

المدى

Membangun Profesionalisme Manajemen Dakwah

Vol. 5, No. 2, Juli - Desember 2019

REVIEWERS

Abdul Hakim Mohad – *Universiti Sains Islam Malaysia, Malaysia*
Abdulroya Panaemalae – *Walailak University, Thailand*
Ahmad Tarmizi Talib – *Universiti Putra Malaysia, Malaysia*
Andy Dermawan – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*
Fang Yi Xue – *INTI International University and Colleges, Malaysia*
Heru K. Tjahjono – *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia*
Mohammad Nuh – *Universitas Branjaya, Indonesia*
Okrisal Eka Putra – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*

EDITOR IN CHIEF

M. Rosyid Ridla – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*

MANAGING EDITORS

Bayu Mitra A. Kusuma – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*

EDITORS

Aris Risdiana – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*
Ihsan Rahmat – *Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Indonesia*
M. Irfai Muslim – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*
Munif Solikhan – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*
Shofi'unnafi – *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia*
Theresia Octastefani – *Universitas Gadjah Mada, Indonesia*

ALAMAT REDAKSI

Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Kampus Timur
Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta 55281, Telp. (0274) 515856
e-mail: md@uin-suka.ac.id, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/JMD>

Jurnal MD Terindeks Oleh:



Jurnal MD menerima tulisan mengenai hasil pemikiran dan hasil penelitian di bidang kajian Manajemen, Manajemen Dakwah dan Studi Islam. Naskah harus asli (belum pernah dipublikasikan) dan ditulis menggunakan bahasa Indonesia dengan menggunakan kaidah penulisan karya ilmiah; efektif, efisien, akademis dan dapat dipertanggungjawabkan. Naskah diketik dengan huruf Times New Roman, ukuran 12 pts, dengan spasi 1,5 spasi, dicetak pada kertas kuarto (A4) sepanjang maksimum 25 halaman (include Daftar Pustaka), dan diserahkan dalam bentuk print-out sebanyak 3 eksemplar beserta filenya. Berkas (file) dibuat dengan Microsoft Word (ekstensi RTF)

EDITORIAL

SETENGAH DEKADE JURNAL MD: SAATNYA (RE) EKSPLOKASI SELURUH POTENSI

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia-Nya sehingga Jurnal Manajemen Dakwah (Jurnal MD) Volume 5 Nomor 2 Tahun 2019 dapat diterbitkan. Edisi ini bertepatan dengan lima tahun atau setengah dekade perjalanan eksistensi Jurnal MD. Setengah dekade ini perlu diperingati sebagai alarm bahwa sudah saatnya Jurnal MD melakukan re(eksplorasi) seluruh potensi yang dimiliki untuk melangkah lebih baik. Perlu diketahui bahwa dalam lima tahun berkarya, bahtera Jurnal MD telah beberapa kali berganti nahkoda dan awak kapal. Di akhir tahun 2019 ini, Jurnal MD kembali mengalami transisi kepengurusan. Tim yang baru ini akan semakin kuat dengan bergabungnya beberapa reviewer dan editor baru baik dari luar maupun dalam negeri. Tentu bergabungnya mereka menjadi energi terbarukan untuk terus memperbaiki kinerja pengelolaan Jurnal MD.

Edisi kesepuluh ini tersusun dari tujuh manuskrip karya penulis dari sepuluh perguruan tinggi yang dikaji secara integratif. Perlu kita ingat kembali bahwa pemikiran manajemen dakwah yang dianut oleh MD UIN Sunan Kalijaga bukanlah dakwah doktrinal semata, melainkan dakwah transformasional yang solutif dan memberikan sumbangsih pada perkembangan peradaban. Artikel pertama merupakan penelitian kolaboratif yang dilakukan oleh tiga orang peneliti meliputi Dony Arung Triantoro (UIN Sultan Syarif Kasim Riau), Eko Saputra (UIN Sunan Kalijaga), dan Tri Wahyuni (Universitas Ahmad Dahlan). Penelitian ini menelisik tentang bagaimana hibridasi identitas keislaman anak-anak muda dikelola dalam gerakan dakwah yang atraktif. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsekuensi dari hibridasi identitas anak muda Islam yang ada di Teras Dakwah mengarah pada kolaborasi Islam dan budaya pop.

Artikel kedua juga merupakan hasil penelitian kolaboratif yang melibatkan Ihsan Rahmat dan Ashadi Cahyadi (IAIN Bengkulu) dengan Indra Pratama Putra Salmon (Universitas Bhayangkara Surabaya).

Penelitian ini berusaha menjelaskan proses kerja inovasi manajemen masjid. Secara umum penelitian ini menemukan pola yang relatif sama di setiap program dan daerah. Namun sebuah temuan khas juga disajikan bahwa di masjid yang mereka teliti terdapat tahapan mendiskusikan pandangan Dewan Syariah Masjid yang belum ditemui di riset lainnya. Selanjutnya artikel ketiga adalah hasil riset kelembagaan yang dilakukan oleh Ahmad Nurcholis, Syaikh Ihsan Hidayatullah, dan Izzatul Laila pada IAIN Tulungagung. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa dakwah Inspiratif akan berimplikasi pada meningkatnya trend dan minat generasi milenial terhadap dakwah Islam. Adapun artikel keempat karya Dian Adi Perdana (IAIN Sultan Amai Gorontalo) meneliti tentang strategi takmir masjid dalam meningkatkan *trust* dan *integrity* pada masyarakat. Hasil penelitian mereka menyebutkan bahwa strategi yang ditempuh adalah dengan mengadakan agenda kajian bulanan, menyediakan TPQ untuk anak-anak, dan mendirikan Majelis Ta'lim Al-Maghfirah khusus wanita.

Artikel kelima adalah hasil dari penelitian Abim Rizqi Rohmawan dan Bagas Dwi Praptowo (UIN Sunan Kalijaga). Mereka menjelaskan bahwa aktivitas bisnis kuliner tidak hanya berfokus pada pencapaian peningkatan laba atau profit, karena ada hal yang lebih bernilai yaitu etika dan spiritualitas berupa kejujuran, keadilan, dan kesadaran berbagi dengan sesama. Berikutnya artikel keenam adalah karya Abdul Asis Ibrahim (UIN Mataram) yang menjabarkan bahwa zakat memiliki peran penting dalam perbaikan sosial dan pertumbuhan ekonomi. Kekayaan sumber daya alam Indonesia merupakan faktor pendukung dan peluang zakat dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat jika benar-benar dikelola sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sampailah pada naskah ketujuh yang merupakan karya dari Sri Hati Putri (UIN Imam Bonjol Padang) dimana dia meneliti tentang fungsi manajemen pada kegiatan Malam Bina Iman dan Takwa (MABIT) di Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok yang menekankan pada *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* secara konsisten.

Tujuh artikel yang disajikan dalam edisi ini merupakan sebuah ikhtiar untuk menganalisa dan mencari solusi atas problematika manajemen dakwah secara lintas disiplin demi mencari berbagai perspektif baru sebagai solusi alternatif. Dari situlah muncul harapan akan adanya *indigenous da'wah management* atau *hybrid da'wah management* yang mampu menjembatani

keragaman dan memperkaya kemanusiaan (*bridging diversity, enriching humanity*). Tim redaksi menyadari bahwa dalam penyajian edisi ini masih terdapat berbagai kekurangan atau ketidaksempurnaan sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan untuk akselerasi perkembangan Jurnal MD ke depannya. Akhirnya tim redaksi mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penerbitan edisi ini serta mengapresiasi kepercayaan yang telah diberikan kepada Jurnal MD sebagai media publikasi ilmiah yang didedikasikan untuk membangun profesionalisme keilmuan manajemen dakwah. Selamat membaca.

Yogyakarta, Desember 2019
Atas Nama Tim Redaksi

Bayu Mitra A. Kusuma

Daftar Isi

Editorial	v
Daftar Isi	ix
MENGELOLA HIBRIDASI IDENTITAS ANAK MUDA ISLAM: STUDI PADA LEMBAGA TERAS DAKWAH DI YOGYAKARTA <i>Dony Arung Triantoro, Eko Saputra, Tri Wahyuni</i>	113-139
THE MOSQUE MANAGEMENT INNOVATION: EXPLAINING PROCESS AND DRIVING FORCES <i>Ihsan Rahmat, Ashadi Cahyadi, Indra Pratama Putra Salmon</i>	141-163
INSPIRATIONAL DA'WAH FOR MILLENNIAL GENERATION: STUDY AT IAIN TULUNGAGUNG <i>Ahmad Nurcholis, Syaikhul Ihsan Hidayatullah, Izzatul Laila</i>	165-180
STRATEGI TAKMIR MASJID DALAM MENINGKATKAN TRUST DAN INTEGRITAS PADA MASYARAKAT: STUDI DI DESA OLUHUTA KABUPATEN BONE BOLANGO <i>Dian Adi Perdana</i>	181-204
DETERMINAN PRAKTIK NILAI-NILAI BISNIS ISLAM: IMPLIKASI THE CELESTIAL MANAGEMENT DI USAHA KULINER PREKSU <i>Abim Rizqi Rohmawan, Bagas Dwi Praptowo</i>	205-225
MANAJEMEN DAKWAH MALAM BINA IMAN DAN TAKWA: STUDI PADA PROGRAM PEMERINTAHAN KOTA SOLOK SUMATRA BARAT <i>Sri Hati Putri</i>	227-245

RESOLUSI SOSIAL EKONOMI MANAJEMEN ZAKAT
SEBAGAI *PROBLEM SOLVING* DALAM MEWUJUDKAN
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Abdul Asis Ibrahim

247-260

DETERMINAN PRAKTIK NILAI-NILAI BISNIS ISLAM: IMPLIKASI THE CELESTIAL MANAGEMENT DI USAHA KULINER PREKSU

Abim Rizqi Rohmawan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Email: abimrizqi280497@mail.com

Bagas Dwi Praptowo

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Email: bedeppee@gmail.com

Abstrak

Aktivitas usaha bisnis tidak hanya berfokus pada pencapaian peningkatan laba atau profit, karena ada hal yang lebih bernilai dari bisnis, itulah nilai etika dan spiritualitas berupa kejujuran, keadilan, berbagi dengan sesama, dan mempertahankannya. Dalam konteks ini munculah teori manajemen bisnis Islam atau Spiritual Management yang berbeda dengan manajemen bisnis konvensional yang sama sekali tidak berkait dan bahkan lepas dari nilai-nilai ketauhidan dan keimanan yaitu The Celestial Management (TCM). Konsep TCM membawa kemajuan yang sangat pesat di Rumah Makan Preksu, yaitu dengan menyeimbangkan antara kepentingan dunia dan akhirat. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah Rumah Makan Preksu melalui implikasi TCM menganggap bisnis bukan sekedar mencari material saja akan tetapi merupakan ibadah atau dimaknai dengan bekerja adalah ibadah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis uji keabsahan data dilakukan melalui teknik uji kredibilitas triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian membuktikan bahwa Rumah Makan Preksu pada implikasinya telah menerapkan konsep TCM, namun Rumah Makan Preksu perlu memperhatikan indikator Power Sharing dan Regeneratif lebih lanjut karena hasil penelitian pada indikator tersebut Masih belum mencapai taraf sempurna.

Kata Kunci: *Bisnis Islam, The Celestial Management, Kuliner Preksu.*

Abstract

Business activities not only focus on achieving profit, because there are things more valuable, that is the ethical and spirituality values of honesty, fairness, sharing with others, and maintaining it. In this context comes the Islamic business management theory or Spiritual Management that is different from conventional business management which is completely unrelated and even separated from the values of monotheism and faith, namely The Celestial Management (TCM). TCM brings very rapid progress in Rumah Makan Preksu, namely by balancing the interests of the world and the hereafter. Therefore this study aims to prove whether Rumah Makan Preksu through implications TCM considers business not just looking for material but interpreted as working is worship. This research method uses quantitative approach with observation, interviews, and documentation data collection. Analysis of data validity is through the triangulation of source and credibility test techniques. Results of the research prove Rumah Makan Preksu in its implication has applied the TCM concept, but Rumah Makan Preksu needs to pay further attention to Power Sharing and Regenerative indicators because the results of research on these indicators have not yet reached a perfect level.

Keywords: *Islamic Business, The Celestial Management, Preksu Culinary*

PENDAHULUAN

Pemahaman manajemen dalam bisnis sampai saat ini hanya sebatas dilakukan dengan tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) hingga mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan.¹ Hukum Ekonomi Klasik yang menggunakan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebanyak banyaknya ini telah membuat banyak dari sekian pelaku usaha bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan seperti perolehan bahan mentah, cara produksi, tempat produksi, tenaga kerjanya serta peMasarannya, tidak peduli kepentingan atau akibat yang akan timbul yang akan diterima orang lain.²

¹Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hlm. 4.

²Dany Hidayat dan Fatin Fadhilah Hasib, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat", *E-Journal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 2 No. 11*, (2015), hlm. 913.

Terkait dengan teori manajemen dunia Barat yang selama ini diterapkan dan dipelajari oleh Masyarakat Indonesia sebenarnya sudah diperingatkan oleh beberapa ahli seperti Adler yang mengungkapkan bahwa konsep, prinsip dan teknik manajemen barat dapat diterapkan di negara manapun. Namun Trompeners, dalam buku *Riding The Waves of Culture* menyatakan bahwa asumsi yang dibuat Taylor, Drucker, Muslow, Mc Gragor, Harzberg dan Tom Peters adalah benar bagi orang Amerika Serikat tetapi asumsi mereka tidak benar dan tidak tepat untuk bangsa-bangsa lain di dunia ini.³ Apalagi tinggal di negara Indonesia yang tentunya memiliki sistem sosial dan budaya Masyarakat yang sangat jauh berbeda dengan sistem sosial dan budaya Masyarakat di Amerika Serikat baik dalam organisasi ataupun kehidupan sehari-hari.

Bisnis di Indonesia seharusnya memberi pandangan bahwa keuntungan (*profit*) bukanlah segalanya karena nilai etika dan spiritualitas lebih bernilai dari bisnis. Dalam konteks ini munculah teori manajemen bisnis Islam atau *Spiritual Management* yang berbeda dengan manajemen bisnis konvensional yang sama sekali tidak berkaitan dengan nilai-nilai ketauhidan dan keimanan.⁴ Islam memberikan penghargaan yang besar terhadap pelaku usaha bisnis yang shaleh, karena baik secara makro maupun mikro pelaku usaha bisnis yang shaleh akan memberikan kontribusi positif yang secara langsung atau tidak membawa keMaslahatan bahkan kemajuan bisnis nya.⁵ Penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis merupakan penjabaran dari aktivitas peribadatan yang hanya mengharapkan datangnya rezeki dari Alah karena segala yang diusahakan hanya untuk memenuhi ketentuan-Nya.⁶ Kunci Sukses dalam menghadapi kompetitif bisnis saat

³Achmad S. Ruky, *SDM Berkualitas : Mengubah Visi Menjadi Realitas*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 296.

⁴M. Abdullah Ma'ruf, *Manajemen Bisnis Syariah* (Sleman: Aswajua Presindo, 2014), hlm. 23.

⁵Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 39.

⁶Alimuddin, "*Pengelolaan Bisnis Berbasis Nilai-Nilai Islam*", Prosiding International Seminar: The Islamic Economics: Organizational Ethics Prespective, Strategy and Implementation of Islamic Law in the Economic System in Indonesia, Kerja sama Fakultas Ekonomi dan The Iranian Corner, Universitas Hasanuddin, 2 Februari 2012, hlm. 18.

ini adalah membangun Integritas dan kredibilitas seluruh komponen manajerial dengan nilai-nilai Islam.⁷ Internalisasi nilai-nilai keislaman juga dapat mempengaruhi etos kerja dan menjadi pembinaan karyawan dengan berfokus kepada amal shaleh, menghargai waktu, senang berbuat baik, insting bertanding dan bersaing, mencintai ilmu, disiplin, kerja keras dan bertanggung jawab, sabar, serta sopan santun.⁸ Pelaku bisnis dengan menerapkan nilai-nilai keislaman diwajibkan untuk memperhatikan aspek seperti berusaha dibidang yang baik dan halal, tidak melakukan kecurangan.⁹

Spiritual Management merupakan sebuah konsep terpadu antara manajemen modern dengan nilai-nilai kesucian dan nilai-nilai ketuhanan.¹⁰ *Spiritual Management* menganggap organisasi bisnis bukan lagi sebagai tempat bekerja, tempat berkumpul, dan menyelesaikan berbagai macam tugas, tetapi adalah wadah untuk mengabdikan diri kepada Allah dan agama melalui serangkaian proses kerjasama sejumlah orang untuk mencapai tujuan bersama dengan berpegang pada aturan, prinsip, dan nilai-nilai Islam. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran keilmuan *The Celestial Management* (TCM) yaitu ilmu manajemen yang di dasarkan penafsiran nilai dan prinsip ilahiah yang turun dari langit berupa spiritualitas melalui firman Allah maupun sabda utusannya yang diaplikasikan dalam setiap aktivitas manusia di dunia termasuk aktivitas bisnis.¹¹

Urgensi dan peran TCM sebagai determinan praktik nilai-nilai bisnis Islam bukan sekedar *branding* untuk peningkatan penjualan. Tetapi menjadi

⁷Nasrul Syarif, “Komunikasi Kontemporer Bisnis Islam (Studi Kasus di PT. Arofah Mina Surabaya)”, An-Nida’: Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 7 No. 2, 2019, hlm. 38.

⁸Mir’atun Nur Arifah, *Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam Bagi Karyawan di Lingkungan Kerja (Studi atas Pembinaan Keagamaan di Waroeng Steak and Shake Cabang Pandega Karya, Yogyakarta)*, Tesis, Program Pascasarjana Studi Pendidikan Islam, Konsentrasi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, hlm. 181.

⁹Wartoyo, “Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan Dan Kemanusiaan”, Jurnal Al-Amwal, Vol. 10 No. 2, 2018, hlm. 243.

¹⁰L. Hakim dan E Wijayanto, *Spiritual Based Management: Memimpin dan Bekerja Berbasis Spiritual* (Jakarta : Hikmah, 2007), hlm. 21.

¹¹A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah: Teori dan Praktik The Celestial Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 70-90.

paradigma penafsiran nilai dan prinsip ilahiah yang turun dari langit berupa spiritualitas melalui firman Allah maupun sabda utusannya yang diaplikasikan dalam setiap aktivitas manusia, tidak terlepas dari aktivitas keseluruhan manajerial. Mengadaptasi keilmuan TCM sudah seharusnya menyuarakan pelaku bisnis Islami bahwa tiga pikiran pokok utamanya yaitu ZIKR, PIKR dan MIKR menjadi elemen penggerak dalam setiap aktivitas manajerial. Tidak hanya pada taraf program-program keislaman dengan dalih *branding* untuk meningkatkan penjualan, tetapi meningkatkan potensi usaha bisnis menjadi investasi sumber daya manusia yang memiliki *value* dakwah.

Saat ini Rumah Makan Preksu selalu menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat dalam aktivitas bisnisnya. Sesuai pada visi yang telah ditetapkan yaitu mengutamakan nilai-nilai keislaman dan misi yaitu membentuk warung yang bernuansa Islami diwujudkan dengan adanya berbagai program kegiatan seperti mengadakan pengajian rutin satu sampai dua kali dalam sebulan di Masjid terdekat, mengajarkan membaca Al-Quran pada setiap karyawannya, mengadakan promo gratis makan bagi siapa saja yang berpuasa pada hari Senin dan Kamis serta gratis makan pada hari Jumat yang sudah membaca surat Al-Kahfi.¹² Oleh karenanya perlu dikaji lebih lanjut penerapan utilitas TCM sebagai sebuah konsep terpadu antara manajemen modern dengan nilai-nilai spiritualitas, hingga pada akhirnya akan membuktikan apakah penerapan TCM menjadi determinan praktik nilai-nilai bisnis Islam di Rumah Makan Preksu secara keseluruhan.

KAJIAN TEORI

Konsep TCM awalnya diperkenalkan oleh A. Riawan Amin dengan penjelasan menjadikan nilai-nilai dalam bingkai spiritual sebagai motivasi dan ruh sebuah bisnis. Konsep ini merupakan sebuah usaha untuk melahirkan nilai yang jauh lebih bermakna dari sekedar duniawi.

¹²File Dokumentasi Preksu tahun 2018 yang dikutip oleh Angga Hergastyasmawan, Pengaruh Bauran PeMasaran (Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Dan Pelayanan) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam Di Warung Ayam Geprek “Preksu” Tahun 2018, 2018. Tesis, Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama, Universitas Islam Indonesia, hlm. 108.

Manajemen dan spirit moral yang diterapkan dalam bisnis yang tidak hanya memenuhi prinsip *good corporate governance*, namun merupakan amanah dari Allah yang harus dipertanggungjawabkan baik di dunia maupun di akhirat, sehingga standar praktik-praktik perusahaan dituntut transparansi dan akuntabilitas yang tinggi dari sekedar terciptanya *good corporate governance*.¹³

Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian Ihsan Rahmat menjelaskan bahwa konsep TCM pada Bank Muamalat Indonesia menggambarkan sebagai proses internalisasi, dilakukan dengan cara pemimpin memberikan fasilitas dan anggota berupaya untuk mempromosikan nilai-nilai yang telah disepakati bersama untuk mencapai tujuan bersama. TCM juga dinilai mampu menjadi “*starting point*” untuk menentukan dan menyepakati arah nilai-nilai Islam secara bersama dalam membangun organisasi yang lebih baik. Selain itu penelitian tersebut menjelaskan sebaiknya dapat mengkaji dan memunculkan model budaya organisasi Islam dari jenis organisasi lain.¹⁴ TCM sangat perlu diterapkan bagi sumber daya manusia di bank syariah karena mampu mengimbangi atau sejalan konsep bisnis bank syariah yang tidak terlepas dari aspek spiritual, tidak hanya orientasi materi tapi juga mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁵ Selain itu penelitian Siti Hidayah juga menjelaskan bahwa salah satu cara untuk memiliki keunggulan kompetitif adalah dengan menerapkan nilai-nilai etika dan spiritualitas dalam praktik bisnis. Nilai-nilai tersebut adalah nilai-nilai yang mengacu pada prinsip 3 W, yaitu *worship*, *wealth*, dan *warfare*.¹⁶ Achmah Muhammad, pada Jurnal Manajemen Dakwah menjelaskan *Mpiritual Management* adalah langkah menuju terbentuknya sebuah sistem tata kelola bisnis, perusahaan atau organisasi apapun yang mendasarkan diri pada paradigma kemanusiaan yang utuh, yang mencakup dimensi materiil dan spiritualnya dalam

¹³A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah: Teori dan Praktik The Celestial Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 70-71.

¹⁴Ihsan Rahmat, “*The Celestial Management : Ikhtiar Mewujudkan Budaya Organisasi Islam*”, Jurnal MD, Vol. II No. 1, 2016, hlm. 36.

¹⁵Trimulato, “*Urgensi Penerapan Celestial Management Bagi Sumber Daya Manusia di Bank Syariah*”, Jurnal Muslim Heritage, Vol. 1 No 1, 2016, hlm. 211.

¹⁶Siti Hidayah, “*Manajemen Langit (Celestial Management) Sebagai Pendekatan Spiritual Dalam Praktik Bisnis*”, Jurnal Dharma Ekonomi STIE Dharmaputra Semarang, Vol. 17 No. 32, 2010, hlm. 1.

perspektif kehidupan manusia yang baik (hayatan thaayyibah) di dunia dan akhirat.¹⁷

TCM pada perspektifnya menjelaskan bahwa hidup itu dibagi dalam tiga domain, yaitu *life is a place of worship*, *life is a place of wealth*, *life is a place of warfare*, artinya hidup adalah tempat peribadatan, mencari kesejahteraan dan juga sebagai tempat berjuang. Cakupan bahasan TCM meliputi 12 pikiran pokok yang terangkum dalam konsep ZIKR, PIKR, MIKR.¹⁸ Tiga konsep utama ini mengeksplorasi pesan tuhan yang dijabarkan dalam pikiran, tuntutan dan aplikasi dalam bentuk perilaku berorganisasi. *Life is a Place of Worship* adalah hidup merupakan tempat peribadatan atau tempat menyembah. Konsep ini berangkat dari ajaran agama agar setiap perilaku manusia, termasuk dalam organisasi bisnis, memiliki terminal akhir yaitu peribadatan kepada Tuhan. Bekerja tidak hanya untuk mengabdikan kepada pimpinan, akan tetapi merupakan bentuk pengabdian kepada Sang Maha Pencipta. Lebih lanjut, domain *Life is a Place of Worship* memiliki cakupan bahasan yang berupa konsep ZIKR (*Zero based*, Iman, Konsisten, dan *Result Oriented*). Dalam perspektif TCM, mengingat target kerja, tanggung jawab rumah tangga, adalah bagian dari ZIKR. Lebih lanjut pada bagian ZIKR yang pertama adalah *Zero based* yaitu orang yang berpandangan *Zero based* memandang sesuatu dengan bersih, apa adanya, tidak ditambah, tidak dikurang, dan tanpa prasangka karena semua berasal dari Allah.

Kedua yaitu Iman, yang menjelaskan bahwa hubungan secara vertikal adalah manusia agar selalu ingat dan termotivasi dalam menjalankan perintah dari Allah, secara horizontal iman lebih memacu manusia untuk berkompetisi. Iman menciptakan keajaiban, memberi kekuatan spiritual serta menghilangkan rasa cemas dan takut. Masih menurut Riawan Amin, konsisten akan memperjuangkan cita-cita, pekerjaan, ide, tanpa mengenal lelah. Kata konsisten akan meluruskan arah dan teguh menghadapi banyak tantangan atau bahkan kegagalan. Pada *Result Oriented*, bisnis tidak hanya untuk menghasilkan tujuan dunia (laba) tetapi juga memperhatikan harapan akhirat.

¹⁷Achmah Muhammad, “*Spiritual Management*”, Jurnal MD, Vol. 2 No. 1, 2009, hlm. 18.

¹⁸A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah: Teori dan Praktik The Celestial Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 72.

Life is a Place of Wealth menjelaskan bahwa hidup merupakan tempat menciptakan kemakmuran serta pusat berkumpul dan berbagi kesejahteraan. *Wealth* yang dimaksud adalah keseimbangan antara kekayaan harta benda berupa fisik dan kekayaan. Hal ini dieksplorasi melalui sharing PIKR yang merupakan akronim dari *Power Sharing, Information Sharing, Knowledge Sharing, dan Rewards*. *Power Sharing* (pembagian kekuasaan) dimaksudkan bahwa seorang individu tidak bisa dalam bekerja sendiri tetapi haruslah berkelompok, bersama-sama dengan yang lainnya dalam sebuah tim. Pada *Information Sharing* (pembagian inforMasi), melaksanakan tugas ditentukan oleh terbaginya inforMasinya yang diperoleh. Jika individu bertugas di unit terbawah tentunya banyak inforMasinya dari atas, maka baik tidaknya/lancar tidaknya pekerjaannya juga ditentukan oleh pembagian inforMasinya. *Knowledge Sharing* (pembagian pengetahuan dan keterampilan) menjelaskan bahwa pengetahuan dalam menyelesaikan pekerjaan harus dibagi kepada semua yang terkait, dengan cara ditularkan dan ditransfer kepada yang tidak mendapat pelatihan, atau yang tidak mempunyai pengetahuan. Setelah kekuasaan dibagi, inforMasi diperoleh, pengetahuan dan *skill* dikuasai, tinggal satu hal yang perlu diperoleh yaitu pemberian *Reward* kepada karyawan yang berhasil dalam mencapai target agar lebih bersemangat.¹⁹

Domain ketiga yaitu *Life is a Place of Warfare*, bahwa hidup merupakan medan pertempuran yaitu benak pelanggan sebagai medan pertempurannya serta tempat persaingan adalah kompetitor. Oleh karena itu, setiap karyawan harus memiliki semangat pertempuran yang merupakan sumber motivasi untuk bekerja penuh dengan nilai-nilai universal seperti antusiasme, loyalitas tinggi, kreatif, inovatif, dan sinergis. Setelah terbentuk insan unggul, lalu bekerja menjadi tim unggul, langkah berikutnya adalah filosofi untuk perjuangan (*the dream team*). Inilah yang diwujudkan dalam MIKR (Militan, Intelek, Kompetitif, dan Regeneratif). Militan mendeskripsikan bahwa orang yang pantang menyerah dan sangat militan menjadi modal yang sangat berguna untuk maju. Pegawai yang berjiwa militan akan mempunyai sikap penuh gairah, bersemangat tinggi, siap, dan terlatih dengan baik, serta tahan banting dan pantang menyerah

¹⁹A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah...* hlm. 75-77.

dalam bekerja dengan pengendalian oleh akal bukan hawa nafsu. Intelekt berarti bahwa militansi di dasarkan pada kemampuan intelektualisme yang memadai dan unggul. Tidak mengandalkan emosi dan kebodohan, namun bersandar pada akal sehat. Kompetitif adalah kemampuan dan kesiapan untuk selalu bersaing dalam kebaikan sehingga selalu mendapatkan hasil kinerja yang efisien dan optimal. Intelektualitas yang dibangun di atas fundamen militansi akan menciptakan pejuang yang siap menyumbangkan kemampuan terbaiknya. Regeneratif memiliki arti yaitu fungsi-fungsi dari militansi dan intelektualitas dapat menghasilkan daya saing dan terus diwariskan kepada pegawai generasi berikutnya.²⁰ Berdasarkan telaah akademik dan kajian teoritik tersebut dapat dijelaskan bahwa konsep TCM melalui tiga domain *Life is a Place of Worship*, *Life is a Place of Wealth* dan *Life is a Place of Warfare* sudah tepat dan relevan dijadikan determinan praktik nilai-nilai spiritualitas jika diimplementasikan pada sektor usaha bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.²¹ Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif jika ditinjau dari eksplanasinya. Penelitian dekskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan.²²

Untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung fenomena di Rumah Makan Preksu. Selanjutnya melakukan wawancara dengan informan terkait objek penelitian yaitu Direktur, manajer HRD, manajer marketing, manajer operasional serta karyawan,

²⁰A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah...* hlm. 77-78.

²¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta,2009), hlm. 1.

²²Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga Univeritas Press, 2001), hlm.48.

dan dokumentasi catatan, arsip, foto, agenda, majalah, dan sebagainya yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

Prosedur analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.²³ Untuk membuktikan keabsahan data penelitian dengan menggunakan teknik uji kredibilitas triangulasi sumber dan teknik.²⁴ Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, data ini diperoleh dari Direktur, manajer HRD dan karyawan, Sedangkan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Makan Preksu sampai saat ini konsisten mempertahankan budaya Islam dan spiritual manajemennya dibandingkan dengan unit usaha lain yang menggunakan cara-cara baru dalam persaingan bisnis. Nilai-nilai keislaman pada aktivitas bisnis di Rumah Makan Preksu sudah selaras dengan urgensi *Spiritual Management* melalui TCM. Pembahasan penelitian ini berfokus pada perspektif tiga domain TCM yaitu *Life is a Place of Worship*, *Life is a Place of Wealth*, dan *Life is a Place of Warfare* dengan cakupan bahasan yang meliputi 12 pikiran pokok ZIKR, PIKR, MIKR.²⁵ Melalui tiga konsep utama ini, peneliti akan menyajikan hasil penelitian dengan mengeksplorasi pesan Tuhan yang dijabarkan dalam pikiran, tuntutan dan aplikasi dalam bentuk perilaku berorganisasi di Warung Makan Preksu.

Life is a Place of Worship

Domain *Life is a Place of Worship* di Rumah Makan Preksu memiliki arti yaitu tempat kerja harus dimaknai sebagai tempat ibadah, sehingga konsekuensinya tempat bekerja harus suci terbebas dari hal-hal yang haram.

²³Miles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, (Jakarta: UI Press, 1992), hlm. 14.

²⁴Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 270-277.

²⁵A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, Menggagas Manajemen Syariah: Teori dan Praktik The Celestial Management (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 71-78.

“Kita punya 3 elemen kenapa preksu ini sebagai tempat ibadah. Pertama orangnya, kita tanamkan mindset tim kalau kerja disini adalah tempat ibadah. Kedua sistemnya, kita kasih istirahat pada jam sholat. Ketiga tempatnya, kita hadirkan nuansa yang Islami yang wanita menggunakan hijab *syar’i* yang laki-laki menggunakan peci”²⁶

Sesuai dengan apa yang dikatakan Mas Warsandi, bahwa Rumah Makan Preksu ini benar-benar menerapkan bekerja itu adalah ibadah karena di Preksu ini sangat memperhatikan elemen manusia, sistem dan tempat. Karyawan selalu ditanamkan paradigma dalam menunaikan sholat diharuskan tepat waktu. Tempat dimaksudkan untuk menghadirkan nuansa Islami dengan hiasan kata-kata atau ajakan sesuai panduan Al-quran dan Hadist cara berpakaian menggunakan hijab *Syar’i* untuk perempuan dan menggunakan peci untuk laki-laki. Cakupan bahasan *Life is a Place of Worship* meliputi pikiran pokok ZIKR akan dijelaskan lebih lanjut.

Pertama, zero based (bersih, jernih, apa adanya). Rumah Makan Preksu sangatlah memperhatikan permasalahan di tempat bekerja agar tercipta lingkungan yang *zero based* (bersih, jernih dan apa adanya) terbukti dari selalu mengatasi Masalah dilihat dari akar Masalahnya.

“... dalam keseharian kita tidak lepas dari Masalah justru Masalah itu akan membuat kita semakin dewasa, jadi kalau saya sendiri jika ada Masalah, akan saya kroscek dulu jadi akar Masalahnya apa dan inti Masalahnya itu apa.”

Menurut pernyataan Mas Dani selaku HRD, Rumah Makan Preksu selalu mengatasi permasalahan karyawan ditempat bekerja bahkan menganggap permasalahan di tempat kerja justru akan membuat semakin dewasa dan akan selalu melihat permasalahan dari akarnya seperti yang beliau katakan sebelum memutuskan dan menyelesaikan permasalahan tersebut.

Kedua, iman (keyakinan pada janji-janji Allah). Beriman secara vertikal adalah manusia agar selalu ingat dan termotivasi dalam menjalankan perintah dari Allah. Secara horizontal, iman lebih memacu manusia untuk berkompetisi. Iman menciptakan keajaiban, memberi kekuatan spiritual serta menghilangkan rasa cemas dan takut. Iman juga membentuk militansi karena hanya orang yang beriman kokoh, yang siap berjuang.

²⁶Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 1 Maret 2019 pukul 14:30 WIB.

“...tujuan kita belajar itu untuk mencari ridho Allah. Jadi beda Mas, kalo kita kerja kita pasti dapat uang efeknya, kalau kita dapat uang kita bisa berbagi, kita bisa beribadah, kita bisa beramal dan tujuan kita dari semua itu hanya satu yaitu mencari ridho Allah.”²⁷

Dalam konteks iman Mas Warsandi mengibaratkan dengan tujuan dan efek, jadi tujuan semua kegiatan di dunia ini hanya satu yaitu untuk mencari ridho dari Allah. Apapun aktivitasnya seperti yang beliau ibaratkan, seperti makan. Jika makan efeknya akan kenyang dan tujuannya mencari ridho Allah. Seperti juga bekerja, bekerja tujuannya mencari ridho Allah dan efeknya mendapatkan materi.

Ketiga, konsisten (istikamah dan *kaafah*). Konsisten pada Warung Makan Preksu mengarah pada keistikamah-an dan kekaafah-an. Meluruskan arah dan teguh dalam pendirian nilai keislaman menuju tujuan bisnis meski menghadapi banyak rintangan atau bahkan kegagalan. Cakupan kaafah memiliki artian yaitu Warung Makan Preksu menghendaki penyerahan total yang seimbang antara jiwa dan raga, pribadi, karir, pendidikan dan keuangan. Singkatnya, preksu meyakini bahwa apapun yang dilakukan di Preksu tujuannya hanya satu yaitu untuk mencari ridho dari Allah.

*“...muslim itu keren banget lho dibandingkan dengan orang non muslim. Mark Zuckerberg sekuat itu dia buat facebook, Bill gates juga, paling mentok-mentoknya saat dia meninggal. Visinya udah sampai dia meninggal, kalau muslim itu visinya melampaui kehidupan kita.”*²⁸

Mas Warsandi mengibaratkan orang hebatpun kalau tidak ada keyakinan kepada Allah. Maka kehebatannya hanya sebatas di dunia saja akan tetapi jika seorang muslim tujuan hidupnya tidak hanya di dunia saja akan tetapi juga sampai akhirat. Maka dari itu beliau tidak pernah merasa jenuh dalam merealisasikan tujuannya, karena tujuan utamanya adalah akhirat.

Keempat, result oriented (mengutamakan pencapaian sasaran). Pencapaian sasaran di Preksu ini tidak hanya laba saja akan tetapi juga

²⁷Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 1 Maret 2019 pukul 14:30 WIB.

²⁸Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 1 Maret 2019 pukul 14:30 WIB.

pada akhirat atau pahala dan juga untuk mencari ridho dari Allah. Dalam hal ini pada setiap tujuan dari preksu pasti disosialisasikan kepada seluruh karyawan dari Preksu.

“...visi kita akan menjadi ladang dakwah nah jadi dari ladang dakwah itu kita selalu menerapkannya seperti cara berpakaian kita ibaratnya kita berpakaian seperti ini dan adab kita bagus insya Allah ini dakwahnya bagus dan warung kita kan jadi bagus.”²⁹

“...misalkan pada lima tahun kedepan Preksu akan membuka 50 outlet. Sarana sosialisasinya ketika sebelum waktu Jum’atan itu semua karyawan ngumpul jadi satu, nah disitu kami mensosialisasikan pada semua karyawan terkait target jangka panjang.”³⁰

Setiap tujuan dari Preksu dari jangka pendek sampai jangka panjang selalu disosialisasikan saat semua karyawan berkumpul jadi satu sebelum waktu sholat Jumat, tujuannya yaitu agar seluruh karyawan merasa termotivasi lebih semangat dan bisa mengikuti alur dari Preksu.

Life is a Place of Wealth

Hidup merupakan tempat menciptakan kemakmuran serta pusat berkumpul dan berbagi kesejahteraan. *Wealth* yang dimaksud adalah keseimbangan antara kekayaan harta benda berupa fisik dan kesejahteraan nurani. Berikut adalah pernyataan Mas Dani mengenai *Life is a Place of Wealth*.

“...saya berusaha semaksimal mungkin memperhatikan kemakmuran karyawan banya terkadang kita juga tidak selalu menghendel mereka semua dalam artian misalkan dalam cabang ini ada karyawan yang disitu sedang ada Masalah keuangan, jika itu memang ada laporan yang Masuk dengan bukti yang valid dengan data yang valid itu maka insyaallah kami akan membantu...”³¹

“...pertama pengetahuan dan agama itu pasti insyaallah itu selalu nomor satu, dengan kita mengadakan kajian-kajian kita mengundang ustad-ustad yang memang jam terbangnya itu sudah banyak...”³²

Menurut pernyataan Mas Dani, Preksu selalu memperhatikan kemakmuran setiap karyawannya yang sedang benar-benar membutuhkan bantuan terutama bagian materi. Tidak hanya meteri saja kemakmuran

²⁹Hasil Wawancara dengan Rosyid, CSR Preksu, 5 Maret 2019 pukul 16:08 WIB.

³⁰Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

³¹Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

³²Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

dalam segi keagamaan juga diperhatikan. Cakupan bahasan domain *Life is a Place of Wealth* yaitu PIKR akan dijelaskan lebih lanjut di bawah ini.

Pertama, power sharing. *Power sharing* berarti pengembangan organisasi, delegasi wewenang, birokrasi yang efisien, dan kontrol yang memadai. Di sinilah perlunya *power sharing* melalui kerja sama yang baik antar karyawan agar unit-unit di dalam Preksu dalam menyelesaikan tugas-tugasnya bisa berjalan dengan baik.

*“... pembagian tugasnya sudah jelas jadi setiap divisi punya program sendiri-sendiri. Sebenarnya saya itu ada tiga jobdesk yang pertama sebagai CS, Marketing dan sebagai CSR juga tetapi saya lebih fokus ke CSR....”*³³

Hal itu memang tidak tepat dalam pekerjaan, dapat membuat salah satu dari tugas ditinggalkan. Akan tetapi menurut Mas Rosyid sendiri tidaklah berat hanya awalnya saja, karena sebenarnya ketiga bagian itu saling berhubungan dan dapat mempermudah tugas-tugasnya.

*“...prinsipnya jalan dulu menghasilkan dulu baru diperbaiki, kita survive dulu kita bisa jalan dulu nah sekarang ini kita tahap perbaikan...”*³⁴

Saat ini manajemen Preksu berada pada tahap perbaikan karena sudah mulai berkembang sangat pesat, maka dari itu perlu manajemen yang baik dalam pengembangan organisasi, delegasi dan wewenang karyawan, itulah yang sedang diupayakan Preksu.

Kedua, information sharing. *Information sharing* yaitu adanya transparansi informasi kepada seluruh *stakeholder* di Preksu. Informasi yang dikumpulkannya di level atas atau karyawan yang memiliki kemampuan lebih diharuskan membagi kepada karyawan lain dan bawahan.

*“...saya sendiri menjadi jembatan antara owner dengan karyawan kalau disitu memang ada segala informasi dari karyawan itu pun Masih melalui manajer outlet... misalkan ada karyawan yang sebenarnya kompeten dalam pengembangan menu kemudian disampaikan ke manajer outlet lalu dilanjutkan ke tim HRD dan tim lainnya...”*³⁵

Berdasarkan pernyataan Mas Dani, alur informasi dari atas kebawah maupun sebaliknya sudah baik. Tetapi Mas Warsandi menyatakan Masih

³³Hasil Wawancara dengan Rosyid, CSR Preksu, 5 Maret 2019 pukul 16:08 WIB.

³⁴Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 6 Maret 2019 pukul 15:36 WIB.

³⁵Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

terdapat permasalahan berupa ketergantungan dengan Mas Feri atau pimpinan Preksu, terkadang karyawan Masih butuh diarahkan dalam setiap *Jobdesk* mereka Masing-Masing. Berikut dibawah ini adalah pernyataan Mas Warsandi.

“... Kita kekeluargaan, jadi kaya teman saja, tapi dalam segi perintah kerjaan memang dari atas kebawah, jadi temen-temen Masih sering ketergantungan dengan Feri (pimpinan Preksu) karena jobdesknya itu Masih diarahin dari atas kebawah jadi belum disitemkan.”⁵⁶

Ketiga, knowledge sharing. Knowledge sharing yaitu kegiatan koordinasi, diskusi, *brainstorming*, pelatihan, pengembangan dalam organisasi. Berbagi pengetahuan juga dilakukan di Rumah Makan Preksu ini, bahkan menjadi hal rutin yang wajib dilakukan. Berbagi pengetahuan di Preksu tidak hanya kepada karyawan saja tetapi kepada Masyarakat juga.

“Berbagi pengetahuan di Preksu ada dua yaitu kepada Masyarakat dan kepada karyawan. Kalan kepada Masyarakat kita ada melalui Sosmed disitu kita ada dakwah pada postingan lalu pada bonusan Al-kahfi tadi dan ada kajian bulanannya juga.”⁵⁷

“Kita ada pengajian rutin Mas sekaligus evaluasi warung satu minggu sekali pada hari jumat... itu dari jam 10 sampai mau jumat, kita juga ada training manajer outlet pada hari jumat sehabis ashar.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas, berbagi pengetahuan di Preksu ditujukan kepada karyawan dan Masyarakat. Kalau kepada Masyarakat yaitu melalu postingan di media sosial Instagram Preksu dengan memberikan pengetahuan melalui postingan tentang agama Islam serta program kajian bulanan di Masjid sekitar Preksu. *Knowledge Sharing* terhadap karyawan juga dilakukan saat evaluasi warung setiap pekan, selain itu juga Warung Makan Preksu memiliki sistem training manajer outlet setiap hari jumat. Dengan demikian berbagi pengetahuan untuk pegawai sudah diwujudkan.

Keempat, reward sharing. Distribusi kesejahteraan dengan menggunakan sistem yang jelas dan transparan. *Reward* dan *Punishment* di Preksu sangatlah diperhatikan untuk menjaga konsistensi Preksu agar sesuai dengan visi

⁵⁶Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 6 Maret 2019 pukul 15:36 WIB.

⁵⁷Hasil Wawancara dengan Rosyid, CSR Preksu, 5 Maret 2019 pukul 16:08 WIB.

⁵⁸Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 6 Maret 2019 pukul 15:36 WIB.

utama Preksu. *Reward* yang diberikan Preksu juga tidak tanggung-tanggung jika memang karyawan tersebut memiliki kinerja baik dan akhlak baik akan dapat imbalan bahkan kenaikan jabatan. Berikut adalah hasil wawancara mengenai *reward sharing*.

“... pasti kita memberikan reward dalam beberapa bentuk, yang pertama apresiasi ke karyawan yang benar-benar bagus yaa kita rekomendasikan untuk promosi jabatan. Kedua dalam bentuk materi kita memberi gaji lebih ke karyawan yang punya kinerja bagus.”³⁹

Selain itu di Preksu memiliki pemberian *Punishment* sangat ketat, untuk menjaga konsistensi visi utama dari Preksu sendiri. Berikut adalah hasil wawancara mengenai *Punishment*.

“... Kalau memang ada keryawan yang sering telat, bekerja kurang bagus, akan ada punishmentnya, tergantung dari kadar pelanggaran ... Kalau di Preks ini pelanggaran nomor satu yang paling berat yaitu dengan sengaja tidak sholat, pacaran. Tidak ada toleransi lagi dan langsung dikeluarkan.”⁴⁰

Seperti yang dikatan Mas Dani HRD Preksu, *Punishment* di Rumah Makan Preksu diterapkan melalui dua kali surat peringatan dan ada juga peraturan yang jika pelanggaran nya berat akan langsung dikeluarkan.

Life Is A Place Of Warfare

Domain *Life is a Place of Warfare* memiliki penjelasan yaitu hidup merupakan medan pertempuran atau tempat persaingan. Pesaing adalah kompetitor perusahaan dan benak pelanggan sebagai medan pertempurannya. Berikut adalah penjelasannya dari hasil wawancara yang sudah dilakukan.

“...Preksu itu apa, potensi kita apa, kita pabami lawan pabami musuh kita dan kita pabami medan perang,musuh kita adalah konsumen karena uangnya ada dikonsumsi, kita memberikan apa yang dibutuhkan konsumen dan kompetitor itu medan perang yang harus kita pabamin, mereka melakukan inovasi ini kenapa dia melakukan inovasi itu.”⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, domain ini lebih menekankan bahwa karyawan Warung Makan Preksu harus memiliki semangat

³⁹Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

⁴⁰Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

⁴¹Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

pertempuran yang merupakan sumber motivasi untuk bekerja penuh dengan nilai-nilai universal seperti antusiasme, loyalitas tinggi, kreatif, inovatif, dan sinergis.

Pertama, militan. Berikut di bawah ini adalah pernyataan yang dikatakan oleh Mas Rosyid mengenai militan.

“Untuk bersaing dengan kompetitor itu pasti ada karena setiap perusahaan itu pasti ada persaingan, cuma kita lebih mengutamakan kalau disini bukan cuma untuk mencari keuntungan tapi kita disini untuk semua orang untuk berdakwah juga.”⁴²

Menurut Mas Rosyid di Preksu lebih mengutamakan untuk berdakwah atau mencari ridho Allah dalam berbisnis dan bukan hanya untuk bersaing. Rasa semangat dalam bekerja terus selalu dijaga dengan berbagai program-program untuk karyawannya yaitu dengan setiap pagi dari pukul 7 sampai 8 tadarus Al-quaran yang bertujuan karena apapun yang diawali dengan puji-pujian kepada Allah akan diridhoi oleh Allah. Program lainnya yaitu dengan pengajian rutin sekaligus evaluasi warung satu minggu sekali pada hari Jumat yang bertujuan untuk mengumpulkan semua karyawan di setiap outlet untuk melakukan pengajian dan juga evaluasi agar kedepannya menjadi lebih baik untuk bersaing dengan kompetitor.

Kedua, intelek. Intelek berarti mencari solusi dalam menghadapi berbagai permasalahan yang ada dalam persaingan usaha. Berikut adalah hasil wawancara mengenai intelek di Warung Makan Preksu dengan Mas Rosyid.

*“Kalau persaingannya tentu dalam segi restoran pastinya ada produk baru, kalau kita insyaallah akan launching 7 produk baru bersamaan serta untuk sistem pelayanannya selalu kita perbaiki lagi agar lebih Islami serta juga lebih mengedepankan keMas-yarakatannya, seperti ibaratnya kita kalau setiap akhir bulan ada kajian bulanan untuk Masyarakat sekitar.”*⁴³

Solusi dalam menghadapi permasalahan dalam persaingan di Warung Makan Preksu lebih mengutamakan berinovasi dalam pengembangan sistem pelayanan agar lebih Islami dan memperbanyak kegiatan-kegiatan bernuansa Islam.

⁴²Hasil Wawancara dengan Rosyid, CSR Preksu, 5 Maret 2019 pukul 16:08 WIB.

⁴³Hasil Wawancara dengan Rosyid, CSR Preksu, 5 Maret 2019 pukul 16:08 WIB.

Ketiga, kompetitif. Kemampuan dan kesiapan untuk selalu bersaing dalam kebaikan di Warung Makan Preksu agar selalu mendapatkan hasil yang efisien dan optimal. Dalam hal ini Preksu mempunyai keunggulan yaitu pelopor produk ayam geprek susu dan *value* MANIS (Murah, Akeh, Nikmat, Indah, dan *Syar'i*) serta pelayanan yang optimal.

“Satu valuenya yaitu MANIS, nasi nambah sepenuhnya sesuai kebutuhan konsumen karena kalau orang umum itu tidak butuh nambah nasi sepenuhnya, mahasiswa yang butuh nambah nasi sepenuhnya, es teh refill udah gede refill lagi, makananya enak, harganya murah jadi itu sesuai kebutuhan target market kita.”⁴⁴

“kami juga pelopor geprek susu keju, karena ayam geprek itu memang banyak tapi yang pakai susu dan pakai keju itu ya preksu ini ...testimoni dari pelanggan juga suka dengan pelayanannya yang memakai hijab syar'i dan sebagainya ...intinya kita memberikan pelayanan yang terbaik dan berusaha untuk menjalin kekeluargaan dengan konsumen.”⁴⁵

Keunggulan preksu dalam menghadapi persaingan kompetitif tidak hanya dari segi makanannya saja yang nasi dapat tambah, es teh dapat tambah, harganya murah, menu susu yang enak akan tetapi dibuktikan juga dari segi pelayanan Islami seperti pelayanannya yang ramah, pakain wanita dengan hijab *Syar'i*, lelaki dengan peci dan banyak kegiatan yang bernuansa keislaman.

Keempat, regeneratif. Dalam menciptakan regenerasi karyawan, Rumah Makan Preksu memerlukan waktu atau proses yang sangat lama karena sulit untuk mencari orang yang benar-benar memiliki visi yang sama dengan Preksu, yang mengutamakan akhlak.

“Untuk menciptakan regenerasi itu pastinya, kita itu selalu menanamkan ke kepala Masing-Masing sebelum bekerja ...disini kita menerapkan sistem rekrutmen keislaman, kalaupun memang yang bersangkutan visinya sama dengan kita itu akan tercipta dengan sendirinya dan jika sudah ada tanda-tanda karyawan seperti itu maka nanti akan mendapat perhatian lebih dalam artian perhatian dalam skill akan dikembangkan.”⁴⁶

Maka dari itu jika sudah terlihat ada karyawan yang memiliki akhlak baik dan sesuai dengan visi dari Preksu, orang itu akan mendapatkan

⁴⁴Hasil Wawancara dengan Warsandi, Marketing Preksu, 6 Maret 2019 pukul 15:36 WIB.

⁴⁵Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

⁴⁶Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

perhatian secara lebih, walaupun kinerjanya kurang akan tetapi akhklaknya bagus hal itu Masih dapat diatasi dengan melakukan pelatihan agar sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

“...misalkan kinerjanya bagus apa-apanya bagus tapi akhklaknya kurang atau tidak bagus maka itu nanti juga akan menahan atau menghambat kenaikan jabatan atau promosi jabatan karena disini yang diutamakan itu akhklak. Kalau akhklaknya bagus engga ada Masalah tapi kinerjanya kurang baru kita menggenjot kinerja dia memberi pelatihan dia, tapi kalau dari awal akhklaknya memang tidak bagus ya susah.”⁴⁷

Pada bagian ini sangatlah menarik bagi peneliti, karena pemilihan regenerasi karyawan sangatlah berbeda dengan bisnis pada umumnya yang mengutamakan *skill* untuk meningkatkan omset usaha. Pada bagian Regenerasi ini Preksu benar-benar menerapkan *Spiritual Management* bahkan peneliti dapat menyimpulkan bahwa, kunci kesuksesan Preksu dengan lebih memilih akhlak yang baik dibandingkan dengan kemampuan yang baik. Akan tetapi dalam hal ini dapat menjadi boomerang bagi Preksu jika dalam proses seleksi hanya mengutamakan akhlak saja karena kompetensi karyawan dalam bekerja sudah seharusnya menjadi kebutuhan organisasi.

KESIMPULAN

Pembuktian kajian tentang konsep TCM telah menjadi determinan praktik nilai-nilai bisnis Islam di Rumah Makan Preksu yang merujuk pada tiga domain yaitu *life is a place of worship*, *life is a place of wealth*, *life is a place of warfare*, artinya hidup adalah tempat peribadatan, mencari kesejahteraan dan juga sebagai tempat berjuang. Namun Rumah Makan Preksu perlu memperhatikan indikator *power sharing* dan indikator *regeneratif* lebih lanjut karena hasil penelitian pada indikator tersebut Masih belum mencapai taraf sempurna. Implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu unit usaha bisnis yang secara efektif fokus mengelola indikator *power sharing* akan menjadikan karyawan memahami peran sesuai dengan jabatan dan unit kerja Masing-Masing. Karena setiap karyawan harus kembali merenung siapa dirinya, sebagai apa, tugas apa yang menjadi bagiannya. Pada indikator Regeneratif menjadi sebuah kesadaran bahwa kemampuan kompetitif atau kesuksesan yang didapatkan harus dijaga terus-menerus serta diwariskan kepada karyawan generasi berikutnya. Karena kesuksesan unit usaha bisnis tidak

⁴⁷Hasil Wawancara dengan Dani, HRD Preksu, 6 April 2019 pukul 15:36 WIB.

hanya dicapai dalam satu periode, tetapi membutuhkan periode berikutnya atau generasi penerus.

Implikasi praktis pada penelitian ini sebaiknya Warung Makan Preksu perlu meningkatkan urgensi dan peran dari indikator *power sharing* menjadi lebih spesifik karena terdapat HRD yang mengemban tiga tugas dan bagian sekaligus, Rumah Makan Preksu perlu mengatur kewenangan tugas dan bagian Masing-Masing agar karyawan dapat memposisikan diri sesuai dengan kemampuan dan keahliannya. Pada indikator Regeneratif diharapkan Warung Makan Preksu tidak hanya selalu memperhatikan akhlak namun dapat seimbangkan dengan memperhatikan kemampuan karyawan, hingga pada akhirnya Warung Makan Preksu dapat memiliki investasi SDM yang berakhlak mulia dan berkualitas tinggi pada kinerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin. (2012). Pengelolaan Bisnis Berbasis Nilai-Nilai Islam. *International Seminar: The Islamic Economics: Organizational Ethics Perspective, Strategy and Implementation of Islamic Law in the Economic System in Indonesia*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Amin, A. A., & Tim FEBS FEUI. (2010). *Menggagas Manajemen Syariah: Teori dan Praktik The Celestial Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arifah, M. N. (2016). Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam Bagi Karyawan di Lingkungan Kerja (Studi atas Pembinaan Keagamaan di Waroeng Steak and Shake Cabang Pandega Karya, Yogyakarta) (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga Univeritas Press.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Hakim, L., & Wijayanto, E. (2007). *Spiritual Based Management: Memimpin dan Bekerja Berbasis Spiritual*. Jakarta: Hikmah.
- Hergastyasmawan, A. (2018). *Pengaruh Bauran PeMasaran (Produk, Lokasi,*

Harga, Promosi, Dan Pelayanan) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam Di Warung Ayam Geprek "Preksu" Tahun 2018. Universitas Islam Indonesia.

- Hidayah, S. (2010). Manajemen Langit (Celestial Management) Sebagai Pendekatan Spiritual Dalam Praktik Bisnis. *Jurnal Dharma Ekonomi STIE Dharmaputra Semarang*, 17(32), 1–13.
- Hidayat, D., & Hasib, F. F. (2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan*, 2(11), 912–927.
- Ma'ruf, M. A. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Sleman: Aswajua Presindo.
- Miles, & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Muhammad, A. (2009). Spiritual Management. *Jurnal MD: Membangun Profesionalisme Keilmuan*, 2(1).
- Rahmat, I. (2016). The Celestial Management : Ikhtiar Mewujudkan Budaya Organisasi Islam. *Jurnal MD: Membangun Profesionalisme Keilmuan*, 19–39.
- Ruky, A. S. (2003). *SDM Berkualitas : Mengubah Visi Menjadi Realitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarif, N. (2019). Komunikasi Kontemporer Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pt Arofah Mina Surabaya). *An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(2).
- Trimulato. (2016). Urgensi Penerapan Celestial Management Bagi Sumber Daya Manusia di Bank Syariah. *Jurnal Muslim Heritage*, 1(1), 197–212.
- Wartoyo, W. (2018). Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan Dan Kemanusiaan. *Al-Awwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(2). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3369>