to these verses. This type of research is field research with an approach to the reception of the Quran and the sociology of knowledge. Data collection was carried out using snowball sampling techniques through interviews, observation and documentation. The research results show that the verses that are usually used as sales sellers are Basmallah, QS Al-Fatihah, the thousand dinar verse, Surah Ampat, Alam Nasrah, Tasbih Nabi Yunus and QS. Yasin, al-Mulk and al-Waqiah. These verses are recited when opening a shop or after prayer. The reception of traders in this phenomenon is the salesperson who is used only as an intermediary for the business being carried out, while the one who determines the smoothness of the sustenance obtained is Allah SWT.

**Keywords:** Selling Verses, Merchants, Living Qur'an

**Abstrak:** al-Qur'an difungsikan oleh masyarakat muslim tidak hanya sebagai bacaan yang bernilai ibadah, tetapi juga difungsikan sebagai mantra, obat, perisai atau pelindung. Bahkan al-Qur'an juga digunakan oleh para pedagang sebagai bacaan atau amalan penglaris dagangan sebagaimana yang terjadi pada Pasar Besar Kota Palangka Raya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja ayat-ayat yang

digunakan sebagai penglaris dagangan, bagaimana cara penggunaannya dan bagaimana resepsi pedagang terhadap ayat-ayat tersebut. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan resepsi al-Qur'an dan sosiologi pengetahuan. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan teknik *snowball sampling* melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ayat-ayat yang biasa dijadikan sebagai penglaris dagangan adalah, Basmallah, QS.Al-Fatihah, ayat seribu dinar, Surah empat, Alam Nasrah, Tasbih Nabi Yunus dan QS. Yasin, al-Mulk dan al-Waqiah. Ayat-ayat tersebut dibacakan ketika awal membuka toko atau setelah shalat. Adapun resepsi pedagang dalam fenomena ini adalah ayat penglaris yang digunakan hanya sebagai perantara usaha yang dilakukan, sementara yang menentukan kelancaran rezeki yang diperoleh adalah Allah SWT.

**Kata Kunci:** Ayat Penglaris, Pedagang, Living Qur'an

## PENDAHULUAN

Living Qur'an dapat dikategorikan sebagai kajian terhadap berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan al-Qur'an dengan keberadaannya di tengah komunitas muslim atau masyarakat tertentu. (Farhan, 2017) Living Qur'an memuat cerita atau fenomena yang berkaitan tentang bagaimana manusia berinteraksi dengan teks Al-Qur'an. Cara manusia berinteraksi dengan teks Al-Qur'an sangat berbeda-beda. Karena itu berbicara tentang living Qur'an setidaknya ada tiga hal yang perlu digaris bawahi. Pertama berbicara tentang manusia, yang kedua ada proses produksi dan penerimaan teks yang disebut dengan persepsi, dan yang ketiga proses pertemuan itu terjadi di dalam konteks yang dinamis tidak pernah tetap selalu berubah. Perubahan konteks, perubahan ruangan dan waktu, dan perubahan subjek. Perubahannya sangat banyak sedangkan ceritanya sama. (Rof'i'i dkk, 2021)

Sementara al-Qur'an merupakan rujukan utama ajaran agama Islam dan dijadikan sebagai petunjuk hidup bagi setiap muslim. (Imam Muhsin, 2001) Allah menurunkan Al-Qur'an sebagai pedoman untuk tata kehidupan manusia, meski masa telah berlalu tetapi ayat-ayatnya masih tetap aktual dirasakan oleh umatnya. Al-Qur'an tidak hanya memuat petunjuk tentang interaksi manusia dengan Tuhannya, tetapi juga mengatur interaksi manusia dengan manusia yang lainnya, bahkan interaksi manusia dengan alam yang mengitarinya. (Rof'i'i dkk, 2021)

Fenomena hubungan atau model pemahaman masyarakat muslim kepada Al-Qur'an dalam ruang lingkup sosial memang cukup dinamis dan variatif. Sebagai bentuk resepsi sosio-kultural dan apresiasi serta respon masyarakat muslim terhadap Al-Qur'an memang banyak dipengaruhi oleh cara model berfikir, kondisi lingkungan sosial, serta konteks yang melingkupi kehidupan mereka. Dari bermacam bentuk dan gaya praktek serta resepsi masyarakat dalam menggunakan dan berinteraksi terhadap Al-Qur'an itulah yang disebut *Living Qur'an* atau Al-Qur'an yang hidup di tengah-tengah masyarakat. (Abdul Mustaqim, 2015)

Al-Qur'an yang diterima dan diakui serta hidup di masyarakat sebagai ajaran yang penting bagi pemeluknya. (Dadang Kahmad, 2000) begitu juga yang terjadi di Pasar besar Kota Palangka Raya yang mayoritas pedagangnya muslim. Dalam praktik pengamalan mereka dalam kehidupan sehari-hari, ada yang "beda" dalam kehidupan, kalau diamati dari segi pemahaman terhadap ayat-ayat Al-Qur'an. Sesuatu yang "beda" itulah yang menjadi letak keunikan dalam penelitian ini yang membuat peneliti termotivasi kuat untuk meneliti, mengkaji dan memaparkan ayat-ayat Al-Qur'an yang dipakai dan

dipahami serta digunakan oleh para pedagang pasar besar kota Palangka Raya sebagai penglaris dagangan mereka.

Observasi pendahuluan telah dilakukan melalui (penelitian lapangan), didapatkan informasi bahwa, terdapat beberapa ayat Al-Qur'an yang dijadikan oleh sebagian kalangan pedagang pasar besar kota Palangka Raya agar dagangan yang mereka jual laris dan laku keras. Mereka menggunakan ayat al-Qur'an yaitu di antaranya QS. At-Talaq ayat 2-3 sebagai berikut:

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ

*“Siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya. Dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga”*

Ayat di atas digunakan oleh para pedagang besar kota Palangka Raya sebagai ayat penglaris (Subjek A, Wawancara 2022). karena memang diyakini sebagai ayat yang bisa mendatangkan rezeki yang berlimpah sebagaimana redaksi artinya Allahlah yang memberi Rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka, pemaknaan yang tidak disangka-sangka inilah diduga kuat penarik rezeki yang ampuh dijadikan sebagai penglaris dagangan. sehingga ayat inipun populer dengan sebutan ayat seribu dinar. Bahkan ayat ini tidak hanya diamalkan dan dibaca, tetapi juga bisa ditempel di toko-toko sebagai penglaris dagangan mereka.

Ayat atau surah yang lain yaitu QS. Al-Fatihah ayat 1-7. Yang berbunyi sebagai berikut:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ١ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ٢ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ٣ مَلِكِ يَوْمِ الدِّينِ ٤ إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ ٥  
إِهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ٦ صِرَاطَ الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ ٧ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ٨

Ayat atau Surah ini juga menjadi salah satu bacaan ayat al-Qur'an yang juga menjadi amalan yang dibaca oleh pedagang pasar besar kota Palangka Raya (Wawancara 2022), secara makna yang terkandung dalam surah tersebut kalau diamati secara seksama tidak didapatkan makna korelasi yang sesuai dengan makna penglaris atau pelancar usaha, tetapi ayat atau surah ini juga digunakan oleh pedagang pasar besar kota Palangka Raya. Hal-hal inilah di antara faktor yang menarik peneliti untuk mengkaji lebih jauh, ayat-ayat apa saja yang digunakan sebagai ayat penglaris dagangan dan seperti apa bentuk resepsi pemahaman pedagang pasar besar tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dalam bentuk studi kasus, yang berlokasi di Pasar besar kota Palangka Raya Kalimantan Tengah. Tempat ini menjadi objek lokasi penelitian sebab di lokasi ini terdapat kesenjangan penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an yang biasanya ayat al-Qur'an itu dibaca dan dipahami maknanya sebagaimana pada umumnya, oleh para pedagang pasar besar kota Palangka Raya sebagian dijadikan sebagai “jimat penglaris” yang diyakini oleh para pedagang dapat menjadi daya tarik pembeli untuk membeli barang dagangannya, meskipun pada sebagian pedagang tidak terlalu penting memahami makna apa yang terkandung dalam ayat tersebut, apakah sesuai atau tidak, yang terpenting adalah khasiat atau manfaat yang bisa mereka dapatkan dari penggunaannya atau pengamalannya. Oleh sebab itulah penelitian ini perlu untuk diteliti lebih lanjut dan dikaji lebih jauh.

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan antropologi dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan “antropologi” menurut Deden

adalah salah satu usaha untuk memahami agama dengan metode melihat langsung praktek yang tumbuh dan terjadi di masyarakat. (Deden Ridwan, 2001) Antopologi berusaha mengamati hubungan antara satu agama dengan berbagai macam keadaan sosial yang sedang terjadi di masyarakat (Abuddin Nata, 2001) Bentuk praktek dan pemahaman keagamaan dalam penelitian ini adalah Ayat penglaris dagangan yang biasa digunakan oleh para pedagang pasar besar kota Palangka Raya. Sedangkan Jenis penelitian lapangan (*field research*) (Rahmadi, 2011) yang dimaksud adalah dengan cara turun langsung ke lapangan untuk mengamati, menggali, mewawancarai dan mengeksplorasi sejumlah pemahaman para pedagang dan penerapan ayat-ayat Al-Qur'an yang dijadikan sebagai penglaris dagangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Palangka Raya, yang merupakan ibu kota dari provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia. Kota ini memiliki luas wilayah 2.853,12 km<sup>2</sup> dan berpenduduk sebanyak 266.020 jiwa (2020) dengan kepadatan penduduk rata-rata 93,24 jiwa/km<sup>2</sup>. ([www.palangkakota.bps.go.id](http://www.palangkakota.bps.go.id) t.thn.) Kota Palangka Raya ini terdiri atas 5 kecamatan, yakni: Pahandut, Jekan Raya, Bukit Batu, Sebangau, dan Rakumpit. Sedangkan Pasar Besar Kota Palangkaraya yang menjadi tempat fokus lokasi penelitian berada di Kelurahan Pahandut, Kecamatan Pahandut, Kota Palangkaraya. Pahandut merupakan kelurahan pertama yang ada di Kota Palangka Raya dan merupakan kecamatan kota yang menjadi cikal-bakal awal berdirinya Kota Palangkaraya, Ibu Kota Kalimantan Tengah. Pasar ini disebut pasar besar, karena kawasan pasar swasta ini sangat luas berada di Jalan Ahmad Yani jalan protokol yang ramai dilalui kendaraan. Di kawasan Pasar Besar ini juga ada sebuah masjid pertama dibangun di Palangkaraya di Jalan Dharmosugondo.

Pasar ini berjenis pasar tradisional yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok yang dijual dengan harga merakyat sehingga harganya murah bagi masyarakat. Adapun pedagang yang berjualan di Pasar Besar cukup banyak, dari kawasan pasar tradisional, penjual emas, penjual barang elektronik, penjual pakaian, penjual makanan pokok, dan lain-lain sebagainya. Kawasan ini juga ada pasar subuh yang banyak menjual hasil pertanian dan perikanan juga perkebunan rakyat sejenis buah-buahan. Pasar besar ini merupakan pasar terlengkap yang ada di Kota Palangkaraya. Warga yang melakukan transaksi dalam sehari ratusan bahkan ribuan orang di pasar yang juga dikenal dengan sebutan Pasar Payang ini. (H.S.B, Ketua Harian P4B, Wawancara)

#### 1. Definisi Ayat Penglaris Dagangan

Kata ayat secara harfiah berarti tanda. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai beberapa kalimat yang merupakan kesatuan maksud sebagai bagian surah dalam kitab suci al-Qur'an. (KBBI t.thn.) Ayat-ayat al-Qur'an berarti bagian tertentu dalam al-Qur'an yang tersusun atas satu atau beberapa jumlah (kalimat) walau dalam bentuk takdir (prakiraan) sekalipun, yang memiliki tempat permulaan dan tempat berhenti yang bersifat mandiri dalam sebuah surah. (Muhammad Amin Suma, 2002)

Kata penglaris adalah berasal dari kata laris, yaitu laku atau cepat laku, maksud dari kalimat dari penglaris disini adalah sesuatu hal yang membuat laris baik barang dagangan atau usaha maupun hal yang lainnya. Adapun dalam ilmu bisnis populer,

penglaris adalah sebutan untuk pembeli pertama yang dipercaya dapat menarik pembeli-pembeli selanjutnya. Dalam hal ini penglaris adalah sebuah keadaan yang dapat memicu keberhasilan beruntun. Oleh karena itu, pembeli pertama umumnya mendapatkan keistimewaan, misalnya mendapatkan potongan harga atau bonus pembelian. (Ludino, 2013) Sedangkan yang dimaksud disini adalah ayat-ayat al-Qur'an yang dibacakan atau diamalkan oleh pedagang khususnya pedagang pasar besar kota Palangka Raya untuk mendapatkan percepatan keuntungan atau supaya "laris manis" atau laku laku keras terhadap barang-barang yang ia perjualbelikan.

## HASIL PENELITIAN

Data penelitian yang disajikan dalam pembahasan ini merupakan hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari sumber data dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada awalnya peneliti melakukan teknik pengalihan data dengan teknik wawancara. Hasil penelitian ini berisikan data dari para subjek sebanyak 8 (delapan) orang. Subjek penelitian adalah para pedagang pasar besar kota Palangka Raya yang beragama Islam dan telah berjualan atau berdagang lebih dari lima tahun lamanya.

Subjek A, salah seorang pedagang pasar besar kota Palangka Raya yang telah berjualan lebih dari 40 tahun lamanya, mengatakan bahwa penggunaan ayat penglaris tergantung pada individu masing-masing. Menurutnya, rezeki sudah ada yang mengatur, akan tetapi ada usaha yang bisa dilakukan. Dalam hal ini Subjek A menyebutkan bahwa usaha tersebut bisa dengan berdo'a terlebih dahulu untuk meminta kebaikan dunia dan akhirat. Selain itu jangan lupa jalankan perintah Allah yang utama dulu yaitu shalat lima waktu dan kalau bisa selalu berjamaah, setelah itu bisa baca amaliyah seperti sholawat, ayat yang dibaca untuk amalan laris dagangan biasanya ayat seribu dinar atau surah al-Waqiah yang dibaca setiap subuh, bahkan juga surah Yasin sebagai rangkaian dari kegiatan amaliyah tadi, yang ini lazimnya kita dengar dan dapatkan dari guru-guru kita. Mengenai pemakaiannya, untuk Ayat seribu Dinar selain dibaca juga ditempelkan, dulu kami tempel tapi lepas dan hilang sehingga tidak ada lagi sekarang. Menurut subjek A selanjutnya kesulitannya adalah tinggal keistiqamahan menjaga amalan-amalan tersebut untuk selalu dijaga dan dibaca. (H.A.M., Wawancara, 17 Mei 2022)

Selanjutnya Subjek B, pedagang pasar besar kota Palangka Raya yang telah berjualan sejak 1989 atau sekitar lebih dari 33 tahun. Berdasarkan keterangan subjek C bahwa amalan untuk penglaris dagangannya adalah ketika membuka toko membaca sholawat "*Allahumma sholli 'ala Muhammad, Allah humma Sholli 'Ala Muhammad*, adapun ayat yang biasa dibaca adalah Fatihah empat (QS. Al-Fatihah, QS. Al-Ikhlas, QS. Al-Falaq dan QS. An-Na>s) yang mana keempat surah tersebut dihadiahkan atau dikirimkan untuk arwah-arwah yang sudah meninggal dunia, disebutkan nama-namanya, terutama orang tua kita, setelah itu menurut subjek baru baca istighfar, baca sholawat lalu baca surah al-Ikhlas 3 kali lagi, *subha>nallah* 3 kali, selanjutnya baca aja lagi sholawat sampai kita tertidur. Nah inilah amalan yang rutin subyek lakukan. Kemudian ia melanjutkan modal utamanya adalah keyakinan, yakin kepada Tuhan yang memberi rejeki, disamping itu membaca surah Yasin dan Surah Tabarak juga bisa dilakukan sambil menunggu orang atau penjual datang tapi ini tidak terlalu rutin, paling seminggu itu 3 kali aja. Adapun dapatnya amalan atau bacaan-bacaan ini adalah dari

lazimnya yang biasa disampaikan oleh guru Izai, guru Bakhit, dan guru Zuhdi (nama-nama ulama yang terkenal di Kalimantan). (H.D., Wawancara, Mei 2022)

Begitu juga dengan Subjek C, pedagang yang telah berjualan lebih dari 30 tahun ini meyakini bahwa rezeki itu terserah Allah karena Dialah yang Maha mengatur. Lebih lanjut dia menjelaskan bahwa amalan yang dianggap sebagai pembantu dalam melariskan dagangan adalah membaca Sholawat yang dibaca ketika membuka dagangan tersebut. Adapun ayat yang dijadikan penglaris adalah QS. al-Fatihah, zikir atau tasbih Nabi Yunus yang dibacakan sebanyak 33 kali. Menurut subjek B hal ini tidak bisa instan karena perlu proses dan ia mendapatkan amalan ini menurutnya adalah berdasarkan apa yang ia ketahui dan pelajari sendiri (otodidak).. (M.A., Wawancara, 18 Mei 2022)

Subjek D juga demikian, dia telah berjualan sejak 1990 an atau sekitar lebih dari 30 tahun. Berdasarkan wawancara kepada subjek D ia menerangkan bahwa ketika mau membuka toko membaca sholawat Jibril, bacaannya adalah *sholallahhu 'ala Muhammad, sholallahu 'alaihiwasallam*, lebih mudah biasanya ia putar lewat aplikasi youtube, jadi sambil menyusun barang dagangan sambil mendengarkan sholawat Jibril, lebih lanjut ia menjelaskan biasanya di aplikasi youtube itu sudah ada bagian dan sarannya tersendiri, misal sholawat sabtu berkah, yang mana setiap harinya berganti-ganti, adapun ayat atau surah yang biasa dibaca atau diputar adalah surah Tabarak yang diputar pada hari Kamis sesuai saran dari Youtube itu sendiri, selanjutnya ia menambahkan bahwa kelengkapan barang juga adalah kunci dari kelarisan dagangan tersebut, karena barang yang lengkap, yang orang inginkan ada, maka ia akan membelinya, sebaliknya jika barang yang pembeli mau tidak ada, maka orang tidak jadi membelinya. Begitulah keterangan dari subjek D, sambil menimpali bahwa ia tidak memiliki syarat (jimat) khusus yang sebagian pedagang ada yang demikian. (H. Wawancara, Mei 2022)

Selanjutnya Subjek E adalah seorang penjual ikan yang telah lama berjualan menjelaskan bahwa untuk melariskan dagangannya, bacaan atau amalan yang biasa dibaca adalah sholawat, itulah yang menurutnya yang didapatkan atau didengar dari ceramah ustad-ustad, adapun ayat atau surah al-Qur'an juga ada yaitu membaca QS. Yasin, QS. Waqiah dan QS. Tabarak (al-Mulk) itu biasanya dibaca pada malam Senin dan Jum'at. Dia juga memaparkan bahwa ketika membuka toko yang dibaca adalah bismillah kemudian dilanjutkan membaca sholawat, itulah kebanyakan yang orang lain atau penjual lakukan kata dari subjek E. (Hj. S. Wawancara, Mei 2021)

Adapun Subjek F, seorang penjual Ayam Geprek Wong Alab dan pemilik Rahma Furniture yang telah lama berjualan sekitar lima tahun, menyebutkan secara ringkas bahwa ayat yang dibaca ketika berjualan adalah bismillah dan membaca sholawat serta tidak ketinggalan adalah bersedekah, sebab menurut penjual sedekah itu dapat melancarkan riski. Itu saja menurutnya yang biasa mereka lakukan. (Hj. L., Wawancara, 2022) Sedangkan Subjek G, seorang penjual Ikan yang telah lama berjualan sekitar lima belas tahun, menyebutkan bahwa tidak ada secara khusus dengan rutinitas membaca ayat atau surah tertentu dalam al-Qur'an. Biasanya hanya membaca bacaan *bismilla>hi tawakkaltu 'alallah wa la>hau la> Quwwata Illa> billah*, fatimah empat (yakni QS. Al-Fatihah, QS. Al-Ikhlas, QS. Al-Falaq, QS. An-Nas) yang dikirimkan atau dihadiahkan kepada para wali-wal Allah dengan tujuannya agar saat berusaha mencari rejeki ini mendapatkan keberkahan dari usaha yang dijalankan. (Hj. N. Wawancara, 2022)

Selanjutnya Subjek H, seorang penjual sembako yang telah lama berjualan sekitar lima tahun, menyebutkan bahwa untuk melariskan dagangan yang biasa ia baca adalah

sholawat, yakni sholawat pengantin yang bacaannya adalah *Alla>humma Sholli 'ala> Sayyidina> Muhammad, Wabarka>tina> Wazurriyyatina> Wamaula>na Muhammad, Ya Allah tukariakan dagangan umat Muhammad supaya laris manis duitnya babarkah, bertambah-tambah, membawa aku sampai ke Mekkah*. Lanjutnya adapun seperti Fatihah empat itu ada juga dibaca tetapi itu setelah shalat adapun ketika berjualan adalah baca sholawat. Selain itu Subjek H juga membaca surah *Alam Nasyrh* (QS. al-Syarah/al-Insyirah) ketika selesai sholat dengan tujuan agar dilapangkan rezeki, rezeki bisa datang dengan sendirinya, seperti para Nabi. dan bacaan ini dalam prakteknya dibarengi dengan bacan-bacaan tasbih dan wirid-wirid yang lainnya. Selanjutnya ia mengatakan juga bagus membaca *La>ila>hailla anta kuntu minaz}a>limi>n*, karena tidak dimatikan kita sebelum kita hidup nyaman sebagaimana orang lain. Amalkan yang baik-baiknya, kalau bisa semuanya diamalkan tidak ada salahnya menurut subjek H. (H. Wawancara, 2022)

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas, terdapat beberapa ayat atau surah yang digunakan sebagai penglaris sebagaimana berikut:

1. Basmallah

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ١

Menurut Subjek E dan F bahwa ayat yang biasa dibaca ketika awal membuka jualan adalah bacaan Basmallah atau subjek sebut langsung dengan kata bismillah, basmallah atau bismillah memang diyakini oleh setiap muslim sebagai bacaan pembuka untuk memulai segala aktifitas, agar semua aktivitas yang dimulai dengan bacaan basmallah mendapatkan pahala dan keberkahan dari Allah SWT. Sehingga, demikian juga yang dilakukan oleh sebagian pedagang Pasar Besar Kota Palangka Raya. Bahkan ada juga yang melengkapinya dengan tambahan bacaan *bismilla>hi tawakkaltu 'alallah wa la>hau la wa la> Quwwata Illa> billah* (Dengan nama Allah, aku bertawakal kepada Allah, tidak ada daya dan kekuatan kecuali dengan-izin Allah), sebagaimana yang disampaikan oleh subjek G.

2. Surah Al-Fatihah

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ١ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ٢ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ ٣ مَلِكُ يَوْمِ الدِّينِ ٤ إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ ٥  
إِهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ٦ صِرَاطَ الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ ٧ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ٧

Ayat ini didapatkan dari penjelasan Subjek B, ia mengatakan bahwa QS. Al-Fatihah adalah ayat yang juga dibaca, karena memang dibaca setiap hari, yang pastinya adalah ketika sholat. Sehingga dalam berdagangpun ayat ini juga dibaca.

3. Surah Alam Nasyrh (QS. As-Syarah/Al-Insyirah)

أَلَمْ نَشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ ١ وَوَضَعْنَا عَنكَ وِزْرَكَ ٢ الَّذِي أَنْقَضَ ظَهْرَكَ ٣ وَرَفَعْنَا لَكَ ذِكْرَكَ ٤ فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ٥  
إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ٦ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ٧ وَإِلَى رَبِّكَ فَارْغَبْ ٨

Berdasarkan keterangan dari Subjek H, Surah Alam Nasrah atau Surah As-Syarah/Al-Insyirah adalah ayat yang dibaca agar dapat melapangkan rezeki, agar rezeki itu mengalir datang dengan sendirinya, sebagaimana yang terjadi kepada para Nabi.

4. Ayat Seribu Dinar (QS. Al-Talaq ayat 2 dan 3)

... وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ٢ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ٣ وَمَنْ يَتَّوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ٤

Siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya. dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga

Menurut subjek A, ayat seribu Dinar memang salah satu ayat yang biasanya dijadikan sebagai ayat penglaris dagangan, ada yang dibaca saja, ada

juga yang ditempelkan di dinding-dinding rumah ataupun dinding kios atau toko jualan, bahkan ia juga menyebutkan dulu juga terdapat tempelan disini, tetapi sudah lepas dan hilang. Adapun mengetahui tentang keutamaan ayat tersebut dari guru-guru pengajian yang biasa menyebutkan demikian. Ayat yang dimaksud pada bagian atas adalah ayat yang bergaris dan bercetak tebal.

5. Surah Empat (QS. Al-Fatihah, al-Ikhlâs, al-Falaq dan An-Nas)

a. QS. Al-Fatihah

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ١ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ٢ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ ٣ مَلِكُ يَوْمِ الدِّينِ ٤ إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ ٥  
إِهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ٦ صِرَاطَ الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ ٥ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ٧

b. QS. Al-Ikhlâs

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ١ اللَّهُ الصَّمَدُ ٢ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ٣ وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ ٤

c. QS. Al-Falaq

قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ الْفَلَقِ ١ مِنْ شَرِّ مَا خَلَقَ ٢ وَمِنْ شَرِّ غَاسِقٍ إِذَا وَقَبَ ٣ وَمِنْ شَرِّ النَّفَّاثَاتِ فِي الْعُقَدِ ٤ وَمِنْ شَرِّ حَاسِدٍ إِذَا حَسَدَ ٥

d. QS. An-Naas

قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ النَّاسِ ١ مَلِكِ النَّاسِ ٢ إِلَهِ النَّاسِ ٣ مِنْ شَرِّ الْوَسْوَاسِ الْخَنَّاسِ ٤ الَّذِي يُوَسْوِسُ فِي صُدُورِ النَّاسِ ٥ مِنَ الْجِنَّةِ وَالنَّاسِ ٦

Maksud surah *empat* atau sebagian kata subjek dengan sebutan al-Fatihah *empat* maksudnya adalah surah dalam al-Qur'an yang terdiri dari empat macam surah yang biasa dibaca oleh banyak orang yakni QS. Al-Fatihah, (Surah pertama dalam al-Qur'an) QS. Al-Ikhlâs, QS. Al-Falaq dan QS. An-Nas (Tiga Surah urutan terakhir dalam al-Qur'an). Menurut keterangan beberapa subjek yaitu subjek C, G dan H, surah *empat* termasuk surah yang dibaca sebagai wasilah untuk amalan kebaikan termasuk dalam berdagang, yang mana keempat ayat tersebut tujuan dihadiahkan atau dikirimkan kepada orang tua, para Nabi dan wali-wali Allah agar apa yang dilakukan dengan wasilah tersebut mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Dan adapun waktunya menurut subjek C, ia membacanya sebelum tidur dan sebelum membaca amalan-amalan yang lain seperti sholawat. Sedangkan subjek G tidak menyebutkan waktunya tetapi ia menyampaikan membaca tersebut agar usahanya lancar dan berkah, adapun subjek H, membacanya ketika selesai sholat fardhu lima waktu.

6. Tasbih Nabi Yunus (QS. Al-Anbiya ayat 87)

...لَا إِلَهَ إِلَّا أَنْتَ سُبْحَانَكَ إِنِّي كُنْتُ مِنَ الظَّالِمِينَ ٨٧

87. "Tidak ada tuhan selain Engkau. Mahasuci Engkau. Sesungguhnya aku termasuk orang-orang zalim."

Menurut Subjek B, bacaan zikir Nabi Yunus atau dengan nama lain Tasbih Nabi Yunus adalah salah satu bacaan yang dapat melancarkan rezeki yang dibaca sebanyak 33 kali, bahkan disampaikan juga oleh subjek lain yaitu subjek H, ia mengatakan bahwa bacaan ini yakni *La>ilahailla anta subha>naka inni> kuntu minaz}za>limi>n* tidak dimatikan seseorang tersebut, sebelum dia merasakan kenikmatan (kenyamanan) hidup sebagaimana orang lain yang mendapatkannya.

7. QS. Yasin, QS. Tabarak dan QS. Al-Waqiah

Berdasarkan hasil wawancara di atas, para subjek menyebutkan bahwa QS. Yasin, Tabarak dan Waqiah adalah surah-surah yang juga dibaca dan diamalkan oleh para

pedagang sebagai bagian dari amalan-amalan lain atau pendukung yang mana memiliki keutamaan masing-masing. Waqiah dan Yasin yang disebutkan subjek A dibaca di waktu subuh adalah rangkain di antara amalan-amalan yang dibaca oleh pedagang, atau membaca surah Yasin langsung Tabarak menurut subjek C yang bisa ia lakukan sambil menunggu pembeli datang meski ia menyebutkan tidak sering seperti paling tiga minggu sekali. Kemudian subjek D juga mengatakan kalau ia biasanya memutar video di youtube dan berdasarkan keterangannya Surah Tabarak adalah salah surah yang biasanya ia putar pada hari Kamis sesuai saran rekomendasi dari Youtube itu sendiri. Selanjutnya berdasarkan keterangan subjek E, ia juga melakukan hal demikian sebagai amalan lain selain baca Sholawat, yang mana Surah ini yakni Surah Yasin, Waqiah dan Tabarak, ia baca pada malam senin dan malam jum'at. Demikianlah keterangan-keterangan yang peneliti dapatkan dari para subjek.

### Analisis Teori Resepsi al-Qur'an

Resepsi Al-Quran, definisi secara terminologis berarti kajian tentang sambutan pembaca terhadap ayat-ayat suci al-Quran. Sambutan tersebut bisa berupa cara masyarakat dalam menafsirkan pesan ayat-ayatnya, cara masyarakat mengaplikasikan ajaran moralnya serta cara masyarakat membaca dan melantunkan ayat-ayatnya. Dengan demikian, pergaulan dan interaksi pembaca dengan al-Qur'an merupakan konsentrasi dari kajian resepsi ini, sehingga implikasi dari kajian tersebut akan memberikan kontribusi tentang ciri khas dan tipologi masyarakat dalam bergaul dengan al-Quran.

Terbangun sebuah respon yang berbeda pada umumnya, bahwa ayat Al-Qur'an berkenaan dengan penglaris dagangan yang difahami, dipraktekkan dan diamalkan oleh narasumber menjadi khazanah keimuan dalam khas ke Indonesiaan yang perlu dilestarikan dan dijaga dalam bentuk catatan yang rapi. Persepsi yang dibangun oleh setiap narasumber sangat tidak bertentangan dengan konsep agama Islam, karena ayat yang dibacakan hanyalah sebuah wasilah meminta kelancaran dan keberkahan dari usahanya. Sehingga persepsi pedagang dengan keyakinan yang kuat bahwa ajaran Al-Qur'an pada ayat-ayat yang digunakan untuk penglaris dagangan dianggap mampu memberi kemanfaatan dan keberkahan sebagaimana keberkahan dan kemanfaatan yang didapatkan ketika membaca al-Qur'an.

Al-Quran memperkenalkan dirinya sebagai *hudan li al-nas* (petunjuk bagi seluruh manusia). Inilah fungsi utama kehadirannya. Dalam rangka menjelaskan tentang fungsi al-Quran ini, Allah menegaskan: Kitab suci diturunkan untuk memberi putusan (jalan keluar) terbaik bagi problem- problem kehidupan manusia (QS : 213). Kita yakin bahwa para sahabat Nabi Muhammad Saw., seandainya hidup pada saat ini, pasti akan memahami petunjuk-petunjuk al-Quran sedikit atau banyak berbeda dengan pemahaman mereka sendiri yang telah tercatat dalam literature keagamaan. (Shihab, 2013) Menurut Sahiron Syamsuddin seruan kembali ke al-Quran harus diletakkan dalam kerangka pengertian memahami al-Quran secara utuh menyeluruh, berangkat dari kepedulian dan keprihatinan terhadap kondisi umat Islam dewasa ini. (Syamsuddin, 2007)

Lokalitas tradisi dan budaya-budaya daerah sangat berpengaruh dalam merespon teks Al-Qur'an sehingga muncul persepsi-persepsi tentang pemahaman terhadap teks ayat Al-Qur'an. Mengapa hal ini terjadi? Karena salah satunya adalah perbedaan budaya dan geografi mempengaruhi cara mereka dalam menyerap teks ayat-Al-Qur'an. Indonesia

memang berkelindan dengan hutan dan laut. Tentu hal ini berbeda dengan tradisi dan budaya Makkah dan Madinah yang mana tentu respon terhadap Al-Qur'an juga berbeda. (Saifuddin Zuhri Qudsy Dan Subkhani Kusuma Dewi, 2018)

Kajian living mempunyai tiga model, yaitu tradisi tulisan, tradisi lisan dan tradisi praktek. Ketiga tradisi tersebut merupakan respon dari masyarakat terhadap teks keagamaan. Pertama, Tradis tulis menulis sebagaimana respon masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk kaligrafi dan tulisan lainnya di tempat-tempat tertentu. kedua, tradisi lisan sebgaimana bacaan ayat-ayat tertentu dalam shalat maupun acara-acara adat. Ketiga, tradisi praktik sebagai fokus kajian penelitian ini. (Al-Shalih, 2011)

Secara keseluruhan ayat Al-Qur'an sebagai penglaris dagangan yang ada pada narasumber dalam penelitian ini merujuk kepada tradisi lisan dan praktek yang mereka dengar atau dapatkan dari gurunya atau keluarganya bahkan orang lain yang dipandang mengetahui dalam hal ini. yang mana tradisi lisan dan praktek ini merujuk kepada segala bentuk warisan dan tradisi yang lahir dalam suatu kelompok masyarakat. Penyampaian tradisi ini berbentuk perantaraan lisan dan kebiasaan umum yang diketahui dari pengetahuan lazimnya suatu kelompok masyarakat. Ia merupakan satu cara masyarakat menyampaikan sejarah lisan, kesusasteraan, perundangan dan pengetahuan lain menyeberangi generasi tanpa sistem tulisan. Tradisi lisan salah satunya dipandang sebagai ruang ekspresi lisan dan wacana sebelum ditulis dalam tradisi tulisan. Dengan kata lain, kelisanan merupakan ruang bertutur dari anggota masyarakat yang merawat hidup bermakna sebelum keberaksaraan dituliskan. (Wardatun Nadhiroh, 2018) Dalam konteks ruang, tradisi lisan dan tulisan tidak lagi hanya sekedar tradisi yang berbeda satu sama lainnya, keduanya merupakan penanda adanya sebuah diskursus yang berlangsung dalam suatu masyarakat atau komunitas tertentu.

Selanjutnya kalau mengacu kepada resepsi al-Qur'an yang ditawarkan oleh Ahmad Rafiq menyatakan bahwa kajian tentang resepsi al-Qur'an tergolong dalam kajian fungsi informatif dan fungsi performatif, Ahmad Rafiq mengatakan bahwa fungsi informatif dalam konteks kajian *living* Qur'an menunjukkan bahwa al-Qur'an adalah kitab yang dibaca, tetapi dapat dipahami dan diterapkan. Adapun fungsi performatif lebih menunjukkan kepada tindakan, di mana pertanyaan bagaimana akan muncul dibenak pembaca untuk mengetahui cara memberlakukan al-Qur'an dengan berbagai bentuk seperti *wirid*, *suwuk*, *deresan* dan lainnya. (Hasan, 2021) termasuk dalam hal ini mengenai ayat penglaris dagangan. Adapun model-model resepsi itu adalah resepsi eksegesis, estetika dan fungsional.

Model pertama, yaitu resepsi eksegesis atau hermeneutika artinya penerimaan al-Qur'an yang diposisikan sebagai teks berbahasa Arab dan bermakna secara bahasa, Resepsi eksegesis mewujud dalam bentuk praktik penafsiran al-Qur'an baik secara lisan maupun tulisan yang diyakini oleh masyarakat. Berdasarkan konteks ini, resepsi eksegesis merupakan tindakan menerima al-Qur'an sebagai teks yang menyampaikan makna tekstual diungkapkan melalui tindakan penafsiran.

Model kedua, resepsi estetika adalah tindakan menerima al-Qur'an secara estetis atau keindahan. Tindakan pada resepsi ini dilakukan dalam dua cara ini, mungkin menerima al-Qur'an sebagai nilai estetis dimana pembaca dapat mengalami nilai estetika dalam penerimaannya. Mungkin pula sebuah pendekatan estetis dalam menerima al-Qur'an. Oleh karena itu, resepsi estetis al-Qur'an tidak hanya membahas tentang penerimaan al-Qur'an secara estetis, tetapi juga tentang memiliki pengalaman

yang berkaitan dengan ilahi melalui cara estetika. Dalam resepsi ini, al-Qur'an dipandang sebagai teks yang bernilai estetis (keindahan). Al-Qur'an yang dipandang sebagai teks yang estetis artinya resepsi ini berupaya menunjukkan keindahan inherent al-Qur'an, al-Qur'an yang diterima dengan cara keindahan.

Model ketiga, model resepsi fungsional, yaitu model resepsi yang pada dasarnya berarti praktis. Dalam hal ini resepsi al-Qur'an berdasarkan pada manfaat praktis pembaca bukan teori. Resepsi fungsional dapat memberikan perspektif kepada pembaca sebagai pembaca tersirat dengan menggunakan struktur teks ataupun lisan. Menurut Horald Coward, penerimaan tulisan suci seperti al-Qur'an memiliki tekanan secara lisan dan harus dilengkapi dengan "respon pendengar" selain itu "tanggapan pembacanya". (Rafik, 2014)

Berdasarkan penjelasan model resepsi di atas, maka model resepsi pertama yaitu resepsi eksegesis banyak ditemukan dalam studi ayat penglaris ini untuk mengungkapkan ayat-ayat, makna dan konteks penggunaan ayat-ayat al-Qur'an, yang merupakan tindakan menerima al-Qur'an sebagai teks yang menyampaikan makna tekstual diungkapkan melalui tindakan penafsiran. seperti dalam riset ini (ayat penglaris dagangan) kalau dicermati ada ayat yang memang mempunyai kesesuaian maknanya dalam al-Qur'an, seperti bunyi akhir QS. Surat Al-Talaq ayat 2 dan awal QS. Al-Talaq ayat 3 atau yang lebih dikenal dengan julukan ayat seribu dinar, yang artinya "barangsiapa yang bertaqwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya." Rezeki yang datang tidak disangka-sangka inilah sebagai relevansi keutamaan bagi pemakainya dalam penglaris dagangan.

Kemudian ada juga yang memang mempunyai fadilah keutamaan orang yang membaca ayat atau surah tersebut seperti QS. Al-Waqi'ah, yang disebutkan dalam hadis Nabi, dari Ibnu Mas'ud, bahwa Rasulullah Saw. Bersabda yang artinya "barangsiapa membaca surah Waqi'ah pada tiap-tiap malam, niscaya tidak mengenai dia akan kefaqiran selama-lamanya". Selanjutnya yang banyak juga sebagai wasilah keutamaan dalam membaca ayat tersebut sebagai penglaris dagangan, contohnya QS. Al-Fatihah, yang diketahui sebagai salah satu surah yang utama dalam al-Qur'an, begitu juga dengan bacaan basmallah, sebagai bacaan yang berkah untuk memulai segala aktifitas termasuk ketika membuka toko dalam berdagang.

### **Analisis Teori Sosiologi Pengetahuan**

Sosiologi pengetahuan adalah studi tentang hubungan antara pikiran manusia dan konteks sosial yang mempengaruhinya, dan dampak ide-ide besar terhadap masyarakat. Studi ini bukan bidang khusus dari sosiologi, tetapi mempelajari pertanyaan-pertanyaan mendasar tentang luas dan batasan pengaruh sosial di dalam kehidupan individu dan dasar sosial-budaya pengetahuan manusia tentang dunia. (Hastuti, 2018)

Sebutan ini pertama meluas pada 1920-an, ketika sejumlah sosiolog Jerman, terutama Max Scheler dan Karl Mannheim menulis tentang hal ini secara rinci. Dengan dominasi fungsionalisme pada pertengahan abad ke-20, sosiologi pengetahuan masih ada di lingkaran pikiran sosiologis utama. Studi ini dikembangkan kembali dan diterapkan lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari pada 1960-an, terutama oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam *The Social Construction of Reality* (1966) dan

masih menjadi pusat rujukan untuk metode yang berurusan dengan pemahaman kualitatif masyarakat manusia.

Peter Ludwig Berger dan Thomas Luckmann menyatakan bahwa sosiologi pengetahuan berusaha menganalisis bentuk kenyataan oleh masyarakat sebagai suatu *social construction of reality*, kenyataan ini didefinisikan sebagai bentuk kualitas yang terdapat dalam fenomena dan keberadaannya yang tidak bergantung kepada kehendak sendiri, sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai sebuah kepastian bahwa fenomena-fenomena terjadi secara nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. Peter L. Berger menambahkan kenyataan inilah yang merupakan hasil dari internalisasi dan obyektivasi manusia terhadap pengetahuan dalam suatu masyarakat terlepas dari persoalan kebenaran atau ketidakbenaran yang paling dasar dari pengetahuan yang dikembangkan dan dipelihara dalam berbagai situasi sosial. (Peter L. Berger dan Thomas Luckman, 1990)

Menurut Peter Ludwig Berger, sosiologi pengetahuan sangat membantu masyarakat dalam menghadapi sebuah masalah yang dianggap memang sudah seharusnya diselesaikan. Dengan menemukan fakta-fakta empiris dalam penyelidikan dan teori dalam setiap penelitian yang relevan sebagai sebuah hubungan dan apabila dalam penelitian relevan dengan teori maka dipandang realitas, objektif dan subjektif dalam kehidupan masyarakat terlihat tidak jelas. (Luckman 1990). Dengan teori sosiologi pengetahuan ini dapat terlihat bahwa bagaimana transmisi dan transformasi pengetahuan tentang ayat-ayat penglaris dagangan yang digunakan oleh pedagang adalah apa yang mereka sering dengar dan dapatkan pengetahuan dari orang-orang sekitarnya atau orang-orang yang dekat dan terdapat hubungan interaksi dengannya.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan subjek C, apa yang ia dapatkan atau ketahui memang berasal dari lazimnya guru-guru terkenal seperti guru Izai, guru Bakhit, dan guru Zuhdi. Begitu juga yang disampaikan subjek A yang ia ketahui dan dapatkan amalan tersebut dari guru-guru yang ia ikuti dari majlis ta'lim dan dari ceramah-ceramah dari yang lain. Hal ini menunjukan apa yang disampaikan oleh para subjek, sesuai dengan sosiologi pengetahuan yang ia dapatkan dari lingkungannya, memang kalau dicermati nama-nama ulama yang disebutkan tersebut adalah ulama-ulama masyhur yang dikenal oleh masyarakat secara luas dan amalan-amalan dan bacaan tersebut memang sudah biasa dilakukan oleh yang lainnya juga, seperti membaca QS. Yasin, QS. Tabarak dan Mulk. Ataupun surah empat QS. Al-Fatihah, QS. Al-Ikhlâs, al-Falaq dan QS an-Nas. Seperti itulah juga yang disampaikan subjek E dalam terakhir dialognya menyatakan, bahwa tanya saja juga ke yang lain-lain jawabannya pasti kurang lebih sama. Inilah yang peneliti kaitkan bahwa hal tersebut sudah menjadi internalisasi pengetahuan umum yang lazim atau sudah biasa dilakukan hasil dari eksternalisasi dan obyektivasi pengetahuan sebagaimana teori Peter L. Berger di atas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas ayat al-Qur'an tidak hanya difungsikan sebagai pedoman hidup ataupun hujjah, akan tetapi juga difungsikan secara lebih luas oleh masyarakat salah satunya sebagai penglaris dagangan. Ayat-ayat al-Qur'an yang digunakan atau diamalkan oleh para pedagang, khususnya dalam riset ini adalah pedagang pasar besar kota Palangka Raya difungsikan untuk mendapatkan percepatan keuntungan atau supaya "laris manis" terhadap barang-barang yang diperjualbelikan

dengan jalur langit. Pedagang Pasar Besar Palangka Raya memahami bahwa penggunaan ayat-ayat penglaris tersebut sebagai wasilah usaha seorang hamba untuk memperoleh keuntungan karena kebanyakan mereka juga memahami bahwa yang menentukan dan yang mengatur Rezeki adalah Allah SWT juga. Mengenai penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an, ada yang dibacakan langsung dan ada juga yang diamalkan dan ditempelkan. Dibacakan langsung misalnya seperti bacaan basmallah dibacakan persis ketika awal membuka toko dagangan, kemudian yang diamalkan di antaranya membaca QS. *Alam Nasrah* dibaca sebanyak 11 kali setelah sholat dengan niat minta dilapangkan rezeki, sehingga usaha jualan menjadi lapang dan laris. Adapun yang ditempelkan adalah ayat seribu dinar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mustaqim. (2015). *Metode Penelitian Al-Qur'an Dan Tafsir*. Idea Press.
- Abuddin Nata. (2001). *Metodologi Studi Islam* (Pt Raja Grafindo Persada (ed.)).
- Affani, S. (2018). Fenomena Pengutipan Parsial Surah Al-Mujadālah/58: 11. *Suhuf, Vol. 11, N.*
- Al-Shalih, S. (2011). *Membahas Ilmu-Ilmu Al-Quran, Terj. Tim Pustaka Firdaus*. Pustaka Firdaus.
- Dadang Kahmad. (2000). *Metode Penelitian Agama Perspektif Ilmu Perbandingan Agama*. Cv Pustaka Setia.
- Deden Ridwan. (2001). *Tradisi Baru Penelitian Agama Islam Tinjauan Antar Disiplin Ilmu*. Yayasan Nuansa Cendekia.
- Farhan, A. (2017). Living Al-Qur'an Sebagai Metode Alternatif Dalam Studi Al-Qur'an. *El-Afkar*, 6, 88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/jpkth.v2i6.1240>
- Hasan, M. (2021). *Kolerasi Pemilihan Lagu Bacaan Al-Qur'an dengan Makna Al-Qur'an*. Cipta Media Nusantara.
- Hastuti, dkk. (2018). *Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial: Biografi, Sejarah, Teori, dan Kritikan*. CV. Nur Lina.
- Imam Muhsin. (2001). *Tafsir Al-Qur'an dan Budaya Lokal*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Ludino, luthfie. (2013). *Getting In To Your Customers Hear*. Elex Media Komputindo.
- Muhammad Amin Suma. (2002). *Pengantar Tafsir Ahkam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Peter L. Berger dan Thomas Luckman. (1990). *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES.
- Rafik, A. (2014). *The Reception of the Qur'an In Indonesia: A Case Study of the Place of the Qur'an In A Non-Arabic Speaking Community*,. Temple University.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Rofi'i dkk. (2021). Al- Qur ' an sebagai Mantra : Ayat Perisai Diri pada Masyarakat Muslim di Hanjalipan, Kotawaringin Timur. *Nalar : Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 5(2), 130–136. <https://doi.org/10.23971/njppi.v5i2.3959>
- Saifuddin Zuhri Qudsy Dan Subkhani Kusuma Dewi. (2018). *Living Hadis Praktek, Resepsi, Teks Dan Tranmisi*. Q-Media.
- Shihab, M. Q. (2013). *Lentera Al-Quran*. Mizan Pustaka.
- Syamsuddin, S. (2007). *Metodologi Penelitian Living Quran Dan Hadis*. Th-Press.
- Wardatun Nadhiroh. (2018). *Tradisi Kelisanan Dan Keaksaraan Al-Quran Di Tanah Banjar*. Antasari Press.

**Ayat Penglaris Dagangan (Living Qur'an pada Komunitas Pedagang Pasar Besar Kota Palangka Raya)**

Akhmad Dasuki, Baihaki, Agusti Sukma Wati, Munirah