

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAKWAH DALAM PENERAPAN
ETIKA BISNIS ISLAM DAN NILAI SPIRITUAL TERHADAP
KARYAWAN KEDAI AYAM PENYET KA'SU.**

(Studi Kasus Kedai Ayam Penyet KA'SU Malaysia)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:



MUHAMMAD HIDAYAT

161220174

FAKULTAS DAKWAH

INSTITUT PTIQ JAKARTA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

2020 M/1442

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAKWAH DALAM PENERAPAN
ETIKA BISNIS ISLAM DAN NILAI SPIRITUAL TERHADAP
KARYAWAN KEDAI AYAM PENYET KA'SU.**

(Studi Kasus Kedai Ayam Penyet KA'SU Malaysia)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:



MUHAMMAD HIDAYAT

161220174

FAKULTAS DAKWAH

INSTITUT PTIQ JAKARTA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

2020 M/1442

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMMAD HIDAYAT**

NPM : **161220174**

Jurusan : Manajemen Dakwah (MD)

Fakultas : Dakwah

Judul Skripsi: **IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAKWAH DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI SPIRITUAL TERHADAP KARYAWAN KEDAI AYAM PENYET KA'SU**

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dikemudian hari terbukti atau dibuktikan skripsi ini hasil menjiplak, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan sanksi yang berlaku di lingkungan Institut PTIQ dan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Jakarta, 1 Oktober 2020
Yang Membuat Pernyataan

Materai

MUHAMMAD HIDAYAT

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAKWAH DALAM MENANAMKAN
NILAI- NILAI SPIRITUAL TERHADAP KARYAWAN KEDAI AYAM
PENYET KA' SU.

(Studi Kasus Kedai Ayam Penyet KA'SU Malaysia)

Skripsi :

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Untuk Memenuhi Syarat – Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial

Disusun oleh:

MUHAMMAD HIDAYAT (161220174)

Telah selesai dibimbing oleh kami, dan menyetujui untuk selanjutnya dapat
diujikan.

Jakarta, Oktober 2020 Menyetujui,

Pembimbing I



H. Topikurohman Bedowi, MA.

Pembimbing II



DR. H. Abdul Aziz, MT

Ketua Program Studi Manajemen Dakwah



Dr. R. Nanang Kuswara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAKWAH DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI SPIRITUAL TERHADAP KARYAWAN KEDAI AYAM PENYET KA'SU.

(Studi Kasus Kedai Ayam Penyet KA'SU Malaysia)

Disusun oleh :

Nama : **MUHAMMADHIDAYAT**




Nomor Pokok Mahasiswa : **161220174**

Jurusan/Konsentrasi : Manajemen Dakwah

Fakultas/Program : Dakwah

Telah diujikan pada sidang munaqasah pada tanggal :

TIM PENGUJI

No	Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan
1.	H. TopikurohmanBedowi, MA.	Ketua	
2.	Dr. R. Nanang Kuswara, S.E, M.M.	Penguji I	
3.	Achmad fachrudin. MSI	Penguji II	

4.	H. TopikurohmanBedowi, MA.	Pembimbing I	
5.	DR. H. Abdul Aziz, MT	Pembimbing II	
6.	Sri Hayati, S. Pd.	Sekretaris Sidang	

Jakarta, 4 November 2020



H. Topikurrahman Bedowi , MA.

Dekan Fakultas Dakwah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji serta syukur panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan ridha, rahmat, taufiq serta bimbingan-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, Nabi besar yang diutus sebagai rahmat bagi seluruh alam, semoga pula shalawat dan salam-Nya terlimpah ruahkan kepada segenap keluarga dan para sahabatnya serta seluruh umatnya yang berketetapan mengikuti tuntutannya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana strata satu pada Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah di Insitut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an.

Penulis Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan serta jauh dari kesempurnaan disebabkan masih terbatasnya kemampuan penalaran penulis. Tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini sulit diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih setinggitingginya kepada pihak yang memberikan bantuan dan dorongan semangat atas terselesaikannya skripsi ini.

Ucapan terima kasih itu penulis sampaikan kepada:

1. Orang tua penulis, Bapak Barsan dan Ibu Sutira sekaligus Manajer Kedai Ayam Penyet Ka' Su, serta keluargaku, istriku dan sahabat-sahabatku atas segala doa, dukungan dan nasehat meremasemua.
2. H. Topikurohman, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah di Insitut Perguruan Tinggi Ilmu Al- Qur'an sekaligus Pembimbing I yang

senantiasa memberi masukan, motivasi, koreksi dan kritikan selama penulis menyusun skripsi ini.

3. Dr. R. Nanang Kuswara, SE. MM selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah.
4. Dr. H. Abdul Aziz, MT selaku Pembimbing II dan kepada seluruh dosen PTIQ yang selalu mendoakan dan mengajar kami dengan ikhlas yang senantiasa memberi masukan, motivasi, koreksi dan kritikan selama penulis menyusun skripsi ini.

Segala sesuatu adalah milik Allah, dan segala sesuatu penulis kembalikan kepada Allah SWT. Kepada pihak-pihak yang membantu memberi masukan dalam penulisan skripsi ini, semoga kebaikan dan ketulusannya dapat menjadi kemudahan dalam segala urusan-urusannya. Amiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	8
1. Batasan Masalah.....	8
2. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	9
D. Metode Penelitian	10
1. Jenis Penelitian.....	10
2. Subjek dan Objek Penelitian	10
3. Teknik Pengumpulan Data	10
4. Teknik Analisis Data	11
5. Sumber Data.....	11
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Manajemen dan Tujuan Dakwah	15
1. Pengertian Manajemen	15
2. Tujuan Dakwah	20
B. SDM dalam Manajemen Dakwah	22
1. Arti Peranan Manajemen Dakwah	22
2. Nilai-Nilai Kepemimpinan Dakwah	23
3. Kemampuan Manajemen Dakwah	24
4. Fungsi Manajemen	25
C. Kepemimpinan dalam Manajemen Dakwah	26
1. Definisi Kepemimpinan	26
2. Metode Kepemimpinan	37
3. Teori Kepemimpinan Manajemen Dakwah	44
4. Karakteristik Kepemimpinan Manajemen Dakwah	48
5. Kepemimpinan Manajemen Dakwah Pada Masa Rasulullah SAW	53
D. Urgensi Spiritual dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan	57
1. Urgensi Kinerja	60
2. Pelayanan konsumen	63
3. Kualitas Produk	64

BAB III STUDI KEDAI AYAM PENYET KA'SU

A. Sejarah Kedai	70
B. Manajemen dan Pola komunikasi	71
1. Struktur Kepengurusan	72
2. Pola Komunikasi dalam bentuk kegiatan islami	72
3. Visi-Misi	73

4. Lokasi Penelitian	75
5. Subjek Penelitian.....	75
6. Objek Penelitian	76
7. Sumber Data.....	76
8. Teknik Pengumpulan Data	77
9. Teknik Analisa Data.....	79
10. Metode Pengolahan Data.....	82

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Struktur Organisasi Kedai Ayam Penyet KA'SU	84
B. Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual di Kedai Ayam Penyet KA'SU.....	85
1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual Pada Karyawan	87
2. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual Pada Kualitas Produk.....	94
C. Konsep Dasar Spiritualitas.....	97
D. Konsep Dasar Manajemen Spiritual	99
E. Pengembangan Manajemen Spiritual di Kedai Ayam Penyet Ka'Su...	100
F. Penelitian	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran-Saran	107

DAFTARPUSTAKA	109
----------------------------	------------

ABSTRAK

Nama :Muhammad Hidayat

Nim : 161220174

Fakultas / Program Studi: Dakwah / Manajemen Dakwah

Judul:Implementasi Manajemen Dakwah dalam Menanamkan Nilai-Nilai

Spiritual Terhadap Karyawan Tanggal Sidang : 4 November 2020

PembimbingI: H. TopikurohmanBedowi, Ma.

PembimbingII:Dr. H. Abdul Aziz, MT.

Manajemen dakwah merupakan sebuah disiplin ilmu yang relative baru dalam ranah ilmu manajemen.Terdiri dari dua kata yaitu Manajemendan Dakwah, keduanya merupakan bentuk integrasi dari dua kutub yang sama sekali berbeda. Manajemen identik dengan ilmu ekonomi yang sekuler, sedangkan istilah “dakwah” mengacup ada konsep agama yang menekankan pada keseimbangan dunia dan akhirat. Kedua konsep ini melebur dan menjadi satu disiplin ilmu tersendiri untuk menyesuaikan dengan kebutuhan profesionalitas organisasi dakwah dalam menjalankan aktivitasnya. Menanamkan nilai-nilai spiritual juga diterapkan di Kedai Ayam Penyet Ka’Su Halnya Beribadah, berdzikir, mengaji, bersedakah,dll. Kedai Ayam Penyet Ka’Su merupakan rumah makan yang menerapkan nilai-nilai dakwah dan nilai-nilai spiritual dengan label halal dan tayyiban yang menghadirkan produk halal dan baik serta lebih mengutamakan pelayanan kepada pelanggan setelah produk yang berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan nilai-nilai spiritual karyawan diKedai Ayam Penyet Ka’Su, Penelitian ini menggunakan metode deskriptifanalisis dengan pedekatakan kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa:

- 1) Implementasi Dakwah dalam menanamkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan Kedai Ayam Penyet Ka’ Su sudah diterapkan dengan cukupbaik,
- 2) Metode dalam menanamkan nilai-nilai spiritual diKedai Ayam Penyet Ka’ Su pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang di contohkan oleh RasulullahSAW.

- 3) Fungsi dan peranan manajemen dalam aktifitas dakwah merupakan suatu hal yang sangat penting dan diterapkan oleh manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su terhadapkaryawannya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam Islam setiap muslim diwajibkan untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan) dalam setiap kehidupan termasuk didalamnya aturan usaha dan bisnis yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan sejahtera. Islam adalah agama sempurna yang memuat berbagai persoalan kehidupan yang termasuk kehidupan manusia, baik diungkapkan secara global maupun rinci, secara substantif ajaran Islam yang diturunkan Allah SWT kepada para Rasulullah SAW terbagi menjadi tiga bagian yakni aqidah, syariah dan akhlak (Janwari, 2002:17).¹¹

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai-nilai spiritual dan nilai etika bisnis. Hal ini

¹¹ Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat: Sebuah Pengenalan*, PT. Raja Grafindo Persada, hal 17

penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis (Amalia, 2014).

Islam menempatkan bisnis sebagai cara yang terbaik untuk memperoleh harta serta kesejahteraan. Oleh sebab itu, bisnis dilakukan dengan cara yang baik tanpa adanya kecurangan, riba, rekayasa harga maupun menimbun barang. Perilaku seperti ini dapat menyebabkan terjadinya kezaliman dalam kehidupan masyarakat. Dalam era bisnis modern saat ini untuk menghadapi persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi seluruh norma-norma bisnis yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis agar dapat berpikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, mengganggu kegiatan bisnis pelaku bisnis yang lain atau tidak (Susanti, 2017).

Perilaku bisnis yang benar menurut Mustaq Ahmad adalah yang sesuai dengan ajaran Alquran dan implementasinya tidak saja baik terhadap sesama manusia akan tetapi juga harus selalu dekat dengan Allah SWT. Setiap muslimin mengalami masalah yang sangat dilematis karena di dalam pikirannya ada semacam keresahan apakah praktek-praktek bisnis yang dilakukan telah benar menurut pandangan Islam. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari laba sebesar-besarnya. Nilai-nilai Islam senantiasa menjadi landasan utamanya, siapa saja yang ingin bermuamalah diperbolehkan kecuali yang dilarang. Dalam Islam nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis, nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang

muslim kepada Allah SWT. Hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan taraf hidupnya (Ahmad, 2006:113).¹²

Islam menghalalkan jual beli termasuk juga bisnis, namun bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim, diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat karena selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT. Disetiap kegiatan bisnis bukan hanya untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri seperti mendapatkan keuntungan yang besar, melainkan ingin menumbuhkan kedisiplinan dan nilai kejujuran dalam praktisi bisnis. Jika setiap praktisi bisnis menerapkan kedisiplinan dan mempunyai nilai kejujuran yang baik maka nilai perusahaan di mata masyarakat luas akan baik. Semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis tersebut (Harahap, 2010:37).

Hal ini juga berlaku bagi bisnis rumah makan. Mengingat saat ini bisnis rumah makan semakin berkembang seiring dengan perkembangan jumlah besar gaya hidup yang ingin serba cepat tersaji, karena semakin banyaknya usaha rumah makan dan persaingan yang semakin ketat dapat menyebabkan para pelaku bisnis rumah makan melakukan kecurangan dan hanya mementingkan keuntungan semata. Sedangkan dalam Islam telah

¹²Ahmad Hasnan. S, “*Mengenal Proses Deep Drawing*”. Jakarta, 2006, hal.113

dijelaskan tujuan dari bisnis tidak hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya melainkan juga keberkahan.

Karyawan merupakan aset yang mempunyai andil cukup besar terhadap kemajuan suatu perusahaan atau Kedai , maka dari itu kinerja yang baik sangat dibutuhkan. Melalui penerapan nilai-nilai spiritual dari setiap individu karyawan yang berdampak pada peningkatan kinerja, artinya karyawan tidak hanya berkontribusi terhadap perusahaan atau Kedai , namun juga karyawan tersebut secara tidak langsung telah menerapkan nilai-nilai spiritual yang sifatnya mensyukuri apa yang telah dikaruniakan oleh Allah SWT.

Kecerdasan spiritual memiliki pengaruh yang nyata terhadap kinerja karyawan. Sejak lama orang yakin bahwa kecerdasan khususnya kemampuan intelektual merupakan suatu wujud kemampuan mental yang penting dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan,¹³ paradigma spiritual pada dasarnya mengakui bahwa manusia bekerja tidak hanya dengan tangan mereka, tetapi juga hati mereka.

Pemenuhan kesejahteraan dan kebutuhan karyawan juga menjadi hal pokok yang harus diperhatikan kedai. Keberhasilan suatu kedai dalam memenuhi kebutuhan karyawannya baik materil maupun spiritua l, berdampak positif bagi kedai. Oleh karenanya selain gaji atau upah yang diberikan kepada karyawan, nilai-nilai spiritual juga harus diberikan kepada karyawan. Spiritualitas dibutuhkan agar karyawan lebih efektif dalam bekerja, karena karyawan melihat pekerjaan sebagai alat untuk meningkatkan

¹³Sutardjo, Wiramiharja, *Pengantar Psikologi Klinis*. Bandung: PT. Refika Aditama. 2003, Hal.71

spiritualitas ibadah dan membawa kepada ketentraman batin, bukan hanya sebagai alat untuk memperoleh uang atau berupa materi duniawi saja.

Menyadari bahwa salah satu elemen kunci keberhasilan Kedai adalah karyawan, pihak manajemen Kedai Ayam Penyet Ka' SU, berupaya menjaga kinerja karyawannya melalui penerapan manajemen spiritual, mulai dari cara berpakaian menutup aurat, tutur kata, sopan santun, dan beribadah. Manajemen spiritual dirancang untuk mengajarkan sesuai ajaran islam dalam al-Qur'an dan sunnah. Hal ini sesuai pandangan pemelik Kedai yaitu ibuSutira yang memandang bahwa Kedai sebagai media dakwah, sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, sebagai seorang pengusaha dan tetap melakukan aktivitas dakwahnya.¹⁴

Dakwah pada hakikatnya mengaktualisasikan nilai-nilai dan ajaran islam kedalam kehidupan sehari-hari dalam lingkup pribadi, keluarga, masyarakat sehingga terwujudnya ummat yang sejahtera lahir batin, bahagia dunia dan akhirat.¹⁵Pihak manajemen Kedai Ayam Penyet Ka' SU berupaya penuh mengimplementasikan aktivitas dakwah dalam Kedai .

Tujuan lain dari penerapan manajemen spiritual dalam pengelolaan karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' SU adalah semangat dari pemilik Kedai untuk memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat yang tidak terlepas dari nilai-nilai dakwah islam sebagai landasannya. Maka dalam proses

¹⁴Wawancara pada tahap pra lapangan dengan (Ibu Sutira Manajer Kedai Ayam Penyet Ka' Su), Malaysia, maret 2020

¹⁵Eneng Purwanti, "*Manajemen Dakwah dan Aplikasinya Bagi Perkembangan Organisasi Dakwah*", artikel dimuat di *jurnalAdzikra*, Vol, 1:2 Juli-Desember 2010, hal.11

penerimaan karyawan pihak manajemen lebih mengutamakan yang kompeten, rajin ibadah, dan bersungguh-sungguh dalam mematuhi peraturan.

Sementara visi Kedai Ayam Penyet Ka' SU “ *Bekerja adalah Ibadah*, dengan maksud memberikan pembelajaran kepada karyawan agar orientasi bekerja mereka bukan hanya terletak pada materi, yang berupa gaji atau karyawan bekerja bukan karena takut kepada atasan melainkan bertujuan ibadah kepada Allah SWT untuk menafkahi keluarganya. Hal ini juga menjadi landasan manajemen kedai dalam menjalankan bisnisnya, bukan hanya mencari keuntungan tetapi membawa kemaslahatan ummat, terutama karyawan dan masyarakat dilingkungan sekitar.

Standart peraturan Kedai sebenarnya, sebagai salah satu instrumen dakwah dalam sistem manajemen spiritual yang dapat digunakan untuk mengingatkan para karyawan akan kegiatan ibadah wajib yang ada dalam ajaran agama islam yang harus dilakukan para karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' SU, yang sejatinya keharusan dan tanggung jawab atas kewajiban ibadah ini terjaga kualitasnya terutama dalam hal ini adalah sholat lima waktu, maka sebagai dampaknya akan didapatkan ketentraman batin dan melahirkan etos kerja yang tinggi dari karyawan yang siap memberikan kinerja terbaiknya bagi kemajuan kedai.

Seorang yang kecerdasan spiritual tinggi, mempunyai moral yang baik dan mampu membedakan antara perbuatan buruk dan yang baik serta bagaimana dia harus bersikap terhadap sesamanya sesuai nilai moral yang

dimilikinya¹⁶. adanya penerapan manajemen spiritual ini, diharapkan dapat menghilangkan tindakan tercela dari karyawan seperti malas bekerja, tindakan pencurian, korupsi, tidak jujur, dan kurang disiplin. Pemahaman akan spiritualitas ditempat kerja membuat seorang merasa setara dan memungkinkan mereka hidup dalam lingkungan yang bebas dari rasa takut sehingga lebih aman dalam berkreativitas.¹⁷

Berdasarkan uraian diatas peneliti merasa perlu melakukan penelitian dan kajian mendalam terkait manajemen dakwah yang dilakukan oleh pemilik Kedai Ayam Penyet Ka'SU dengan judul "Implementasi Manajemen Dakwah dalam Menanamkan Nilai-Nilai Spiritual Karyawan".

Ravianto menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan diantaranya yaitu pendidikan dan latihan, disiplin, sikap dan aktivitas kerja, motivasi masa kerja, gizi dan kesehatan, tingkat penghasilan, jaminan sosial, lingkungan kerja, teknologi dan sarana produksi, kesempatan kerja serta kebutuhan untuk berprestasi¹⁸.

Selain hal yang bersifat intelektual dan emosional, upaya untuk mengoptimalkan kinerja juga dapat dilakukan melalui pendekatan penanaman nilai-nilai spiritual, yang akan menumbuhkan kecerdasan spiritual. Zohar dan Marshal mengatakan bahwa kecerdasan spiritual mampu

¹⁶Peter Garlans Sina dan Andris Noya, "Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Pengelolaan Keuangan pribadi", artikel dimuat di Jurnal Psikolog, Vol 42, No 1 April 2015, hal. 4

¹⁷Leo Agung Manggala Yogatama dan Nilam Widyarini, "Kajian Spiritualitas di Tempat Kerja pada Konteks Organisasi Bisnis", artikel dimuat di Jurnal Psikolog, Vol.42, 1 April 2015, hal. 4

¹⁸Mohammad Arief, "Spiritual Manajemen: Sebuah Refleksi Dari Pengembangan Ilmu Manajemen", artikel dimuat di jurnal ekonomi modernisasi Vol 6, no 2, juni 2010, hal. 176

menjadikan manusia sebagai makhluk yang lengkap secara intelektual emosional dan spiritual.¹⁹

Agar semua individu di kedai mengetahui manfaat dari kecerdasan spiritual tersebut maka perlu dibuat suatu pencerdasan, dan sistem atau aturan agar orang-orang dalam kedai tersebut mau membangkitkan kecerdasan spiritualnya, dan faktanya sekarang tidak banyak kedai-kedai melakukan hal tersebut.

B. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Karena terlalu banyak latar belakang masalah yang ditemukan serta memerlukan dana, upaya dan waktu untuk membahas dan menelitinya, maka dalam penelitian ini, masalah dibatasi pada masalah-masalah yang terkait

IMPLEMENTASIMANAJEMEN DAKWAH DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI SPIRITUAL KARYAWAN.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dapat kita ambil rumusan masalah yang sesuai pembahasan:

- a. Bagaimana implementasi manajemen dakwah terhadap karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su?
- b. Bagaimana cara manajemen Kedai Ayam Penyet Ka' Su menanamkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan?

¹⁹Abdullah Gymnastiar, *Meraih Bening Hati Dengan Manajemen Qolbu*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) hal. 1

- c. Bagaimana peran spiritualitas karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su dalam meningkatkan kinerjanya?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah agar karyawan mampu mengimplementasikan nilai-nilai dakwah di Kedai Ayam Penyet Ka' SU.

- a. Untuk mengetahui para karyawan bagaimana cara menerapkan nilai-nilai spiritual di Kedai Ayam Penyet Ka' SU.
- b. Agar nilai-nilai spiritual tetap diterapkan oleh karyawan disaat bekerja.
- c. Agar mengetahui peran spiritualitas karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su dalam Meningkatkan Kinerja.

2. Manfaat Penelitian

Berangkat dari permasalahan dan tujuan penelitian tersebut diatas, Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Secara teoritis, bermanfaat untuk mengembangkan nilai-nilai dakwah sesuai ajaran syariat islam untuk semua karyawan.
- b. Secara praktisi bermanfaat bagi para wirausaha yang akan membuka usaha dengan memperhatikan nilai-nilai dakwah dan mengembangkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawannya.
- c. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi Kedai Ayam Penyet Ka' Su untuk menumbuhkan karakter dan kepribadian yang lebih baik bagi para karyawannya.
- d. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Straus dan corbin (1997), Seperti yang dikutip oleh V. WiratnaSujarweni, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan penelitian tentang kehidupan masyarakat, Sejarah tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Sedangkan menurut Lexy J. Moloeng, penelitian kualitatif tampaknya diartikan sebagai penelitian yang tidak mengadakan perhitungan.²⁰

2. Subjek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah seluruh komponen pihak manajemen Kedai dan seluruh karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' SU Malaysia dan yang menjadi objek penelitiannya adalah Kedai Ayam Penyet Ka'SU yang dibangun tanggal 25 bulan juli Tahun 2011 oleh Ibu SUTIRA.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau

²⁰V. WiratnaSujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014, hal.19

kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian dalam penelitian ini penulis menganalisis.

b. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Yaitu mengumpulkan data-data yang berhubungan manajemen dakwah dan menanamkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan.

c. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab sehingga dapat diskonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam melakukan wawancara hendaknya peneliti memperhatikan betul kaidah-kaidah yang harus dijalankan dalam wawancara, dengan harapan bahwa hasil dan tujuan wawancara dapat terpenuhi. Selain itu wawancara dikatakan berhasil ketika orang yang menjadi sumber berita tidak merasa terpaksa ketika ditanya.

4. Teknik Analisis Data

Setelah data yang dikumpulkan terkumpul melalui observasi, studi dokumen, dan wawancara maka selanjutnya data-data akan diolah serta dianalisa menggunakan metode kualitatif deskriptif.

5. Sumber Data

a. Data Primer, ialah sumber data yang diperoleh berupa catatan tertulis dari hasil observasi, dan wawancara dari pemilik Kedai Ayam Penyet Ka' SU

- b. Data Sekunder, ialah sumber data yang diperoleh berupa catatan dari buku-buku, program rumah makan, dan catatan lainnya

E. Tinjauan Pustaka

Berkaitan dengan penelitian ini, terdapat juga penelitian yang hampir senada dengan penelitian yang akan penulis kaji yaitu:

1. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rofiqoh Khoirunnisa dengan judul Pengembangan Spritualitas sebagai upaya guru Bimbingan dan konseling dalam dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa Kelas XI SMA Negeri 5 Yogyakarta. Penelitian ini membahas Pentingnya kedisiplinan dalam dunia pendidikan yang sangat menentukan kualitas pendidikan di sekolah. Salah satu caranya adalah melalui pengembangan spritualitas.
2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Titin Rokhfiana dengan judul Penanaman nilai-nilai pendidikan Islam di Islamic Boarding School. Penelitian ini memfokuskan pada permasalahan pendidikan dalam upaya penanaman nilai dan pembiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Persamaan dengan penelitian yang peneliti teliti yaitu sama-sama membahas tentang penanaman nilai-nilai, hanya saja beda objek penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Muryati (2015) dengan judul Penanaman nilai-nilai akhlakul karimah pada peserta didik di SMP Muhammadiyah Kabupaten Kebumen. Penelitian ini memfokuskan untuk mengetahui tentang penanaman nilai-nilai akhlakul karimah pada peserta didik di SMP Muhammdiyah, hal ini dikarenakan hampir semua peserta didik memiliki HP yang memudahkan dalam memperoleh informasi, terutama HP yang menayangkan gambar maupun vidio tak senonoh sehingga

dapat merusak moral dan akhlak peserta didik. Persamaanya adalah sama-sama membahas tentang penanaman nilai-nilai, sedangkan bedanya penelitiannya Muryati tentang penanaman nilai-nilai akhlakul karimah pada peserta didik, sedangkan yang peneliti tulis tentang penanaman nilai-nilai spritual terhadap karyawan.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang akan dicantumkan dalam skripsi ini tersusun dari 5 bab, diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB I-PENDAHULUAN:

Terdiri dari latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian.

BAB II-LANDASAN TEORI:

Ruang lingkup Dakwah dan Spiritual Karyawan

- a. Pengertian Manajemen Dakwah
- b. Perananan Manajemen Dakwah
- c. Ruang Lingkup Kegiatan Manejemen Dakwah
- d. SDM dalam Manajemen Dakwah
- e. Urgensi Spirtualitas dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

BAB III-STUDI KEDAI AYAM PENYET KA' SU:

Bab ini membahas tentang Kedai Ayam Penyet Ka'SU , Visi dan Misi Kedai, Sejarah berdirinya Kedai, serta lokasi dan kualitas produk kedai.

BAB IV- ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan temuan-temuan pada Kedai Ayam Penyet Ka' Su, yang terkait dengan implementasi manajemen dakwah terhadap karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su, Metode manajemen kedai dalam menanamkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan dan peran spiritualitas karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su dalam meningkatkan kinerja.

BAB V- PENUTUP

Merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dari hasil pembahasan, serta saran-saran agar manajemen kedai Ayam Penyet Ka' SU mampu menerapkan nilai-nilai dakwah dan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Tujuan Manajemen Dakwah

1. Pengertian Manajemen

Manajemen dakwah merupakan sebuah disiplin ilmu yang relative baru dalam ranah ilmu manajemen. Terdiri dari dua kata yaitu Manajemen dan Dakwah, keduanya merupakan bentuk integrasi dari dua kutub yang sama sekali berbeda. Manajemen identik dengan ilmu ekonomi yang sekuler, sedangkan istilah “dakwah” mengacu pada konsep agama yang menekankan pada keseimbangan dunia dan akhirat. Kedua konsep ini melebur dan menjadi satu disiplin ilmu tersendiri untuk menyesuaikan dengan kebutuhan profesionalitas organisasi dakwah dalam menjalankan aktivitasnya.

Untuk dapat memahami dengan lebih mendalam mengenai konsep manajemen dakwah ini, kita dapat memulai dari aspek pengertiannya. Menurut Mahmuddin, manajemen dakwah adalah suatu proses dalam memanfaatkan sumberdaya (insani dan alam) dan dilakukan untuk merealisasikan nilai-nilai ajaran islam sebagai tujuan bersama. Sedangkan menurut M. Munir dalam bukunya mendefinisikan manajemen dakwah sebagai pengaturan secara sistematis dan kordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang memulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah. Pengertian tersebut membawa kepada pemahaman bahwa didalam sebuah manajemen dakwah terdapat sistem yang cukup kompleks sehingga membutuhkan

sinergisitas semenjak awal perencanaan yang ditetapkan sehingga pada implementasi aktivitas dakwah.¹¹

Dari pendapat beberapa ilmuan diatas mengenai pengertian manajemen dakwah, dapat disimpulkan bahwa manajemen dakwah adalah aktivitas organisasi dakwah untuk mengelola seluruh sumberdaya yang dimiliki melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan dakwah yaitu amar ma'ruf nahi munkar.

Manajemen Dakwah sangat dibutuhkan mengingat tantangan dakwah yang semakin berat. Jika dakwah dilakukan dengan sporadic dan tanpa perencanaan, bisa di pastikan akan dikalahkan oleh kejahiliyahan yang dilakukan oleh profesional. Dakwah harus dikemas dan dirancang sedemikian rupa, sehingga gerak dakwah merupakan upa nyata yang sejuak dan menyenangkan dalam usaha meningkatkan kualitas aqidah dan spiritual, sekaligus kualitas kehidupan sosial, ekonomi, budaya, dan politik umat islam dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Sehingga dengan demikian manajemen dakwah dapat menjadi penuntun dan arah dalam pelaksanaan dakwah yang professional.

Manajemen dakwah

A. Rosyad Shaleh mengatakan manajemen dakwah adalah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun

¹¹Mahmuddin, *Manajemen Dakwah Rasulullah*, (Jakarta: Restullahi, 2004) hal. 23

dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan kearah pencapaian tujuan dakwah.¹²

Menurut M. Munir dan Wahyu Ilaihi, manajemen dakwah adalah sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan dan aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.¹³

Definisi di atas memberikan gambaran bahwa manajemen itu mengandung arti proses kegiatan. Proses tersebut dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan menggunakan sumber daya lainnya. Seluruh proses tersebut ditujukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Malayu S.P. Hasibuan menjelaskan bahwa manajemen berasal dari kata to manage yang artinya mengatur. Jadi, Manajemen itua dalah suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.¹⁴ Sedangkan menurut Brantas adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang kearah tujuan-tujuan organisasi atau maksud-maksud nyata.¹⁵

Pengertian dakwah cara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu da'a, yad'u' da'wan, du'a, yang diartikan sebagai upaya amengajak, menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan.

¹²Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta:Bulan Bintang:1977), hal.123

¹³ Muhammad Munir, *Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 36-37

¹⁴Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*,(Jakarta:BumiAksara,Cet. 8,2009), hal.1

¹⁵ Branta, *Dasar-dasarManajemen*, (Bandung:Alfabeta,2009), hal.4

Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan makna dakwah Islam yaitu sebagai kegiatan mengajak, menyeru, mendorong dan memotivasi orang lain untuk meniti jalan Allah dan Istiqomah dijalan-Nya serta berjuang bersama meninggikan agama Allah. Tujuan dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, baik yang bersangkutan dengan masalah pribadi, keluarga maupun sosial kemasyarakatannya, agar mendapatkan keberkahan dari Allah Swt. Sedangkan tujuan dakwah secara khusus merupakan perumusan tujuan umum sebagai perincian dari pada tujuan dakwah.¹⁶

Berdasarkan dari teori-teori diatas dari defines ilmu yang berbeda maka manajemen dakwah yaitu sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah tujuan dakwah. Namun manajemen dakwah yang di maksud penulis di sini ialah bagaimana peran manajemen dakwah dan factor apa sajakah yang melatar belakangi proses pembinaan dilembaga Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Provinsi Lampung dalam melakukan proses pembinaan nilai-nilai Islam kepada muallaf.¹⁷

Ajaran islamalah dalah konsepsi yang sempurna dan komprehensif, karena ia meliputi segala aspek kehidupan manusia, baik yang bersifat duniawi maupun ukhrawi, Islam secara teologis, merupakan system nilai

¹⁶Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Bandung:Kencana ,2009), hal. 78

¹⁷Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta Bulan Bintang: 1997), hal.45-47

dan ajaran yang bersifat ilahiah dan transenden. Sedangkan dari aspek sosiologis, Islam merupakan fenomena peradaban, kultural, dan realitas sosial dalam kehidupan manusia.

Selanjutnya salah satu aktivitas keagamaan yang secara langsung digunakan untuk mensosialisasikan ajaran islam bagi penganutnya dan umat manusia pada umumnya adalah aktivitas dakwah. Aktivita sini dilakukan baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan nyata. (dakwah bi al-lisan, wa bi al-qalamwa bi al-hal).

Secara kualitas dakwah islam bertujuan untuk memengaruhi dan mentransformasikan sikap batin dan perilaku warga masyarakat menuju suatu tatanan kesalehan individu dan kesalehan sosial. Dakwah dengan pesan-pesan keagamaan dan pesan-pesan sosialnya juga merupakan ajakan kepada kesadaran untuk senantiasa memiliki komitmen (istiqomah) dijalan yang lurus. Dakwah adalah ajakan yang dilakukan untuk membebaskan individu dan masyarakat dari pengaruh eksternal nilai-nilai syaithaniah dan kejahiliahan menuju internalisasi nilai-nilai ketuhanan. Disamping itu,dakwah juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman keagamaan dalam berbagai aspek ajarannya agar diaktualisasikan dalam bersikap, berpikir, dan bertindak.¹⁸

Dalam konteks inilah relevansi dakwah hadir sebagai solusi bagi persoalan-persoalan yang dihadapi ummat, karena didalamnya penuh dengan nasihat, pesan keagamaan dan sosial, serta keteladanan untuk

¹⁸Suyuti Pulungan, *Universalisme Islam* , (Jakarta: MSA , 2002), hal. 66

menghindari diri dari hal-hal negative destruktif kepadahal-hal positif konstruktif dal ridho Allah SWT.

Relevansi ini semakin signifikan apabila dakwah dilakukan secara professional, sehingga dapat mengakomodasi semua la pisan masyarakat serta menyentuh aspek akal dan rohaninya. Kemampuan professional dalam berdakwah semakin dituntut karena persoalan dan problematika masyarakat semakin kompleks dan masyarakat saat ini semakin kritis dalam merespons sesuatu.

Kecenderungan masyarakat untuk mencari solusi kepada ajaran Islam dalam menghadapi problematika kehidupan dan masalah-masalah kontemporer merupakan tantangan bagi para pelaku dakwah. Dalam konteks ini, maka para pelaku dakwah dituntut untuk menampilkan ajaran islam secara rasional dengan memberikan interpretasikritis untuk merespon nilai-nilai yang masuk melalui berbagai saluran informasi dari sudut penjuru dunia yang pengaruhnya semakin mengglobal. Artinya dakwah harus dikemas se demikian rupa untuk mempengaruhi presepsi masyarakat bahwa nilai-nilai ajaran islam lebih tinggi nilainya dari pada nilai-nilaiyanglain

2. Tujuan Dakwah

Tujuan merupakan pernyataan bermakna, keinginan yang dijadikan pedoman manajemen organisasi untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan dalam dimensi waktu tertentu. Sebenarnya tujuan dakwah itu tidak lepas dari pembicaraan tentang islam sebagai agama dakwah. Secara umum , Dr M. Quraish Syihab mengemukakan

tujuan dakwah dalam melihat peran intelektual muslim sebagai unsure control sosial adalah sebagai berikut:

- a. Mempertebal dan memperkokoh iman kaum muslimin, sehingga tidak tergoyahkan oleh pengaruh negatif dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, atau paham-paham yang membahayakan negara, bangsa dan agama.
- b. Meningkatkan tata kehidupan umat dalam arti yang luas dalam mengubah dan mendorong mereka untuk menyadari bahwa agama mewajibkan mereka untuk berusaha menjadikan hari esok lebih cerah dari hari ini.
- c. Meningkatkan Pembinaan akhlak umat islam, sehingga memiliki sikap dan perilaku yang baik dalam kehidupan beragama, bermasyarakat dan bernegara.

Lebih kongkritnya Abdul kadir Munsyi memberikan 3 pokok urgensi tujuan dakwahyaitu:

Mengajak manusia seluruhnya agar menyembah Allah yang MahaEsa, tanpa mempersekutukannya selain dengan sesuatu dan tidak pula bertuhankan selain Allah. “Sembahlah olehmu akan Allah, janganlah engkau mempersekutukannya dengan sesuatu”(An-Nisa’: 36).

- a. Mengajak kaum muslimin agar mereka ikhlas beragama karena Allah, menjaga amal perbuatannya, jangan bertentangan dengan iman. Firman Allah SWT “ Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah SWT dengan memurnikan ketaatan kepadanya(Al-Bayyinah: 5)

- b. Mengajak untuk mengimplementasikan hukum Allah SWT yang akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi umat manusia seluruhnya. Firman Allah SWT “ Barangsiapa yang tidak memutuskan menurut apa yang diturunkan oleh Allah, maka mereka itu adalah orang-orang kafir”(Al-Maidah: 4).

B. SDM dalam Manajemen Dakwah

1. Arti Peranan Manajemen Dakwah

Peranan manajemen merupakan suatu proses kegiatan untuk mencapai suatu tujuan. Ia terdapat hampir dalam seluruh kegiatan manusia, baik dipabrik, kantor, sekolah, rumah sakit, hotel, panti asuhan, lembaga sosial, bahkan rumah tanggapun memerlukan manajemen. Secara etimologi, manajemen berasal dari kata management, menurut WJS Poerwodarminto, dalam kamus lengkap, manajemen artinya pimpinan, direksi, atau pengurus.

Menurut M.Munulang manajemen adalah fungsi-fungsi untuk menyamapaikan sesuatu kegiatan orang lain dan mengawasiswa-usaha individu untuk mencapai tujuanbersama.¹⁹Sementara dakwah adalah mengajak manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa manajemen dakwah adalah proses merencanakan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan, tenaga-tenaga pelaksana dalam

¹⁹Samsul munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta,2009,hal.227

kelompok-kelompok tugas itu. Kemudian menggerakkan kearah perencanaan tujuan dakwah yang diinginkan.²⁰

2. Nilai-Nilai Kepemimpinan Dakwah

Kepemimpinan atau leadership sering dianggap sebagai inti dari manajemen. Keberhasilan suatu organisasi atau lembaga pemerintahan pada dasarnya bertumpu pada pimpinan atau manajemen di dalam pemimpin. Seorang pemimpin dalam memimpin sifatnya tidak memaksa. Dia menjadi teladan dan sebagai pendorong bagi yang yang dipimpin untuk mencapai tujuan yang digariskan.

Mengingat bahwa pengertian dakwah itu sangat luas dan tidak dapat dilaksanakan sendiri-sendiri, di samping juga mempunyai jangkauan yang begitu kompleks maka dakwah hanya dapat dilaksanakan secara efektif manakala dilakukan oleh tenaga-tenaga yang mampu melaksanakan tugasnya, baik secara kualitatif dan kuantitatif.

Jika kepemimpinan atau leadership diartikan sebagai suatu proses untuk mempengaruhi tindakan kelompok yang terorganisir untuk mencapai tujuan penyelesaian, demikian juga sebagai pengaruh organisasi atau orang-orang dibawahnya agar mereka para pengikut menerima dengan kemauannya untuk diarahkan dan diawasi oleh pimpinan tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepemimpinan dakwah adalah tenaga-tenaga profesional dimana mereka

²⁰ ABD. Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, Bulan Bintang, Jakarta,1993,hal. 34

yang mempunyai cirri-ciri atau nilai-nilai pribadi pemimpin dan keahlian kepemimpinan.²¹

Seorang pemimpin harus mempunyai nilai-nilai kepemimpinan dan kemauan serta keahlian manajemen. Adapun sifat, cirri atau nilai-nilai pribadi pemimpin dan keahlian kepemimpinan. Seorang pemimpin harus mempunyai nilai-nilai kepemimpinan dan kemauan serta keahlian manajemen, Adapun sifat, cirri atau nilai-nilai pribadi yang hendaknya dimiliki oleh pemimpin dakwah itu antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Berpandangan jauh kemasa depan
- b. Bersikap dan bertindak bijaksana
- c. Berpengatahuan luas
- d. Bersikap dan bertindak adil
- e. Mampu berkomunikasi

3. Kemampuan Manajemen

Pemimpin dakwah, sebagaimana telah dikemukakan diatas, harus memiliki kemampuan, kecakapan, keterampilan atau keahlian pemimpin dan menggerakkan orang-orang yang berada dibawah pimpinannya untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Kemampuan atau keahlian itu disebut dengan istilah managerial skill. Dalam hubungan ini perlu dikemukakan bahwa

²¹Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta, 2009, hal. 229-230

kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan ini dapat dibedakan dalam:²²

- a. Kegiatan Operasional
- b. Kegiatan Pelayanan
- c. Kegiatan Pemimpin

Untuk dapat melakukan kegiatan operasional dan kegiatan pelayanan diperlukan keahlian teknik. Sedangkan untuk dapat melaksanakan kegiatan pimpinan diperlukan keahlian manajemen. Pimpinan dakwah sesuai dengan fungsinya.

4. Fungsi Manajemen Dakwah

Lima fungsi manajemen sekaligus menandai urutan proses pelaksanaan manajemen:

- a. Planning (Perencanaan)

Perencanaan itu merupakan salah satu fungsi manajemen yang sangat menentukan, sebab didalamnya terdapat apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi serta langkah-langkah apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

- b. Organizing (Pengorganisasian)

Adalah sekelompok orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Pengorganisasian dakwah dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk menghubungkan aktivitas-aktivitas dakwah yang efektif dalam wujud kerjasama antara para da'i sehingga mereka dapat memperoleh manfaat-manfaat pribadi dalam melaksanakan

²²Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta, 2009, hal.43-44

tugas tersebut dalam upaya mewujudkan tujuan dakwah yang diinginkan.

c. Actuating (Penggerakan)

Adalah penggerakan anggota kelompok sedemikianrupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran usaha yang diinginkan.

d. Controlling (Pengawasan)

Adalah upaya agar tindakan yang dilaksanakan terkendali dan sesuai dengan instruksi, rencana, petunjuk-petunjuk, pedoman serta ketentuan-ketentuan yang sebelumnya ditetapkan bersama.

e. Evaluating (Evaluasi)

Adalah suatu tugas untuk mengevaluasi kegiatan atau aktivitas dakwah agar aktivitas dakwah bertambah baik dimasa mendatang.²³

C. Kepemimpinan dalam Manajemen Dakwah

1. Definisi Kepemimpinan

Istilah manajemen diterjemahkan dalam bahasa Indonesia hingga saat ini belum ada keseragaman berbagai istilah yang pada umumnya dipakai adalah seperti, ketatalaksanaan, pengurusan, tata pimpinan dan lain sebagainya.²⁴ Manajemen merupakan pengertian yang lebih sempit dari kepemimpinan, manajemen merupakan jenis kepemimpinan yang khusus, yang paling penting dalam manajemen adalah tercapainya tujuan lembaga. Kunci perbedaan antara

²³Hemlan Elhany, M.Ag, *Diktat Ilmu Dakwah STAIN*, 2010

²⁴Tarsisi Tarmudzi, *Mengenal Manajemen Proyek*, (Yogyakarta: Liberti, 1993), hal. 1

kepemimpinan dan manajemen adalah kata organisasi (organization). Dengan latar belakang perbedaan itu, manajemen didefinisikan sebagai bekerja dengan lewat orang-orang secara pribadi dan kelompok untuk mencapai tujuan organisasional lembaga. Seorang pemimpin dapat mencapai tujuannya sendiri atau membantu orang lain mencapai tujuan. Manajemen terutama harus ditujukan kepada pencapaian tujuan kelompok atau lembaga.²⁵

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari Bahasa Inggris, yakni management, yang di kembangkan dari kata to manage, yang artinya mengatur atau mengelola. Kata manage itu sendiri berasal dari Bahasa Italia, maneggio, yang diadopsidari Bahasa Latin managiare, yang berasal dari kata manus, yang artinya tangan.²⁶

Manajemen secara bahasa berarti bagaimana proses mengurus, mengatur, melaksanakan dan mengelola kegiatan-kegiatan dalam sebuah instansi atau organisasi untuk mencapai tujuan. Manajemen adalah suatu proses tahapan kegiatan yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan memadukan penggunaan ilmu dan seni untuk mencapai tujuan organisasi yang dikenal dengan planning, organizing, actuating dan controlling (POAC).

²⁵ Charles J. Keating, *Kepemimpinan Teori dan Pengembangannya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), hal. 75

²⁶ Sadili Samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), hal. 15

Beberapa literatur lain menambahkan pentingnya penganggaran dalam suatu manajemen.²⁷

John M. Echols dan Hasan Shadily dalam Choliq mengemukakan bahwa manajemen berasal dari kata “manus”, yang berarti : “to control by hand” atau “gain results”. Dalam hal “gain results” manajemen mencakup, pertama “the achievement of results” dan kedua “personal responsibility by the manager for results being achieved”. Dalam bahasa Inggris, management berasal dari kata to manage yang dalam bahasa Indonesia dapat berarti menurus, mengatur, mengendalikan, mengelola, menjalankan, melaksanakan dan memimpin.²⁸

Mary Parker Follet (1997) dalam Ernie mengemukakan bahwa manajemen adalah seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain. Management is the art of getting things done through people.

- a. sesuatu yang perlu dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan tertentu.
- b. Lalu mengapa proses penyelesaian harus bersama atau melalui orang lain? Karena pada praktiknya, selain pengertian organisasi adalah sekumpulan orang-orang, pekerjaan untuk menyelesaikan sesuatu itu bukan sesuatu yang mudah, terlebih jika apa yang harus diselesaikan banyak sekali, dan tidak dapat diselesaikan oleh satu orang.

²⁷Husaini Usman, *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*, Edisikedua, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal. 4

²⁸ Abdul Choliq, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014) hal. 2-3

- c. Lalu bagaimana cara penyelesaiannya ? Proses menyelesaikan akan sesuatu memerlukan tahapan-tahapan. Tahapan-tahapan tersebut bisa berupa perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan dan pengendalian.²⁹

Dalam buku Manajemen Suatu Pengantar karya Panglaykim, Encyclopedia of the Social Sciences menyatakan bahwa, manajemen adalah proses, dengan mana pelaksanaan dari pada suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi.³⁰Sedangkan pengertian manajemen menurut beberapa tokoh adalah sebagai berikut:

- a. Malayu S.P Hasibuan mengatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁸
- b. Silalahi mengartikan manajemen sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengisianstaf, kepemimpinan, dan pengontrolan untuk optimasi penggunaan sumber-sumber dan pelaksanaan tugas-tugas dalam mencapai tujuan organisasional secara efektif dan efisien.

²⁹ Ernie TisnawatiSule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005) hal. 5-6

³⁰Panglaykim dan Hazil, *Management SuatuPengantar*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1977) hal.26

- c. Draft dalam Choliq, menyebutkan bahwa fungsi manajemen meliputi: perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), kepemimpinan (leading), dan pengendalian (controlling).³¹
- d. Handoko dalam Arifin, mendefinisikan manajemen adalah suatu usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.³²
- e. G.R Terry dalam Hasibuan mengatakan bahwa: “Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources.” Yang artinya: “Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber-sumber lainnya.”³³
- f. Stoner & Freeman dalam Budiyanto, mengatakan bahwa manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, upaya pengendalian anggota organisasi dan proses penggunaan

³¹ Abdul Choliq, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014) hal. 3

³² Johan Arifin, *Sistem Informasi Manajemen*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015) hal.59

³³ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 2-3

semua sumber daya lainnya dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³⁴

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu manajemen adalah, bagaimana suatu kegiatan yang telah di rencanakan dan memiliki tujuan yang jelas dapat di laksanakan oleh sekelompok orang (tim/panitia) dengan tertib, rapi dan tidak ada atau hanya sedikit keluhan, mudah dievaluasi kegiatannya dan yang paling penting adalah tujuan yang telah direncanakan semula dapat tercapai. Manajemen yang di maksud dalam hal ini adalah suatu pengelolaan yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Menurut Handoko, manajemen dapat didefinisikan sebagai bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penyusunan personalia ataukepegawaian (staffing), pengarahan dan kepemimpinan (leading), dan pengawasan (controlling).

Perencanaan merupakan pemilihan sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang harus dilaksanakan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Rencana harus mempertimbangkan kebutuhan, fleksibilitas, agar mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi

³⁴EkoBudiyanto,*Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)hal. 45

baru secepat mungkin. Rencana merupakan salah satu aspek penting dalam pengambilan keputusan (decision making).³⁵

Dalambuku “Dasar-Dasar Manajemen” karya Terry & Rue (alihbahasa oleh G.A Tico Alu) disebutkan pula bahwa, planning adalah menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harusdiperbuat agar dapat mencapai tujuan tujuan itu.³⁶ Adapun menurut Ranupan dojo, perencanaan ialah pengambilan keputusan tentang apa yang dikerjakan, bagaimana mengerjakannya, kapan mengerjakannya, siapa yang mengerjakannya dan bagaimana mengukur keberhasilan pelaksanaannya.³⁷ Perencanaan disini menekankan pada perencanaan secaraimplisit, mengandung arti penentuantujuan, pengembangan kebijakan, program, sistem dan prosedur, guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Allen yang dikutip oleh Siswanto mengatakan bahwa perencanaan terdiri dari aktivitas-aktivitas yang dioperasikan oleh manajer untuk berfikir kedepan dan mengambil keputusan yang memungkinkan untuk mendahului serta menghadapi tantangan di waktu yang akan datang.³⁸ Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan adalah proses kegiatan pengambilan keputusan yang mengandung peramalan masa depan tentang fakta, kebutuhan organisasi

³⁵Iriene Diana Sari Wijayanti, *Manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendekia Press, 2008), hal. 10-11

³⁶George R.Terry& Leslie W. Rue (alihbahasa oleh: G.A Tico Alu), *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009) hal.9

³⁷Heidjrachman Ranupandojo, *Dasar – Dasar Manajemen*, (Yogyakarta : UPP-AMP YJPN, 1996), hal. 11

³⁸Bedjo Siswanto, *Manajemen Modern*, (Bandung: SinarBaru, 1990), hal. 55

yang berhubungan dengan program kegiatan yang akan dilaksanakan dengan efisien. Jadi, perencanaan harus dapat menggariskan segala tindakan organisasi agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Hasibuan, terdapat beberapa syarat suatu perencanaan dikatakan baik, yaitu sebagai berikut :³⁹

- a. Merumuskan dahulu masalah yang akan direncanakan sejelast-jelasnya.
- b. Perencanaan harus didasarkan pada informasi, data dan fakta.
- c. Menetapkan beberapa alternatif dan premises-nya.
- d. Memutuskan suatu keputusan yang menjadi rencana. Aktivitas-aktivitas yang ada dalam perencanaan adalah:
 - 1) Perkiraan (Forecasting) Perkiraan adalah suatu prediksi guna mempersiapkan hal apapun yang nantinya akan terjadi pada masa yang akan datang.
 - 2) Tujuan (Objectives) Tujuan adalah penentuan perumusan sasaran dalam rangka pencapaian dari prioritas pelaksanaannya. Agar tujuan itu tercapai maka instansi atau organisasi harus berusaha dengan sungguh-sungguh
 - 3) Kebijakan (policy) Kebijakan adalah suatu yang diperlukan sebagai rujukan atau pedoman umum dalam pengambilan

³⁹Malayu S.P Hasibuan, Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah,(Jakarta: BumiAksara, 2009), hal. 110.

keputusan. Kebijakan akan sangat mempengaruhi cara, pola, strategi, dan fokus perubahan yang akandicapai.⁴⁰

- 4) Program (Programming) Program adalah rancangan kegiatan kegiatan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi. Di dalam program juga ditemukan mana yang harus lebih dulu diprioritaskan, mana program jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.⁴¹
- 5) Jadwal (Schedule) Jadwal adalah penetapan waktu untuk melaksanakan program-program yang sudah ditentukan dan batas-batas waktu program harus dijalankan.
- 6) Prosedur (Procedures) Prosedur adalah metode atau cara yang digunakan dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Tanpa adanya prosedur maka proses jalannya organisasi akan tidak stabil.⁴²
- 7) Anggaran (Budget) Budget merupakan anggaran-anggaran atau ongkos biaya yang akan dikeluarkan dalam proses pelaksanaan organisasi.⁴³

Sarwoto memberikan pengertian pengorganisasian secara umum yang diartikan adalah sebagai keseluruhan proses pengelompokkan

⁴⁰Markinuddin, Tri Hadyanto Sasongko, *Analisis Sosial*, (Bandung: Yayasan Akatiga, 2006), hal. 24.

⁴¹Jhon M. Ivancevich, Robert Konopaske, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, (Mc Graw Hill: Erlangga, 2006), hal. 27

⁴²Zulkifli AM., *Manajemen Kearsipan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 67

⁴³Justin T. Sirait, *Anggaran sebagai Alat Bantu bagi Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hal. 73

orang-orang, alat-alat, tugas tanggung jawab atau wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai kesatuan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.⁴⁴

Sedangkan Handoko mengemukakan pengertian bahwa pengorganisasian adalah :⁴⁵

- a. Penentuan sumberdaya dan kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.
- b. Pegangan dari pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang akan dapat membawa hal-hal tersebut kearah tujuan.
- c. Penugasan tanggung jawab tertentu dan kemudian. Pendelegasian wewenang yang diperlukan kepada individ uuntuk melaksanakan tugas-tugasnya. Fungsi ini menciptakan struktur formal dimana ditetapkan, dibagi dan dikoordinasikan.

Fungsi organizing adalah fungsi pimpinan untuk menetapkan dan mengatur kegiatan yang dilakukan dalam mencapai tujuan, mengadakan pembagian pekerjaan, menempatkan orang-orang yang berwenang pada kesatuan-kesatuan organisatoris atau departemen serta menetapkan batas-batas wewenang yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas masing-masing.⁴⁶ Artinya fungsi pengorganisasian yang menghasilkan organisasi bukanlah dan tidak boleh dijadikan sebagai

⁴⁴Sarwoto, *Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), hal. 77

⁴⁵ Hani T. Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), hal. 77

⁴⁶ Harbangan Siagian, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Semarang : Satya Wacana, 1993), hal. 83.

tujuan. Menurut Hasibuan, ciri-ciri organisasi yang baik dan efektif adalah sebagai berikut : ⁴⁷

- a. Tujuan organisasi itu jelas dan realistis
- b. Pembagian kerja dan hubungan pekerjaan antara unit-unit, sub-sub system atau bagian-bagian harus baik dan jelas.
- c. Organisasi itu harus menjadi alat dan wadah yang efektif dalam mencapai tujuan.
- d. Tipe organisasi dan strukturnya harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- e. Unit-unit kerja (departemen-bagian)-nya ditetapkan berdasarkan atas eratnya hubungan pekerjaan.
- f. Job description setiap jabatan harus jelas dan tidak ada tumpang tindih pekerjaan.
- g. Rentang kendali setiap bagian harus berdasarkan volume pekerjaan dan tidak boleh terlalu banyak.
- h. Sumber perintah dan tanggung jawab harus jelas, melalui jarak yang terpendek.
- i. Jenis wewenang (authority) yang dimiliki setiap pejabat harus jelas.
- j. Hubungan antara bagian dengan bagian lainnya jelas dan serasi.
- k. Pendelegasian wewenang harus berdasarkan job description karyawan.
- l. Diferensiasi, koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi harus baik.
- m. Organisasi harus luwes dan fleksibel.

⁴⁷ 7 Malayu S.P Hasibuan, Op. Cit., *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, hal. 126

Actuating, atau disebut juga “gerakan aksi” mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manager untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsure perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan tercapai.⁴⁸ Pelaksanaan atau penggerakan dapat diartikan sebagai keseluruhan usaha, cara, teknik dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya organisasi dengan efisien, efektif dan ekonomis.⁴⁹

Pengarahan dan bimbingan adalah kegiatan menciptakan, memelihara, menjaga, mempertahankan dan memajukan organisasi melalui setiap personil, baik secara structural maupun fungsional, agar langkah operasionalnya tidak keluar dari usaha mencapai tujuan organisasi.⁵⁰ Jadi, dalam sebuah organisasi, fungsi penggerakan merupakan fungsi manajerial yang teramat penting karena secara langsung berkaitan dengan manusia yang memiliki segala jenis kepentingan dan kebutuhan masing-masing.

2. Metode kepemimpinan

a. Pemberian motivasi (motivating)

⁴⁸ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hal. 17

⁴⁹ Sondang P Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1992), hal. 128

⁵⁰ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005), hal 95

Motivasi merupakan hasil sejumlah proses, yang bersifat internal atau eksternal bagi seseorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu.⁵¹ Pemberian motivasi ini dapat berupa :⁵²

- 1) Pengikutsertaan dalam pengambilan keputusan
 - 2) Pemberian informasi secara komprehensif
 - 3) Pengakuan penghargaan terhadap sumbangan yang telah diberikan
 - 4) Suasana yang menyenangkan
 - 5) Penempatan yang tepat
 - 6) Pendelegasian wewenang
- b. Bimbingan (Directing)

Bimbingan yang dilakukan oleh pemimpin terhadap pelaksana dilakukan dengan jalan memberikan perintah atau petunjuk atau usaha-usaha lain yang bersifat mempengaruhi dan menetapkan arah tindakan mereka.⁵³ Proses actuating anggota untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dikoordinasikan pada masing-masing bidang dibutuhkan arahan. Arahan ini dimaksudkan untuk membimbing para anggota yang terkait guna mencapai

⁵¹ J.B Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 2

⁵²Rasyad Akhmad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hal. 112.

⁵³Rasyad Akhmad Shaleh *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hal. 113

sasaran dan tujuan yang telah dirumuskan untuk menghindari penyimpangan.⁵⁴

Dalam pemberian perintah, baik tulisan maupun lisan yang harus memperhatikan beberapa hal yaitu sebagai berikut :⁵⁵

- 1) Perintah harus jelas
- 2) Perintah itu mungkin dan dapat dikerjakan
- 3) Perintah hendaknya diberikan satu persatu
- 4) Perintah harus diberikan kepada orang yang tepat
- 5) Perintah harus diberikan oleh satu tangan

c. Koordinasi (Menjalin Hubungan)

Koordinasi di butuhkan untuk menjamin terwujudnya harmonisasi di dalam suatu kegiatan. Adanya koordinasi / penjalinan hubungan, dimana para pengurus atau anggota yang ditempatkan dalam berbagai bidang dihubungkan satu sama lain dalam rangka pencapaian tujuan.⁵⁶ Sebuah tim merupakan kelompok yang memiliki tujuan sama. Secara mendasar terdapat beberapa alasan mengapa diperlukan hubungan antar kelompok, yaitu:

- 1) Keamanan
- 2) Status

⁵⁴ Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 152

⁵⁵ Rasyad Akhmad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hal. 120

⁵⁶ Rasyad Akhmad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hal. 124

- 3) Pertalian
- 4) Kekuasaan
- 5) Prestasi baik

d. Penyelenggaraan Komunikasi (Communicating)

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.⁵⁷Berikut adalah syarat-syarat keefektifan informasi yang disampaikan:⁵⁸

- 1) Jelas dan lengkap
- 2) Konsisten
- 3) Tepat waktu
- 4) Dapat digunakan tepat pada waktunya
- 5) Jelas siapa yang dituju
- 6) Mengenal dengan baik pihak penerima komunikasi
- 7) Membangkitkan perhatian pihak penerima informasi

e. Pengembangan dan peningkatan pelaksanaan (Developing People)

RasyadShaleh menyatakan bahwa adanya pengembangan terhadap pelaksanaan berarti adanya kesadaran, kemampuan, keahlian dan ketrampilan untuk selalu ditingkatkan dan dikembangkan, salah satunya dengan metode seminar.⁵⁹

⁵⁷M.Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 159

⁵⁸Rasyad Akhmad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*,(Jakarta: Bulan Bintang, 1986),hal. 126

⁵⁹Rasyad Akhmad Shaleh,*Manajemen Dakwah Islam*,(Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hal. 130

Ada beberapa usaha dalam mengembangkan sumber daya pelaksana berkaitan dengan peningkatan kualitas:⁶⁰

- 1) Peningkatan wawasan intelektual.
- 2) Peningkatan wawasan dan pengalaman spiritual.
- 3) Peningkatan wawasan tentang ajaran islam secara komprehensif dan integral.
- 4) Peningkatan wawasan tentang kebangsaan dan kemasyarakatan.

Fungsi penggerakan ini adalah kegiatan mengarahkan anggota dalam sebuah lembaga atau organisasi untuk bekerja. Fungsi penggerakan ini tetap harus dikaitkan dengan fungsi lain dalam manajemen agar berjalan dengan baik sehingga tujuan organisasi atau lembaga bisa tercapai. Controlling merupakan sebuah fungsi manajemen yang melibatkan tindakan-tindakan pengawasan, penilaian, dan koreksi terhadap kinerja dan hasil pekerjaan. Mengawasi adalah aktifitas-aktivitas demi memastikan segala sesuatunya terselesaikan sesuai rencana.⁶¹

Tujuan utama dari pengawasan ialah mengusahakan agar apa yang direncanakan menjadi kenyataan. Oleh karenanya agar system pengawasan itu benar-benar efektif artinya dapat merealisasi tujuannya, maka suatu system pengawasan setidak-

⁶⁰ H. Agus dan H. Asep, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2002) hal. 138

⁶¹ Stephen P Robbin, Mary Coulter, *Manajemen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga: 2010), hal. 9-10

tidaknya harus dapat dengan segera melaporkan adanya penyimpangan-penyimpangan dari rencana.

Manajemen adalah suatu proses pengaturan, dan pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainya yang dimiliki organisasi melalui kerjasama antar anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam hal ini, ada sejumlah unsur pokok yang membentuk kegiatan manajemnya itu: unsur manusia (men), bahan-bahan (materials), mesin (machines), metode (methods), uang (money) dan pasar (market). Keenam unsur ini memiliki fungsi masing-masing dan saling berinteraksi dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien.⁶²

Dalam halini Abdul Syani membagi unsur alat manajemen (tool of management) kedalam enam bagian di antaranya:⁶³

- 1) Man (SDM)

Dalam manajemen, factor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Serta dalam diri manusia terdapat potensi berupa akal, daya fikir, daya hayal, dan berbagai daya

⁶²Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: PT Ciputat Press, 2005), hal. 42-43

⁶³ Abdul Syani, *ManajemenOrganisasi*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), hal. 28

yang memungkinkan akan terbentuknya berbagai macam inspirasi.⁶⁴

2) Money (uang)

Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai, besar kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat (tools) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi.

3) Materials (Bahan)

Materi terdiri dari bahan setengah jadi atau bersumber pada sumber daya alam yang dikelola. Dalam dunia usaha untuk mencapai yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan atau materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.

4) Machines (Mesin)

⁶⁴Yayat M Herujito, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2001), hal. 6

Dalam menopang manajemen, mesin menjadi pembantu dalam terselenggaranya kegiatan manajemen. Tanpa adanya mesin proses manajemen akan berjalan lambat dan sulit diwujudkan. Karena penggunaan mesin akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.

5) Methods (Metode)

Cara atau sisitem untuk mencapai tujuan. Dalam penentuan metode ini harus direncanakan secara matang sehingga tidak terjadi kevakuman ditengah jalan.⁶⁵

6) Market (Pasar)

Memasarkan produk sudah barang tentu sangat penting, sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang akan berhenti. Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung. Oleh sebabitu, penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan factor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli kemampuan konsumen.

3. Teori Kepemimpinan Manajemen Dakwah

Ada delapan teori kepemimpinan yang dapat menggambarkan sebagai pendekatan dan corak dalam kepemimpinan sebagaimana yang diuraikan oleh GR Terry, yaitu:

⁶⁵ Abdul Syani, *Manajemen Organisasi*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), hal. 28

- a. Teori otokratis menyatakan bahwa kepemimpinan ditegakkan atas dasar kekuatan disiplin yang didukung oleh adanya sanksi terhadap suatu perbuatan. Apabila pekerjaan itu baik akan mendapatkan penghargaan dan apabila jelek akan mendapatkan hukuman.
- b. Teori psikologi menyatakan bahwa fungsi utama dari kepemimpinan adalah mengembangkan system motivasi sebaik-baiknya dalam mendorong dan member semangat terhadap bahwasanya untuk bekerja mencapai tujuan organisasi dan member kepuasan bagi kebutuhan pribadi mereka.
- c. Teorisosiologi memandang bahwa tindakan pemimpin adalah berusaha melancarkan pekerjaan bawahan, mengatasi kesulitan yang dihadapi dan mengikut sertakan mereka untuk mengambil keputusan terakhir dalam menentukan tujuan organisasi. Dengan demikian, para bawahan mengetahui apa yang harus dikerjakan, kemana arah yang dituju dan apa yang diharapkan oleh organisasi mereka.
- d. Teorisupportiv atau teori bantuan menegaskan bahwa kepemimpinan dapat berjalan secara baik dengan jalan membantu para bawahan agar dapat bekerja dengan baik pula. Teori ini juga dinamakan dengan teori parsitivativ, dimana pemimpin mendorong bawahan untuk turut serta pengambilan keputusan. Teori ini juga disebut dengan teori demokratis dimana pengambilan keputusan ditempuh secara bersama.
- e. Teori *laissez faire* menekankan pemberian kebebasan oleh pemimpin kepada bawahan dalam menentukan kegiatan mereka.

Anggapan kedewasaan dari para bawahan membuat para pemimpin dalam teori ini hanya berfungsi sebagai simbol yang memberikan kebebasan yang terlalu luas kepada setiap bawahannya. Anggota bebas mengemukakan pendapat, mengemukakan kebijakan sendiri-sendiri sedang pemimpin hanya menjadi mediator ketika terjadi perselisihan antara mereka. Rencana yang tegas dipandang tidak perlu karena akan mengekang kebebasan anggota. Segala sesuatunya dipercayakan kepada bawahan.

- f. Teori perilaku personil yang mendasarkan pemikiran bahwa dalam mengatasi permasalahan harus bertindak fleksibel sesuai dengan kondisi yang dihadapinya. Pemimpin yang menganut teori ini tidak pernah melakukan tindakan yang sama untuk setiap situasi yang diahadapi, sehingga ia mempunyai 'kelenturan' dalam menghadapi bawahannya.
- g. Teori karakter menekankan adanya sifat-sifat yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin. Sifat-sifat tersebut meliputi: kecerdasan; berinisiatif; berkemauan keras; kedewasaan jiwa; persuasif; komunikatif; percayadiri; perseptif (empati); kreatif dan partisipasi sosial.
- h. Teori situasional berangkat dari suatu pemikiran bahwa kepemimpinan itu mengandung tiga unsur yaitu pemimpin, yang dipimpin dan situasi. Selain kepada bawahan, pemimpin juga harus

menyesuaikan diri terhadap situasi yang berbeda beda yang dihadapinya.⁶⁶

Bila di aplikasikan pada kepemimpinan manajemen dakwah, masing-masing teori kepemimpinan di atas tentu memiliki sisi kekuatan dan kelemahan dalam implementasinya. Seperti teori kepemimpinan otokratis yang menyatakan bahwa kepemimpinan harus ditegakkan atas dasar kekuatan disiplin karena dinilai memiliki kekuatan yang dapat membua torganisasi dakwah menjadirapi, teratur dan efisien karena bawahan akan selalu merasa patuh dan segan terhadap pemimpinnya, namun disisi lain cenderung bersifa terikat dan kaku dalam pelaksanaannya, dikarenakan seluruh aktifitas, kebijakan, tindak-tanduk pekerjaan serta pengambilan keputusan yang ditetapkan harus selalu terikat pada ketentuan yang ada. Di sisi lain, bawahan akan merasa di jadikan sebagai ‘mesin’ yang harus menuruti setiap peraturan dari pemimpinnya. Pemimpin juga akan menjadi ‘momok’ yang menakutkan bagi bawahannya. Sebaliknya teori demokratis/parsitipatif yang dianggap sebagai teori yang paling ideal dan paling didambakan, karena bawahan dianggap sebagai ‘partner’ yang selalu dilibatkan di dalam pengambilan keputusan. Namun demikian, kepemimpinan demokratis tidak selalu efektif untuk dipraktekkan dalam kehidupan organisasi karena sebagai konsekuensi keterlibatan bawahan dalam setiap aktifitas

⁶⁶Lihat G.R. Terry, *Principles Of Management*, (6 th edition, Richard D. Irwing Inc. Georgetown, 1972),hal 465-467 sebagaimana yang dikutip oleh ZainiMughtarom, *Dasar-DasarManajemen*, hal. 80

dapat menimbulkan kesimpang siuran dan “banyak versi” dalam hal bertindak sehingga sulit untuk mencapai keputusan yang bulat/tepat.

Dengan demikian dapat di pahami bahwa untuk mencapai kesuksesan kepemimpinan, seorang pemimpin tentunya tidak hanya terfokus pada satu teori saja, namun dapat menggabungkan hal-hal yang positif dari teori tersebut serta dapat menyesuaikan dengan kondisi dan situasi yang dihadapinya (mix theory).

4. Karakteristik Kepemimpinan Manajemen Dakwah

Dalam usaha mencapai tujuan organisasi yang efektif dan efisien, harus dapat ditentukan gambaran atau syarat kepemimpinan yang dihendaki, karena karakteristik kepemimpinan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dengan tujuan organisasi/lembaga yang ingin dicapai, jenis pekerjaan yang dilakukan, sifat dan kemauan para anggota serta situasi dan kondisi yang dihadapi oleh organisasi tersebut.

Lahirnya organisasi yang besar, ditentukan dan terdiri dari bagian-bagian / unit-unit yang kecil. Bila masing-masing bagian itu dapat diatur dengan baik, maka akan member warna pada ruang lingkup yang lebih luas. Maka oleh karena itu, masing-masing bagian/ unit tersebut memerlukan pembinaan yang intensif, karena maju mundurnya bagian itu akan membawa pengaruh secara keseluruhan bagi ummat. Demikian pula dengan organisasi dakwah, bila dapat dikelola dengan baik, maka akan berpengaruh pada keberhasilan dakwah Islam secara keseluruhan. Sebaliknya, bila organisasi dakwah tidak dapat dikelola sebagaimana mestinya juga akan berimbas pada kegagalan dakwah Islam secara keseluruhan.

Posisi seorang pemimpin dalam organisasi dakwah, kehadirannya sebagai pengurus dan pemimpin seluruh komponen aktifitas dakwah dituntut memiliki karakter-karakter khusus sebagaimana yang diharapkan dalam kepemimpinan Islam, dan profil kepemimpinan Islam yang telah mendapat pengakuan dari Allah adalah sosok kepemimpinan Rasulullah saw.⁶⁷ Oleh karena itu seluruh umat Islam seyogyanya menjadikan Rasulullah saw sebagai cermin penyuluh dan teladan, sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Anbiya ayat 107, yang artinya:

“Dan tiadalah Kami mengutus kamu (Muhammad), melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.” Ayat di atas memaparkan bahwa sebaik-baik kepemimpinan adalah yang diridhai Allah, sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Untuk mencapai jalan yang di ridhai Allah, seorang pemimpin harus dapat menjalankan segala petunjuk yang telah ditetapkan Allah dan mampu mengajak orang lain agar mengikuti segala petunjuk yang diridhai oleh Nya. Di sisi lain dalam proses kepemimpinan tersebut juga diperlukan suatu kemampuan dan keterampilan untuk mempengaruhi orang lain dalam berfikir dan bertindak sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuan yang bermanfaat yang dapat memajukan sebuah masyarakat yang di pimpinnya.

Toto Tasmara mengemukakan bahwa manajer dakwah harus dibekali dengan sifat-sifat Rasulullah saw. Sifat-sifat tersebut meliputi:

⁶⁷AlwahidiIlyas, *Manajemen Da'wah Kajian Menurut Perspektif Al-Quran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hal. 72

- a. Shiddiq, sifat ini memunculkan akhlak mulia seperti:
 - 1) Jujur pada diri sendiri;
 - 2) Jujur terhadap orang lain;
 - 3) Jujur terhadap allah;
 - 4) Menyebar salam.
- b. Tabligh, sifat ini memunculkan kemampuan dan kekuatan seperti:
 - 1) Keterampilan berkomunikasi;
 - 2) Kuat menghadapi tekanan;
 - 3) Kerja sama dan harmoni.
- c. Amanah, sifat ini mencerminkan:
 - 1) Rasa tanggung jawab dan ingin menunjukkan hasil yang optimal;
 - 2) Ingin melaksanakan amanahnya dengan sebaik-baiknya;
 - 3) Ingin di percaya dan dipercayai;
 - 4) Hormat menghormati.
- d. Fathanah, sifat ini mencerminkan:
 - 1) Seseorang yang diberi hikmah dan ilmu
 - 2) Berdisiplin dan proaktif
 - 3) Mampu memilih yang terbaik.⁶⁸

Berkaitan dengan karakteristik kepemimpinan di atas, EK. Imam Munawir menambahkan sejumlah ciri-ciri yang juga harus dimiliki pemimpin guna berhasilnya proses kepemimpinan yang dijalankan, Berkaitan dengan karakteristik kepemimpinan di atas, EK.

⁶⁸ Toto Tasmadalam RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Kepemimpinan*, (Jakarta:Amzah, 2005),hal. 97

Imam Munawir menambahkan sejumlah ciri-ciri yang juga harus dimiliki pemimpin guna berhasilnya kelompok/ organisasi yang dijalankan, di antaranya: Mampu menanamkan sikap tasamuh (toleransi), mampu menumbuhkan kerjasama dan solidaritas, mampu menghilangkan kultuswadah dan di ganti dengan fastabiqul khairat (berlomba lomba dalam kebaikan), bersikap terbuka baik dalam menerima ide, saran maupun kritik, mampu menciptakan tenaga pengganti (kaderisasi), mampu mengatasi penyakit jahid (reaksi yang berlebihan) dan jamid (kebekuan berfikir) dalam organisasi.⁶⁹

Selain memenuhi karakteristik yang tersebut di atas, seorang manajer di anjurkan pula untuk memperhatikan syarat-syarat kesuksesan yang merupakan kunci dalam menjalankan suatu manajemen organisasi atau lembaga dakwah. M. Munir dan Wahyu Ilaihi mengemukakan bahwa syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tersedianya informasi yang memadai, dapat menertibkannya dengan baik dan mengumpulkannya pada semua lapisan anggota organisasi.
- b. Memudahkan komunikasi antar para anggota dengan meminimalkan perselisihan antara pemimpin dan yang dipimpin.
- c. Adanya penghargaan untuk memotivasi, memuliakan para anggota yang berprestasi dan member perhatian khusus pada anggota yang teledor.

⁶⁹ EK. Imam Munawir, *Asas-AsasKepemimpinandalam Islam*, (Surabaya: Usaha Nasional, t.t), hal.133-144

- d. Adanya sebuah kepercayaan yang baik antara para anggota dan pemimpin serta elemen yang terkait lainnya dalam sebuah hubungan persaudaraan dan perjuangan yang harmonis di antara sesama mereka, disertai dengan kesiapan serta kepatuhan yang rasional di tempat kerja sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan spirit kerjasama yang bertanggung jawab.
- e. Mengetahui potensi para anggotanya dan mengarahkannya dengan pengarahan yang baik dan sehat.
- f. Menentukan keahlian dan otoritas, serta tidak tumpang tindih di dalamnya.
- g. Serius dalam menghadapi problem dan mengambil keputusan.
- h. Kejelasan dalam menentukan tujuan organisasi atau lembaga yang harus di ketahui oleh para anggota di semua level, divisi, atau departemen yang terkait.⁷⁰

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa untuk menggapai keberhasilan dalam suatu kepemimpinan, pemimpin dakwah harus di bekali dengan karakteristik atau sifat-sifat yang baik dalam pribadinya. Salah satu contoh criteria mesti dipenuhi oleh pemimpin adalah suri teladan yang di contohkan oleh Rasulullah. Di samping itu, seorang manajer dakwah juga di anjurkan pula untuk memperhatikan syarat-syarat kesuksesan yang merupakan kunci dalam menjalankan suatu manajemen organisasi atau lembaga dakwah

⁷⁰ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 238

5. Kepemimpinan Manajemen Dakwah Pada Masa Rasulullah SAW

Banyak teladan dalam kepemimpinan manajemen dakwah yang dapat di ambil dari kehidupan dakwah Rasulullah SAW. Karena pada dasarnya beliau di utus di muka bumi ini untuk mengatur tatanan umat manusia supaya selaras dengan aturan-aturan Allah SWT. Karakter itu terpancar dari karakter beliau yang mulia dan di refleksikan secara nyata dalam aktifitas dakwahnya serta dalam kehidupan bermasyarakat-bernegara pada masanya. 15 Di antara dasar-dasar kepemimpinan manajemen dakwah pada masa Rasulullah dapat digambarkan sebagai berikut:.

Rasulullah SAW melaksanakan fungsi perencanaan pada periode Makkah dan Madinah. Pada periode Makkah, beliau melaksanakan perencanaan strategi dakwah yang di mulai dengan sanak kerabat terdekat secara sembunyi-sembunyi terlebih dahulu untuk kemudian berlanjut kepada dakwah secara terang-terangan..Perencanaan dakwah Rasulullah di Makkah terpusat pada pembinaan kader dakwah dan penguatan fondasi aqidah dalam masyarakat.Sebagai perbandingan, dapat dikaji sejarah dakwah Rasulullah yang sarat dengan perencanaan dan strategi ketika beliau berhijrah. Ketika Rasulullah ingin menemui Abu Bakar Shiddiq untuk merumuskan langkah berhijrah, maka langkah-langkah perencanaan tersebut adalah:

- a. Ali Bin Abi Thalib di tentukan tidur di tempat tidur Rasulullah SAW. Langkah inidi buat untuk mengaburkan situasi.
- b. Keluar dari kota Makkah untuk berhijrah dilakukan pada siang hari saat kaum Quraisy sedang tidur siang.

- c. Memulai berangkat hijrah dari arah belakang rumah untuk menghindari pengamatan orang-orang.
- d. Arah hijrah adalah arah gua pada suatu jalan yang bukan jalan ke arah Madinah. Tempat tersebut letaknya di bagian selatan Makkah, yakni GuaTsur .
- e. Pada bagian konsumsi, Asma binti Abu Bakar yang bertugas membawakan makanan untuk mereka di sore hari.
- f. Menyamarkan jejak kaki Rasulullah SAW dan Abu Bakar yang di lakukan oleh ‘Amir bin Fuhairah, pembantu Abu Bakar yang biasa mengembalakan kambingnya di sekitar tempat yang mereka lalui. Jejak kaki kambing gembalaannya melenyapkan bekas-bekas kaki Rasulullah SAW dan Abu Bakar yang membekas di pasir.⁷¹
- g. Kamu flase, pengaburan dan penyimpangan dari proyeksi serta ramalan musuh. Ketika api pencarian telah padam dan aktifitas penxarian yang periodic telah berhenti, maka bersiap-siap Rasulullah SAW keluar mengambil jalan ke arah selatan menuju Yaman, yaitu jalan yang berlawanan dengan arah Madinah, kemudian mengarah ke Barat sekitar pantai Laut Merah sehingga sampai di suatu jalan yang tidak di kenali orang menuju kearah Utara dekat pesisir laut. Dari perencanaan hijrah Rasulullah SAW tergambar sebuah konsep strategis yang diimbangi dengan perasaan kepercayaan dan kepasrahan pada Allah yang dilakukan sedemikian total. Hal ini membawa kepada kebesaran dan kasih

⁷¹ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 107-109

sayang yang diberikan oleh Allah SWT yang tergambar dalam Surat At-Taubah, ayat 40 yang artinya: “Jika laukamu tidak menolongnya (Muhammad) Maka Sesungguhnya Allah telah menolongnya (yaitu) ketika orang-orang kafir (musyrikin Mekah) mengeluarkannya (dari Mekah) sedang Dia salah seorang dari dua orang ketika keduanya berada dalam gua, di waktu Dia berkata kepada temannya: ‘Janganlah kamu berduka cita, Sesungguhnya Allah beserta kita.’ Maka Allah menurunkan keterangan-Nya kepada (Muhammad) dan membantunya dengan tentara yang kamu tidak melihatnya, dan Al-Quran menjadikan orang-orang kafir Itulah yang rendah. dan kalimat Allah Itulah yang tinggi. Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana..”

Rasulullah SAW melaksanakan fungsi pengorganisasian ketika dakwah secara sembunyi-sembunyi pada masa periode Makkah. Pada masa itu, beliau menyampaikan dakwah kepada tokoh-tokoh inti di dalam masyarakat, yang mewakili berbagai golongan yaitu: golongan perempuan (yang diwakili oleh Khadijah binti Khuwailid RA); golongan saudagar (yang diwakili oleh Abu Bakar Ash-Shiddiq RA); golongan pemuda (yang diwakili oleh Ali bin Abi Thalib) serta golongan budak (yang diwakili oleh Zaid bin Haritsah). Masing masing tokoh itu kemudian ditugaskan untuk menyebarkan dakwah kepada golongannya masing-masing.⁷²

⁷² Muhammad Fathi, *The Art Of Leadership In Islam*, terjemah. Masturi Ilham dan Malik Supar, (Jakarta: Khalifa, 2009), hal. 40

Adapun pada periode Madinah, Rasulullah menjadi penguasa tertinggi dalam bidang administratif negara-negara Islam yang dibantu kaum muslimin golongan pertama yang telah di tunjuknya seperti pengangkatan anggota Dewan Syura yang direkrut dari orang-orang yang telah dikenal mempunyai ketaatan dan kemampuan akal yang tinggi, keutamaan dan jiwa pengorbanan dalam menyebarkan Islam. Mereka ini terdiri dari tujuh orang dari kaum Muhajirin dan tujuh orang dari kaum Anshar, yaitu antara lain Abu Bakar Ash Shiddiq, Umar bin Khathab, Utsman bin Affan, Ali bin Abi Thalib, Hamzah, Ja'far, Ibnu Mas'ud, Salman, Ammar, Hudzaifah, Abu Dzarr, Al-Miqdad dan Bilal. Sebagai manajer dakwah, Rasulullah SAW sangat memperhatikan kebutuhan masyarakat, mendengar keinginan dan keluhan masyarakat, memperhatikan potensi-potensi yang ada dalam masyarakat, mulai dari potensi alam sampai potensi manusianya. Rasulullah juga selalu bermusyawarah dan berdiskusi bersama para sahabat dalam majelis. Itulah bentuk pengawasan (controlling) yang dijalankan oleh Rasulullah SAW terhadap umatnya. Selanjutnya jika dikaji lebih cermat, maka kepemimpinan manajemen dakwah yang digunakan Rasulullah SAW dapat berhasil dengan sukses disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya:⁷³

- a. Community Resources, yaitu meneliti terlebih dahulu potensi yang dimiliki, baik potensi manusia maupun potensi yang bersumber dari alam

⁷³ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal.

- b. Community Educator, yaitu meneliti secara cermat tingkat pengetahuan dan tingkat pendidikan masyarakat
- c. Community Developer, yaitu meneliti secara seksama orientasi pembangunan yang akan dikembangkan.⁷⁴

D. Urgensi Spiritual dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Teori dan konsep manajemen yang digunakan saat ini sebenarnya bukan hal yang baru dalam perspektif Islam. Dalam sudut pandang Islam manajemen diistilahkan dengan menggunakan kata al-tadbir (pengaturan).⁷⁵ Kata ini merupakan derivasi dari kata dabbara (mengatur) yang terdapat dalam Al Qur'an seperti firman Allah SWT dalam Al Qur'an Surat As Sajadah Ayat 5: "Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu."⁷⁶

Dalam firman Allah tersebut, dapatlah di ketahui bahwa Allah SWT adalah pengatur alam (Al Mudabbir/manager). Keteraturan alam raya ini merupakan bukti kebesaran Allah SWT dalam mengelola alam ini. Unsur-unsur manajemen yang ada dalam alam semesta serta makhluk-makhlukNya tidak terlepas dengan manajemen langit. Gambaran kecil realisasi manajemen seperti terdapat pada makhluk ciptaan Allah SWT berupa semut. Kehidupan semut mencontohkan keteraturan yang sangat solid dan setiap

⁷⁴ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal.60

⁷⁵ Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2008), hal. 362

⁷⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Surat Qs As Sajadah Ayat 5), (Surabaya: Karya Agung, 2015), hal. 415

semut dalam koloni berkomitmen menjalankan roda kehidupannya dengan menggunakan manajemen, tentunya versi semut.⁷⁷

Selanjutnya dalam kehidupan manusia, maka ada korelasi terkait dengan pengaturan alam semesta ini, yaitu kewajiban manusia sebagai perwakillan Allah sebagai khalifatullah fil ardl. Dalam Al Qur'an surat Al Baqarah ayat 30 Allah menegaskan bahwa Dia akan menciptakan manusia sebagai khalifatullah fil ardl: "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi. Mereka berkata: Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau? Tuhan berfirman: Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".⁷⁸

Ketika kita mencermati dialog antara malaikat dengan Allah SWT dalam ayat tersebut, yaitu terkait rencanaNya untuk menciptakan manusia sekali gus akan diamanahi untuk menjadi khalifatullah fil ardl, yang dalam hal ini sebagai wakil Allah SWT di muka bumi yang bertanggung jawab menjaga dan memakmurkan bumi. Malaikat mengajukan pertanyaan yang esensinya adalah meragukan penciptaan manusia dengan amanah yang akan diberikan karena senantiasa berbuat kerusakan dan menumpahkan darah. Akan tetapi Allah SWT menjawab pertanyaan ini, dengan penjelasan bahwa Dialah dzat yang maha mengetahui. Dalam hal ini Allah telah mengetahui

⁷⁷Zainarti, "Manajemen Islam Perspektif Al Qur'an", artikel dimuat di Jurnal Iqra Volume 08 No 1 Mei 2014, hal. 50

⁷⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Surat Qs AlBaqarah:30), (Surabaya: Karya Agung, 2015), hal. 6

tabiat dan perilaku manusia, oleh karenanya Allah menurunkan utusanNya berupa nabi dan rasul yang membawa syariat Islam yang di dalamnya berisi segala macam aturan bagi manusia yang merupakan sperangkat manajemen kehidupan.

Sebagai contoh dalam pelaksanaan shalat yang menjadi icon paling sacral dalam Islam merupakan contoh konkrit adanya manajemen yang mengarah kepada keteraturan. Puasa, haji dan amaliyah lainnya merupakan pelaksanaan manajemen yang monomintal.⁷⁹ Sehingga manusia dalam mengelola kehidupannya melalui aktifitas sosial mampu mengemasnya, baik dalam organisasi, lembaga maupun perusahaan yang dalam aktivitasnya di landasi nilai-nilai tauhid dan semata-mata sesuatu tindakan dikerjakan hanya karena Allah SWT.⁸⁰

Kesadaran akan kebutuhan spiritual dalam aktivitas sehari-hari mulai dirasakan oleh para pemangku kebijakan dalam dunia kerja. Adanya tindakan korupsi, loyalitas yang buruk, dan moralitas yang rusak, dari para karyawan menjadi latarbelakang penerapan manajemen spiritual dalam perusahaan. Kondisi yang ada saat ini, perusahaan tidak kesulitan untuk mencari tenaga kerja yang pandai, akan tetapi untuk mencari pekerja yang jujur, disiplin, dan tanggung jawab atas pekerjaannya dan amanah yang di tanggungunya menjadi tantangan tersendiri.

Spiritual diyakini sebagai kekuatan untuk mengatasi efek system kapitalisme bisnis pada pemikiran bisnis dan manajemen yang merusak

⁷⁹Zainarti, “*Manajemen Islam Persepektif Al-Qur’an*”, artikeldimuat di JurnalIqra Volume 08 No 1 Mei 2014, hal.49

⁸⁰Undang Ahmad Kamaludin dan Muhammad Alfian, *Etika Manajmen Islam*, (Bandung: PT.Pustaka Setia, 2010), hal. 19

lingkungan maupun kehidupan manusia. Kesuksesan pada perolehan material (profit, uang, aset) maupun sukses sosial (reputasi, brand, citra) tanpa dibarengi kesuksesan spiritual dapat menimbulkan ketimpangan tidak hanya bagi perusahaan itu sendiri tapi juga bagi masyarakat, lingkungan, maupun bangsa.⁸¹

Adanya penerapan manajemen spiritual ini, diharapkan dapat menghilangkan tindakan tercela dari karyawan seperti malas bekerja, tindak pencurian, korupsi, tidak jujur, dan kurang disiplin. Pemahaman akan spiritualitas di tempat kerja membuat seseorang merasa setara dan memungkinkan mereka hidup dalam lingkungan yang bebas dari rasa takut, sehingga lebih tajam dalam intuisi dan kreativitas.⁸²

1. Urgensi Kinerja

Paling tidak ada dua alasan mengapa kinerja menjadi pusat daya tarik (center of gravity) berbagai kalangan, yaitu:⁸³

- a. Persaingan dalam perusahaan dan dunia kerja perubahan lingkungan perusahaan yang sangat dinamis, turbulen dan tidak menentu menyebabkan tingkat persaingan perusahaan semakin hari semakin tajam dan bahkan mengarah pada situasi yang oleh disebut sebagai hyper-competition. Pada lingkungan seperti ini, satu-satunya cara agar perusahaan bisa tetap eksis, bertahan hidup dan

⁸¹KhoirilAnam, "Pengembangan *Manajemen Spiritual di Sekolah*" artikel ini dimuat dalam jurnal TA'ALLUM, Vol. 04, No. 01, Juni 2016, hal. 102

⁸² Leo Agung ManggalaYogatama dan NilamWidyarini, "*Kajian Spiritualitas di Tempat Kerja pada Konteks Organisasi Bisnis*", artikel dimuat di JURNAL PSIKOLOGI, VOLUME 42, NO. 1 APRIL 2015, hal. 4 .

⁸³Achmad Sobirin, *Manajemen Kinerja: Konsep Dasar Kinerja dan Manajemen Kinerja*, (Jakarta, Universitas Terbuka, 2014), hal. 7-9

tumbuh berkelanjutan adalah keharusan bagi para manajer untuk secara kreatif membangun strategi-strategi baru agar kinerja perusahaan terus meningkat. Jika tidak, bukan tidak mungkin perusahaan yang dikelolanya akan di likuidasi, manajernya diberhentikan dan para karyawannya di PHK. Penyebabnya karena para investor hampir pasti akan mengalihkan semua dananya ke perusahaan lain yang lebih menguntungkan.

- b. Kinerja sebagai alat ukur perkembangan perusahaan ketertarikan berbagai kalangan terhadap isu kinerja terutama karena kinerja merupakan alat ukur yang bisa diandalkan untuk mengetahui perkembangan dan kemajuan sebuah perusahaan. Lebih dari itu, peran kinerja bukan hanya penting bagi kehidupan perusahaan tetapi juga bagi kehidupan masyarakat pada umumnya..Bagi stake holder, laporan kinerja merupakan bentuk transparansi organisasi, akuntabilitas dan tanggung jawab pengelola perusahaan kepada semua konstituen yang ada di dalamnya.

Menurut Simamora untuk mengetahui seberapa baik seseorang karyawan bekerja dapat dilihat melalui beberapa indikator penilaian kinerja yaitu:⁸⁴

- a. Loyalitas

Setiap karyawan dengan kinerja yang baik memiliki tingkat loyalitas yang tinggi pada perusahaannya, dimana sebagai timbal baliknya

⁸⁴ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi III*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2004), hal. 458-460

mereka akan diberikan posisi yang baik..Selain itu ketekunan dan profesionalitas menjadi factor pendukung meningkatnya loyalitas.

b. Semangat kerja

Perusahaan harus menciptakan suasana dan lingkungan kerja yang kondusif. Hal ini akan meningkatkan semangat kerja karyawan dalam menjalankan tugas pada perusahaan. Semangat kerja dapat ditumbuhkan dengan selalu memberikan motivasi kepada karyawan dan juga pemberian apresiasi kepada karyawan yang berprestasi.

c. Kepemimpinan

Pimpinan merupakan leader bagi setiap bawahannya, bertanggung jawab dan memegang peranan penting dalam mencapai suatu tujuan. Pimpinan harus mengikut sertakan karyawan dalam mengambil keputusan sehingga karyawan memiliki peluang untuk mengeluarkan ide, pendapat, dan gagasan demi keberhasilan perusahaan.

d. Kerjasama

Pihak perusahaan perlu membina dan menanamkan hubungan kekeluargaan antara karyawan sehingga memungkinkan karyawan untuk bekerjasama tidak hanya dalam lingkungan perusahaan, akan tetapi diluar perusahaan tetap saling membantu dalam kebaikan

e. Prakarsa

Prakarsa perlu dibina dan dimiliki baik itu dalam dirikaryawan ataupun dalam lingkungan perusahaan. Prakarsa memicu adanya kreatifitas dan juga pembaharuan dari pola piker manusia.

f. Tanggung jawab

Tanggung jawab harus dimiliki oleh setiap karyawan baik bagi mereka yang berada pada level jabatan yang tinggi atau pada level yang rendah. Tanggung jawab

g. Pencapaian target

Dalam pencapaian target biasanya perusahaan mempunyai strategi-strategi tertentu dan masing-masing..

2. Pelayanan konsumen

Dengan berkembangnya perusahaan bidang jasa maka keberadaannya harus diperhatikan, salah satunya pada pelayanan terhadap pelanggan, merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Pelayanan konsumen adalah segala aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kegunaan dari barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan demi tercapainya kepuasan konsumen. Fokus utama dari pelayanan kepada pelanggan adalah meyakinkan pelanggan bahwa mereka dapat menggunakan produk atau jasa dengan maksimal dan memperoleh nilai maksimum dari pembelian. Dari pelaksanaan pelayanan diperlukan faktor-faktor pendukung, yaitu seperti peralatan, perlengkapan kerja, dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama untuk membantu dalam pekerjaan dan jasa (Kasmir,2008: 21).⁸⁵

Kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk

⁸⁵Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

menghasilkan kerja yang positif, faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan.

Crosby et al dalam (Setiawan, 2016), menyatakan bahwa kepercayaan juga diperlukan dalam kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Pengalaman Pengalaman adalah relevan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, mengenai bisnis dan prestasi perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain sebagainya. Pengalaman yang banyak dan menarik dalam bisnis akan membuat perusahaan lebih memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- b. Kualitas kerja kualitas kerja adalah proses dan hasil kerja perusahaan yang dapat dinilai oleh sebagian pelanggan atau masyarakat. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang berkualitas.
- c. Kecerdasan Kemampuan Kecerdasan kemampuan dapat mengelola masalah yang terjadi dalam perusahaan. Kecerdasan juga dapat membangun kepercayaan, karena tanpa didasari kecerdasan dapat menarik pelanggan dan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan.

3. Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Sari, 2015), Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Philips Kotler dalam (Suti, 2010), mengatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk digunakan dan dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan

konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Anshori, 2013), Dalam suatu produk akan mempengaruhi sikap puas atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Philips Kotler dalam (Sari, 2015), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas setelah mengonsumsi produk tersebut. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas produk tertentu cenderung akan selalu mengonsumsi secara berulang-ulang dan tidak ingin mengonsumsi produk lain selama tidak ada produk yang berkualitas lebih baik dari produk tersebut.

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Sari, 2015), produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara garis besar, tawaran produk bisa dikelompokkan dalam berbagai kriteria, produk bisa dibedakan menjadi 3 macam, yaitu:⁸⁶

⁸⁶FandyTjiptono,*StrategiPemasaran*, Edisi 4,(Yogyakarta: Penerbit Andi, Ph.D. 2015) hal. 3

- a. Barang Tidak Tahan Lama (Non- Durable Goods) Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.
- b. Barang Tahan Lama (Durable Goods) Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama atau berumur ekonomisnya lebih dari satu tahun.
- c. Jasa (Service) Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Produk yang dipasarkan merupakan suatu yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen, oleh karena itu produk yang dihasilkan harus berkualitas tinggi (Ulla, 2016). Kualitas produk merupakan prioritas utama dalam sebuah produk, dimana produk jika tidak memiliki kualitas yang tinggi akan mengakibatkan kehancuran atau keterbelakangan dibandingkan produk pesaingnya (Yusat, 2016). Bagi pebisnis kualitas produk haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan. Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan, dalam Islam produk yang berkualitas yaitu produk yang berdayaguna secara moral bagi konsumennya. Dalam ekonomi Islam, produk yang dihasilkan perusahaan haruslah produk yang membawa manfaat bagi konsumen serta sesuai dengan ajaran Islam (Wasiah, 2017).

Firman Allah SWT dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 168: Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa

yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitanitu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 168).⁸⁷ Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk memproduksi barang harus memperhatikan kualitas produk sehingga nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan berkah. Salah satu produk yang dapat dimanfaatkan dengan baik dan berkah adalah produk yang halal.

Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu: (1) tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi. (2) tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain. (3) semua bahan yang berasal dari hewan halal yang di sembelih menurut tata syariat Islam. (4) semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam (5) semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar (Nahrowi, 2014).

Produk halal yang menjadi konsumsi utama masyarakat merupakan suatu kewajiban yang harus dipenuhi dalam regulasi bisnis sejak dari bahan baku, produksi, distribusi, hingga mengkonsumsinya. Produksi bahan makanan dari bahan olahan yang halal dalam hukum

⁸⁷ Qs. Al- Baqarah 168

Islam digariskan dengan tegas. Hal ini mengandung arti setiap kegiatan produksi makanan harus berpegang kepada prinsip produk halal yang telah digariskan oleh syariat Islam. Prinsip produk makanan dan bahan olahan dalam hukum Islam menurut Abdul Manan, yaitu: 1) prinsip keadilan; 2) prinsip kebersihan; 3) prinsip kesederhanaan; 4) prinsip kemurahanhati; 5) prinsip moralitas. Makanan yang baik (*tayyib*) sebenarnya sangat berhubungan dengan pola konsumsi manusia, agar selalu memperhatikan makanan yang mengandung gizi, yang dapat mendukung kesehatan dan kelangsungan hidup (Mujiono, 2016).⁸⁸

Konsumen memiliki sifat cepat bosan terhadap suatu produk yang telah lama mereka konsumsi. Sifat ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencoba merebut pasar. Konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri paling bermutu, berkinerja atau inovatif (Sari, 2015). Produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh serta akan membuat konsumen melakukan pembelian di masa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama (Utama, 2016).

Berdasarkan teori Sumarwa ndalam (Mayasari, 2011), menyatakan bahwa factor utama yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, pelanggan

⁸⁸Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran*. (Jakarta: Rineke Cipta, 2016), hal. 19

akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, karena puas terhadap produk atau jasa tersebut.

BAB III

STUDI KEDAI AYAM PENYET KA' SU

A. Sejarah Kedai

Kedai Ayam Penyet Ka'SU berdiri pada tanggal 07 February tahun 2013 yang dikelola oleh Ibu Sutira selaku pemilik kedai, Kedai Ayam Penyet Ka'SU berada di Kampung Datok Abu Bakar Baginda, Kajang, Selangor, Malaysia di Jl.Cempaka Biru. Kedai Ayam Penyet Ka'SU merupakan rumah makan ternama disana yang sudah dikenal banyak orang, karena memiliki rasa masakan yang berkualitas serta pelayanan yang sangat baik, menu handalan yang menjadi daya tarik yang sangat mempengaruhi kemajuan kedai yaitu "Ayam Penyet" .

Selain itu, di Kedai Ayam Penyet Ka 'SU juga sangat mementingkan kenyamanan customer (pelanggan) dengan menjaga kebersihan tempat, menyediakan makanan yang halal dan sehat baik menurut islam dan Negara.pelayanan yang baik dari karyawan dll. Kedai Ayam Penyet Ka'SU beroperasi dari jam 09:00 – 11:00 mlm, yang terdiri dari 9 karyawan dibagi 2 sift, sift pagi yang bekerja 5 karyawan dan sift malam 4 karyawan.

Kedai Ayam Penyet Ka' Su pertama kali didirikan oleh ibu Sutira pada tahun 2013 di Selangor Malaysia.Dengan modal awal 50 juta bersama suaminya bapak Muhamammad Barsan dalam menjalankan Kedainya. Pada awal memulai usahanya hanya dilakukan berdua dengan suaminya

Dari waktu kewaktu kemajuan usaha Kedai beliau semakin besar dan semakin luas dikenal oleh masyarakat dikota Selangor Malaysia.Kedai Ayam Penyet Ka' Su Salah satu rumah makan yang bermoto Halalan Tayyiban yang berarti halal dari segi makan dan baik dari segi pengelolaan dan

pelayanan. Walaupun menggunakan ayam bukan berarti menu yang ada adalah Ayam Penyet saja tetapi juga tersedia menu-menu yang lain seperti bakso, soto, mie ayam, rawon, sate, goke, sop buntut, roti canai dan ikan.⁸⁹

Menggunakan nama Ayam Penyet Ka' Su karena pemilik kedai ini adalah Ka' Sutira yang disingkat Ka' Su. Namun demikian menu yang ada adalah menu Indonesia yang khas dari daerah Madura. Disamping itu nilai lebih dari Kedai Ayam Penyet Ka' Su Halalan Tayyiban,⁹⁰ Halalan artinya Produksi dari Proses Kedai Ayam Penyet Ka' Su adalah diperhatikan aspek kehalalan. Tayyiban (baik) artinya menu-menu yang disajikan berasal dari bahan-bahan segar (fresh) dan memiliki nilai gizi yang tinggi, disamping itu zakat 10% dari hasil usaha digunakan untuk diberikan kepada anak yatim, duafa' dan fakir miskin.

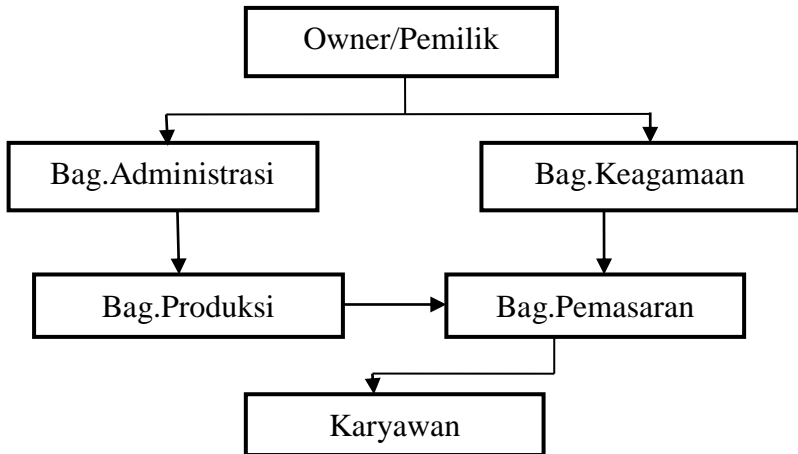
B. Manajemen dan Pola Komunikasi

Dalam sebuah organisasi, baik organisasi kemasyarakatan ataupun organisasi bisnis harus didasari dengan proses manajemen yang baik. Hal ini juga diterapkan oleh ibu Sutira selaku pemilik Kedai yang didirikannya, beberapa aspek manajemen yang diterapkan adalah sebagai berikut:

⁸⁹ Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 20 juni 2020.

⁹⁷ Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 21 juni 2020.

1. Struktur Kepengurusan



2. Pola Komunikasi dalam Bentuk Kegiatan Islami

Kedai Ayam Penyet Ka'SU menerapkan kegiatan-kegiatan keagamaan yang harus diikuti oleh seluruh keryawan yang berada dilingkungan manajemen Kedai Ayam Penyet Ka'SU, kegiatan itu berupa :⁹¹

- a. Sholat lima waktu
- b. Do'a bersama
- c. Sholawatan
- d. Santunan anak yatim

Kegiatan-kegiatan tersebut diatas bertujuan untuk mengaplikasikan cita-cita dari Ibu Sutira selaku pemilik kedai yang ingin kegiatan bisnisnya menjadi media untuk melakukan dakwah islam. Selain itu Ibu Sutira juga mengharapkan dengan adanya kegiatan ini

⁹¹Wawancara dengan Marwati, karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 25 juni 2020.

dapat menjadikan karyawannya memiliki pengetahuan agama, berkinerja yang baik, serta membiasakan diri untuk beribadah dan peduli dengan sesama.

Komunikasi yang dibangun oleh pihak majemen Kedai Ayam Penyet Ka' Su adalah dengan menggunakan metode komunikasi dakwah, yang dilandasi dengan syariat agama islam.

3. Visi-Misi

Visi: Untuk menjadikan bisnis Kedai Ayam Penyet Ka Su yang islami, professional dan bernilai dakwah.

Misi:

- a. Menyajikan produk-produk makanan halal untuk hidup yang lebih berkah dan berkualitas. Menghadirkan pelayanan dengan Manajemen islami yang professional, memuaskan, ramah, santun dengan pelayanan yang totalitas.
- b. Terus mengembangkan usaha kearah yang lebih baik lewat inovasi dan teknologi.
- c. Meningkatkan efektifitas operasional dengan kualiatas organisasi dan manajemen yang baik.

Tujuan dari Kedai Ayam Penyet Ka' Su sendiri adalah:

Usaha profesional yang maju dan islami dalam rangka menjunjung nilai-nilai dakwah dan terhindarnya insan Kedai Ayam Penyet Ka' Su

dari adab yang pedih yang bermanfaat bagi keluarga, masyarakat serta sukses dunia akhirat.⁹²

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan menjalankan usaha ini?	Tanggal 07 februari 2013
2	Kenapa memilih nama Kedai Ayam Penyet Ka' SU?	Karena nama ini merupakan nama pemilik kedai yaitu Ka' Sutira.
3	Berapa jumlah karyawan?	9 karyawan.
4	Berapa shift yang ada serta bagaimana pembagiannya?	2 sift pagi dan malam, 5 orang untuk sift pagi dan 4 orang untuk sift malam.
5	Kenapa memilih lokasi ini untuk dijadikan tempat usaha?	Kerana tempatnya strategis dan dekat dengan kantor-kantor, sekolah, dll.
6	Berapa modal awal yang diperlukan?	50-100 juta.
7	Berapa pendapatan perbulan?	100-150 juta.
8	Berapa gaji karaywan?	5-7 juta perbulan.
9	Kira-kira berapa jumlah pengunjung yang datang?	100-200 pengunjung sehari semalam.

⁹²Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su. 13 april 2020.

10	Apa kesulitan dalam menjalankan usaha?	Terkadang kekurangan bahan, lahan parkir sempit.
11	Apakah tertarik membuka cabang?	Ya tertarik, dan masih dalam pencarian lokasi untuk membuka cabang.
12	Bagaimana pengelolaan dan manajemen diusaha ini?	Untuk pengelolaan dan manajemen dilakukan pribadi.
13	Apa yang menjadi daya tarik ditempat ini?	Pelayanannya yang baik, dan mempunyai rasa yang bersaing dengan yang lain.
14	Apa yang menjadi menu andalan?	Ayam penyet.
15	Apa yang menjadi minuman favorit ditempat ini?	Teh tarik dan milo es

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Ayam Penyet Ka' Su, Jl. Cempaka Biru, Kampung Datok Abu Bakar Baginda, Kajang Selangor, Malaysia.

5. Subjek Penelitian

Penelitian ini tidak bertujuan untuk membuat generalisasi hasil penelitian. Hasil penelitian lebih bersifat kontekstual dan kasuistik, yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu sewaktu penelitian dilakukan. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif tidak dikenal

istilah sampel. Sampel pada penelitian kualitatif disebut informan atau subjek penelitian. Informan atau subjek yang dipilih untuk diwawancarai sesuai dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2008:161). Subjek penelitian ini yaitu informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian.⁹³ Yang menjadi informan atau subjek penelitian adalah karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su dan konsumen yang terdiri dari 1 orang manager, 1 orang karyawan dan 10 orang konsumen.

6. Objek Penelitian

Fokus objek dalam penelitian ini adalah implementasi manajemen dakwah dalam menanamkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su.

7. Sumber Data

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu hal yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain (Hasan, 2002:113). Data penelitian dikumpulkan baik lewat instrumen pengumpulan data, observasi, wawancara maupun lewat data dokumentasi. Sumber data secara garis besar terbagi ke dalam dua bagian, yaitu:

- a. Data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa wawancara, observasi,

⁹³ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: gadjah Mada University press, 2007) hal.27

maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya.

- b. Data sekunder yaitu jenis data yang diperoleh melalui beberapa literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian, seperti Al-Quran dan buku-buku hadis, jurnal, artikel dan buku-buku yang mengenai etika bisnis (Azwar,2005:56). Ketepatan dan kecermatan informasi mengenai subyek dan variabel penelitian tergantung pada strategi dan alat pengambilan data yang dipergunakan. Hal ini pada akhirnya akan ikut menentukan ketepatan hasil penelitian.

Menurut Loflad, sebagaimana yang dikutip oleh (Moleong, 2002:70)menyatakan bahwa “sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain”. Jadi, kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama dan dokumen atau sumber tertulis lainnya merupakan data tambahan.

8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, sumber dan pengaturan. Dalam penelitian perolehan data sangat luas serta mendalam, maka perlu diklasifikasikan upaya yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:⁹⁴

- a. Wawancara Mendalam

⁹⁴ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama,1985) hal. 129

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini salah satunya dengan wawancara mendalam dengan informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa informan tersebut mengetahui dan dapat memberikan penjelasan tentang permasalahan yang peneliti kaji. Wawancara dilakukan dengan mengikuti petunjuk pedoman wawancara yang sebelumnya telah disajikan. Terdapat beberapa langkah yang dilakukan dalam wawancara di lokasi penelitian.

- 1) Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan dibicarakan.
- 2) Membuka dan menuntun alur wawancara.
- 3) Melaksanakan alur wawancara.
- 4) Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dengan mengakhirinya.
- 5) Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
- 6) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara .

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek yang diselidiki baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi yang sebenarnya maupun dilakukan didalam situasi buatan, yang khusus diadakan. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang

kualitas pelayanan, keramahan karyawan dan kualitas produk pada Usaha Kedai Ayam Penyet Ka' Su.⁹⁵

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, agenda dan lainnya. Dengan adanya dokumentasi ini penulis dapat mengumpulkan data dengan kategori pengklasifikasian bahan-bahan yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti.

9. Teknik Analisa Data

Penulis akan menganalisis data dengan menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan metode analisis deskriptif yaitu dengan cara merumuskan dan menafsirkan data yang diperoleh, menyusun dan mengklasifikasikan serta menganalisis dan menginterpretasikannya sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan perusahaan. Data yang di peroleh diklasifikasikan menurut fokus permasalahannya kemudian data tersebut diolah dan dianalisis berdasarkan tujuan penelitian, kemudian hasilnya akan disimpulkan.

Teknik analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Analisis data dapat dilakukan melalui tahap berikut ini :

a. Tahap Penelitian

⁹⁵ Moeloeng, *Metode Penelitian*, (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal.

1) Perencanaan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Peneliti merancang kelas yang akan dijadikan sampel. 2) Peneliti membuat instrumen-instrumen penelitian yang akan digunakan untuk penelitian.

2) Pelaksanaan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Peneliti melaksanakan pembelajaran pada sampel penelitian. 2) Peneliti menguji coba, menganalisis dan menetapkan instrumen penelitian.

3) Evaluasi pada tahap ini, peneliti menganalisis dan mengolah data yang telah dikumpulkan dengan metode yang telah ditentukan.

4) Penyusunan laporan pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah menyusun dan melaporkan hasil-hasil penelitian.⁹⁶

b. Instrumen

Penelitian Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa soal-soal. Adapun prosedur yang dilakukan dalam penyusunan instrumen ini adalah:

1) Perencanaan

Tahap perencanaan dilakukan oleh peneliti dan guru bidang mata pelajaran. Pada tahap ini ditentukan mengenai :

(a) Materi pokok yang akan diteliti

⁹⁶Moeloeng, *Metode Penelitian*, (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal.320.

(b) Bentuk-bentuk soal yang akan digunakan

2) Pembuatan Butir Soal

Pembuatan butir soal dilakukan oleh peneliti berdasarkan perencanaan yang telah dibuat, karena untuk menjaga kemungkinan soal tes yang mungkin tidak tepat untuk tes atau rusak.

3) Uji Coba Instrumen

Sebelum soal tes digunakan mengukur peserta didik pada kelas sampel, soal tes terlebih dahulu diujicobakan. Uji coba tersebut dimaksudkan untuk mengetahui validitas, realibilitas, tingkat kesukaran dan daya beda pada butir soal. Dari hasil uji coba tersebut, maka dipilih soal yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan peserta didik dalam belajar biologi pada materi virus.

4) Uji Validitas Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah tes dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur.

5) Uji Realibilitas Reliabilitas menunjuk suatu pengetahuan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya. Suatu tes dikatakan dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Maka pengertian realibilitas tes, berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes.

10. Metode Pengolahan Data

Setelah data diproses dengan, maka tahapan selanjutnya adalah pengolahan data. Dan untuk menghindari agar tidak terjadi kesalahan dan mempermudah pemahaman maka peneliti dalam menyusun penelitian ini melakukan beberapa upaya diantaranya adalah:⁹⁷

a) Pemeriksaan data (Editing)

Editing merupakan proses penelitian kembali terhadap catatan, berkas-berkas, informasi dikumpulkan oleh pencari data.

b) Klasifikasi (classifying)

Klasifikasi adalah usaha mengklasifikasikan jawaban-jawaban kepada responden baik yang berasal dari interview maupun yang berasal dari observasi. Klasifikasi ini digunakan untuk menandai jawaban-jawaban dari informan karena setiap jawaban pasti ada yang tidak sama atau berbeda, oleh karena itu klasifikasi berfungsi memilih data-data yang diperlukan serta untuk mempermudah kegiatan analisa selanjutnya, seluruh data yang berasal dari wawancara dengan pemilik rumah makan dan para konsumen berupa catatan dan dokumentasi kemudian dibaca, ditelaah secara mendalam dan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

c) Verifikasi (verifying)

Verifikasi adalah mengecek kembali dari data-data yang sudah terkumpul untuk mengetahui keabsahan datanya apakah

⁹⁷Moeloeng, *Metode Penelitian*, (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal.330

benar-benar sudah valid dan sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Verifikasi ini dilakukan dengan cara menemui pemilik dan konsumen sebagai sumber data (informan) kemudian diolah untuk dilengkapi apakah data tersebut sesuai dengan data dengan yang diinformasikannya atau tidak.⁹⁸

d) Analisis data (analyzing)

Langkah selanjutnya adalah menganalisis data-data yang sudah terkumpul kemudian mengkaitkan antara data-data yang sudah terkumpul dari proses pengumpulan data yaitu melalui sumber datanya seperti, buku-buku, undang-undang, kitab-kitab jurnal, ensiklopedia dan lain sebagainya untuk memperoleh hasil yang lebih efisien dan sempurna sesuai dengan yang peneliti harapkan. Dengan demikian laporan penelitian berisi kutipan-kutipan, data untuk member gambaran penyajian laporan tersebut.

Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Dalam proses ini data mentah yang diperoleh akan diolah dan dipaparkan untuk menjawab rumusan masalah. Data yang didapat juga akan dibandingkan dengan literatur lain yang membahas mengenai jual beli yang tidak mencantumkan harga, dan selanjutnya akan dipaparkan kembali untuk menjelaskan rumusan masalah yang ada.

⁹⁸ Koentjoro Ningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997), hal.272

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Struktur Organisasi Kedai Ayam Penyet KA'SU

Struktur organisasi Ayam Penyet Ka'Su ini mengikuti system manajemen sederhana, manajemen yang dipimpin oleh seorang manager yaitu Ibu Sutira dengan membawahi tiga kepala bagian, masing-masing produksi, keuangan, pembelian, dari ketiga bagian tersebut membawahi 9 karyawan.

Manager – Bagian produksi – Bagian Keuangan – Bagian
Pembelian–Karyawan

1. Manager: Bertanggung jawab terhadap semua aktivitas khususnya mengawasi pelayanan dan kualitas makanan yang ada di Kedai Ayam Penyet Ka'Su
 2. Bagian Produksi: Bertanggung jawab terhadap ketersediaan bahan baku untuk diolah menjadi menu siapsaji, bagian produksi dibantu 2 orang karyawan.
 3. Bagian Keuangan: Bertanggung jawab atas pengaturan keuangan Kedai Ayam Penyet Ka'Su bagian keuangan ini dipegang langsung oleh manager.
 4. Bagian Pembelian: Bertanggung jawab atas pembelanjaan kebutuhan Kedai Ayam Penyet Ka'Su, mulai dari bahan baku, bumbu, maupun perlengkapan lainnya. bagian pembelian dibantu oleh 1 orang karyawan.
- Karyawan: Melaksanakan tugas masing-masing bagian yang telah ditugaskan oleh kepala bagian baik dalam produksi, keuangan, pembelian dan khusus

untuk pelayanan kualitas makanan langsung dibawah kendali manager dalam pelayanan dan kualiatas makanan terhadap konsumen.⁹⁹

B. Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual di Kedai Ayam Penyet KA' SU

Islam mengakui peranan pebisnis untuk mendapatkan keberuntungan yang besar, namun Islam membatasi cara mendapatkan keuntungan yang besar tersebut dengan tidak melakukan kezaliman. Seorang pebisnis perlu memahami norma-norma etika (benar dan salah) sehingga tindakan yang dilakukan sudah sesuai dengan aturan dalam berbisnis salah satunya adalah dengan berlaku jujur. Seorang pebisnis juga harus mengetahui dan memahami bagaimana etika bisnis Rasulullah SAW dalam berdagang sehingga dapat memajukan bisnisnya.

Dari hasil penelitian mengenai pemahaman etika bisnis Islam di Kedai Ayam Penyet Ka'Su, dapat dilihat bahwa pemahaman manager mengenai etika bisnis Rasulullah SAW masih kurang, beliau hanya memahami secara garis besar saja, akan tetapi di Kedai Ayam Penyet Ka' Su mereka memiliki tim yang disebut dengan tim dakwah. Sehingga nuansa Islami dan nilai-nilai etika terjalankan di Kedai Ayam Penyet Ka' Su, tidak heran jika Kedai Ayam Penyet Ka' Su memiliki nuansa Islami yang sama karena sudah ada yang mengarahkan dan juga sudah ada aturan yang telah ditetapkan, hal ini dilakukan agar tidak terlepas dari nilai-nilai dakwah dan etika dalam berbisnis.

⁹⁹ Wawancara dengan Ibu Sutira tentang Struktur Organisasi Kedai Ayam Penyet Ka'Su.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Sutira sebagai Manager di Kedai Ayam Penyet Ka'Su: "Untuk sejauh itu belum tahu secara umumnya saja, disini juga ada yang membimbing kita. Kita dibimbing oleh tim dakwah yaitu tim khusus untuk membimbing para karyawan di Kedai Ayam Penyet Ka'Su Untuk memantau nilai-nilai spiritual dan etika setiap karyawan. Dipantau melalui cctv seperti melayani pelanggan, menjaga kebersihan dan lainnya. Disitu juga kita dapat mengukur tingkat kejujuran kita".¹⁰⁰

Dalam usaha rumah makan etika dalam berbisnis memang harus diterapkan agar dapat menjalankan usahanya dengan baik dan benar, sehingga dapat menghindari terjadinya kecurangan. Oleh karena itu etika bisnis Islam perlu diterapkan di Kedai Ayam Penyet Ka'Su. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Sutira selaku manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su.

"Menurut saya perlu, karena untuk mewujudkan brand halalan tayyiban kita harus menjalankan etika bisnis yang baik dan sesuai dengan ketentuan. Di sini kita juga di ajarkan bagaimana menjadi pedagang yang jujur, seperti adanya tim dakwah tadi". Selain menerapkan etika dalam berbisnis, Kedai Ayam Penyet Ka'Su juga mengajarkan kepada karyawannya untuk melakukan kegiatan rutin setiap harinya sebelum bekerja. Kegiatan itu meliputi membaca doa sebelum beraktivitas, shalat dhuha dan zikir bersama.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Muhammad Saniman sebagai karyawan di Kedai Ayam Penyet Ka'Su: "Biasanya sebelum

¹⁰⁰Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 21juni 2020.

melakukan aktivitas kerja kami baca doa, terus shalat dhuha, dan zikir. Setelah itu baru kerja seperti biasanya, dan zuhur berjama'ah dengan cara ganti shift walaupun tidak semua tapi kami berusaha untuk selalu shalat, Jadi disini rasanya kami diajarkan seperti di pesantren, makanya saya betah kerja disini sudah 8 tahun sampai sekarang".¹⁰¹

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual Pada Karyawan

Bisnis kuliner adalah bisnis yang tidak pernah surut dari dunia bisnis, terlihat jelas dari banyaknya rumah makan saat ini. Hadirnya persaingan di dunia bisnis kuliner yang semakin padat membuat beberapa pebisnis rela melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan etika maupun norma bisnis yang ada, seperti dalam pembuatan produk makanan yang tidak higienis, tidak layak konsumsi dan harga yang terlalu mahal dengan kualitas produk yang tidak sesuai.

Kedaaan ini mengharuskan para pebisnis harus mencar iinovasi serta strategi untuk meningkatkan kualitas bisnisnya lebih dari yang lain seperti kualitas produk dan pelayanan. Kunci sukses dalam berbisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut, dalam mengelola bisnisnya Rasulullah SAW memegang teguh empat faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam bisnisnya. Sifat-sifat tersebut merupakan suri taula dan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika Islam (Izzati, 2015).

¹⁰¹Wawancara dengan karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su, Muhamad Saniman, 25 juni 2020.

Etika Islam meliputi seluruh kehidupan manusia. Pada umumnya dari keempat ini yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad SAW, sebagai seorang pebisnis yaitu: sifat *ṣiddīq*, *tablīg*, *amānah*, dan *faṭānah*. Keempat sifat tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad SAW dan sangat dikenal dikalangan ulama. Namun masih jarang diterapkan khususnya dalam dunia bisnis (Rahmat, 2017). Oleh karena itu peneliti mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berbisnis terhadap para pebisnis apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak, selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh dilapangan, dengan teknik observasi dan wawancara kepada para penjual khususnya di Kedai Ayam Penyet Ka' Su dan juga beberapa konsumen terkait dengan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berbisnis apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak, oleh para pebisnis khususnya di Kedai Ayam Penyet Ka' Su yang terletak di Kampung Datok Abu Bakar Baginda, Selangor, Malaysia Adapun penjelasan masing-masing indikator sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Siddiq* (Jujur/Benar)

Siddiq merupakan salah satu sifat Rasulullah SAW yang memiliki arti jujur atau benar. Sifat jujur merupakan sikap yang harus ada di dalam hati setiap pelaku bisnis, karena kejujuran merupakan cerminan dari Rasulullah SAW. Dalam Islam juga di ajarkan bahwa kejujuran merupakan syarat yang mendasar dalam kegiatan bisnis. Kedai Ayam Penyet Ka' Su merupakan salah satu

rumah makan yang bernuansa Islami, oleh karena itu mereka juga selalu menekankan kepada setiap karyawannya untuk selalu bersikap jujur, karena sikap jujur sangatlah penting untuk menjalankan suatu usaha, tidak hanya untuk menjalankan sebuah usaha namun sikap jujur juga harus tertanam dalam diri mereka. Dalam menjalankan suatu usaha tanpa di iringi kejujuran, maka keberkahan akan berkurang di sisi Allah SWT.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Sutira sebagai Manager di Kedai AyamPenyet Ka' Su

“Disini kami selalu menekankan karyawan untuk bersikap jujur, karena sikap jujur juga salah satu sifat Rasulullah SAW. Saya sebagai Manager selalu memberikan nasehat kepada karyawan saya untuk berbuat baik dan benar jika mereka melakukan kesalahan. Disini bisa kita lihat segi kejujurannya seperti karyawan meminta pinjaman uang karena satu dan lain hal, dalam hal lain dapat kita lihat dari segi kesegaran bahan makanan yang digunakan karena kita sangat menjaga kepercayaan pelanggan”¹⁰²

b. Amanah (terpercaya)

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas yang diberikan. Setiap perbuatan yang dilakukan pasti menuntut adanya pertanggung jawaban, sifat amanah sangat diperlukan dalam dunia bisnis karena tanpa adanya kepercayaan dan tanggung jawab maka kehidupan bisnis akan

¹⁰²Al-Bukhari, *Shahih al-bukhari*(jilid 5, Beirut: Dar Ibn Katsir,1897 M),hal.2261.

hancur. Sifat amanah dan kejujuran juga mempunyai hubungan yang sangat erat karena orang yang jujur akan menjaga kepercayaan orang lain. Begitu juga halnya di Kedai Ayam Penyet Ka' Su mereka sangat menjaga amanah yang telah diberikan serta aturan, salah satunya yaitu dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan menyajikan makanan yang berkualitas, memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen serta menjaga kebersihan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Sutira sebagai Manager di Kedai Ayam Penyet Ka' Su, mengenai kepercayaan (amanah) yang telah diberikan:

“Untuk kepercayaan yang pertama kita harus mempercayai kinerja sesama karyawan lebih dulu, karna kita bekerja dalam satu tim, jadi kepercayaan itu harus ada dalam diri kita. Terus kita disini harus menjalankan aturan yang telah ditentukan salah satunya memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen”

c. Faṭonah (Cerdas)

Di dunia bisnis berlaku jujur dan bijaksana belum sempurna jika tidak diimbangi dengan kecerdasan dalam mengelola suatu usaha. Faṭonah merupakan salah satu sifat Rasulullah SAW yang berarti cerdas dan memiliki pengetahuan yang luas. Sifat faṭonah dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis. Di Kedai Ayam Penyet Ka' Su sifat faṭonah juga sangat diperlukan dalam memajukan atau mengembangkan usahanya serta siap menghadapi persaingan yang

bukan hanya rumit dan canggih tetapi juga mempunyai kecerdasan dalam mengatasi setiap masalah yang ada.

Kecerdasan yang dimaksud di sini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual seperti yang dikatakan Ary Ginanjar yaitu' kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah.¹⁰³

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Sutira sebagai Manager diKedai Ayam Penyet Ka' Su:

“Disini kita di ajarkan bagaimana menghadapi persaingan saat ini dan kita juga di ajarkan bagaimana menjadi seorang pemimpin yang bijaksana, professional dalam berbisnis dan juga selalu mengingat Allah SWT, terus dalam usaha tidak hanya untuk mencari keuntungan tapi juga keberkahan”

Dalam pernyataan tersebut dapat di pahami bahwa sebagai seorang muslim sifat faṭonah harus kita miliki karena seseorang yang cerdas dan bijaksana akan mementingkan persoalan akhirat di bandingkan dengan persoalan dunia. Dalam hal lain kecerdasan spiritual juga sangat di perlukan di Kedai Ayam Penyet Ka' Su seperti dalam bentuk menjalankan shalat wajib, berdoa kepada Allah SWT dan melaksanakan shalat dhuha. Bagi karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su dalam menjalankan bisnis, berfikir secara logika saja tidak cukup. Seorang pebisnis muslim harus

¹⁰³Ary Ginanjar ESQ, *Emotionjal Spiritual Quotien*, (Jakarta:Arga.2001) hal.45, dalam bukunya A.Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis*, hal. 232

menerapkan amalan ibadah dalam setiap langkah perjalanan bisnisnya.

Hal tersebut di karenakan aktivitas bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT. Dengan kecerdasan spiritual pebisnis muslim tidak akan merasa resah dengan hal-hal yang sering melanda dunia bisnis misalnya kerugian, persaingan yang ketat dan lainnya. Pebisnis muslim harus mampu mencontohkan kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh Rasulullah SAW, yaitu seperti mengawali bisnis dengan basmallah dan mengakhiri dengan hamdalah.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Sutira sebagai Manager di Kedai AyamPenyet Ka' Su :

“Sebelum bekerja biasanya shalat dhuha dan zikir, kemudian bekerja seperti biasanya. Zuhur shalat berjama'ah dengan berantian shift, asar berjama'ah ditambah dengan membaca Asmaul Husna. Magrib berjama'ah dan isya berjama'ah saat warung tutup ditambah dengan membaca zikir”¹⁰⁴

Dalam pernyataan tersebut dapat di pahami bahwa seluruh karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su telah memiliki kecerdasan spiritual meskipun tidak sesempurna Rasulullah SAW. Dengan kecerdasan yang dimiliki, maka karyawan KedaiAyamPenyet Ka' Su akan merasakan ketenangan hati dan setiap tingkah lakunya akan terjaga dari hal-hal yang menyimpang dari ajaran agama

¹⁰⁴Wawancara dengan Ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka' Su, juni 2020.

Islam. Sifat *faṭṭānah* juga diperlukan dalam menghadapi keluhan atau kritikan yang disampaikan oleh para konsumen terhadap Kedai Ayam Penyet Ka' Su, agar dalam menghadapinya pihak Kedai Ayam Penyet Ka' Su dapat selalu memberikan solusi yang baik, profesional, bijaksana dalam memperbaikinya dengan semaksimal mungkin. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Ilham Ramadhani sebagai karyawan di Kedai Ayam Penyet Ka' Su: “Untuk keluhan atau saran pasti ada dan masih banyak kurangnya. Saya sebagai karyawan disini saya tanggapin keluhan atau saran dari pelanggan, dan hal tersebut saya sampaikan kepada kapten area nanti baru di sampaikan ke pimpinan.

Hal serupa juga di ungkapkan oleh ibu Sutira sebagai Manager di :Kedai Ayam Penyet Ka' Su: “Kita sebagai manusia pastinya punya kesalahan dan kurangnya, dalam menanggapi keluhan konsumen kita cari jalan keluarnya dan semaksimal mungkin kita usahakan kedepannya agar lebih baik lagi, baik itu dalam pelayanan yang lambat, makanan yang di pesan tidak sesuai itu pasti ada, kita pihak Kedai akan memperbaiki untuk kedepannya”.

Dalam pernyataan diatas dapat dipahami bahwa seorang pebisnis harus memiliki sifat *faṭṭānah* salah satu contohnya yaitu seorang pebisnis harus bijaksana dan professional serta mampu dalam menanggapi permasalahan yang ada pada bisnisnya.

- d. Tablig (Ramah dan Komunikatif)

Sifat tablig artinya menyampaikan. Seorang pebisnis harus memiliki sifat tablig karena seorang pebisnis harus menggunakan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran kepada pelanggannya maupun rekan bisnisnya. Dalam Kedai Ayam Penyet Ka' Su keramahan atau sifat tablig merupakan suatu skill yang harus ada dalam diri setiap karyawan, Karena dalam melayani konsumen harus memiliki komunikasi yang baik dan sopan.¹⁰⁵

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ilham Ramadhani sebagai karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su:

“Komunikasi yang baik dan menjaga keramahan dengan konsumen itu suatu keharusan bagi kami agar para pelanggan yang datang merasa senang dan nyaman. Di Kedai ini juga sudah ada aturan bagaimana dalam melayani setiap pelanggannya”.

2. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Nilai Spiritual Pada Kualitas Produk

Sebuah produk bisa di katakan berkualitas jika produk yang di hasilkan telah sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen dari produk yang di konsumsinya. Setiap produk yang di hasilkan harus jelas halal haramnya, baik atau tidak kualitasnya apabila di konsumsi oleh masyarakat. Selain kualitas produk sebuah rumah makan haruslah memiliki cita rasa. Cita rasa merupakan salah satu modal utama dalam mengembangkan bisnis rumah makan. Cita rasa dapat memberikan kesan dan keinginan untuk merasakan masakan itu kembali, dalam

¹⁰⁵A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis*, (Jakarta: Arga , 2001), hal.131

bisnis rumah makan cita rasa dapat juga dikatakan sebagai salah satu bentuk kualitas, dan kualitas merupakan salah satu kunci sukses usaha. Sehingga cita rasa yang khas harus selalu di tonjolkan oleh setiap rumah makan agar dapat memberikan kesan di hati pelanggannya.

Kedai Ayam Penyet Ka' Su merupakan salah satu rumah makan yang memilikicita rasa yang khas dan memberikan contoh dalam penerapan manajemen berbasis Islam, dengan slogan yang dimiliki yaitu Halālān Tayyibān rumah makan ini berusaha menyediakan makanan yang halal dan baik. Seorang muslim hanya menjual barang-barang yang halal, memiliki kualitas yang baik, baik zatnya, cara produksinya maupun asal-usulnya. Kedai Ayam Penyet Ka' Su menggunakan bahan makanan yang sangat layak pakai dan terjamin kehalalannya dan mereka selalu mengecek terlebih dahulu setiap bahan makanan sebelum digunakan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Sutira sebagai Manager di Kedai Ayam Penyet Ka' Su mengenai kualitas produk dan bahan makanan yang digunakan: “Untuk kualitas produk dan bahan makanan insyaallah sudah terjamin mutu dan kehalalannya. Karena kita selalu mengecek setiap bahan makanan yang akan digunakan seperti memotong ayam harus menghadap kiblat dan kalau sayur di bersihkan dengan air yang mengalir, itu suatu keharusan yang

harus kita lakukan dalam menjaga kebersihan dan kehalalan produk atau kualitas makanan”.¹⁰⁶

Kedai Ayam Penyet Ka’ Su juga sangat menjaga kualitas produk yang akan di sajikan kepada konsumen, karena bagi mereka menjaga kualitas makanan sangat penting sehingga bahan makanan yang digunakan selalu segar dan higienis. Selain bahan makanan yang di gunakan harus halal dan baik maka dalam penyajian makanan juga harus berkualitas, maka akan memberikan kesan baik dan tingkat kepercayaan pelanggan kepada kita. Karena ketika kita sudah memutuskan untuk membuka bisnis kuliner, maka sudah pasti yang pertama kita jual adalah kualitas makanannya.

Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Fia kartika sebagai konsumen di Kedai Ayam Penyet Ka’SU :

“Insyaallah saya yakin kalau makanan dan minuman disini terjamin kehalalannya. Karena setau saya disini bisa kita liat dari nuansa Islaminya dan slogannya juga halal dan tayyiban, jadi saya rasa tidak mungkin mereka bohong soal makanan yang disajikan. Dan bisa kita lihat penyajian makanan disini bersih, tempatnya pun bersih dan makanannya juga enak. Saya selaku konsumen merasa nyaman dan puas dengan makanan disini”.¹⁰⁷

Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Narisa sebagai konsumen di Rumah Makan Kedai Ayam Penyet Ka Su:

¹⁰⁶Wawancara dengan Ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka’ Su, 21 Juni 2020.

¹⁰⁷Wawancara dengan Fia, Konsumen Kedai Ayam Penyet Ka’Su, Juni 2020.

“Iya InsyaAllah saya yakin, karena pada umumnya karyawan yang bekerja di tempat tersebut merupakan orang Islam, serta makanan yang disajikan merupakan makanan yang umum dikonsumsi oleh masyarakat”¹⁰⁸

C. Konsep Dasar Spiritualitas

Masih banyak orang yang belum faham betul tentang apa yang dimaksud dengan spiritualitas. Menurut kamus Merriam Webster “spiritualitas memiliki pengertian tentang sesuatu yang sangat religius, atau sesuatu yang berkaitan dengan semangat dan hal-hal sakral”. Spiritualitas adalah hubungannya dengan Yang Maha Kuasa dan Maha pencipta, tergantung dengan kepercayaan yang dianut oleh individu. Istilah Spirit berarti “hal yang menjiwai atau prinsip vital dalam manusia dan hewan”. Kata ini berasal dari bahasa Perancis kuno (“Old French”) *esprit*, yang berasal dari kata Latin *spiritus*, artinya “jiwa, keberanian, semangat, napas”, dan berhubungan dengan *spirare*, “bernapas”. Dalam Vulgata dari kata Latin *spiritus* digunakan untuk menerjemahkan istilah Yunani *pneuma* dan Ibrani *ruah*. Istilah *spiritual*, hal-hal “tentang ruh”, berasal dari Old French *spirituel* (12c.), yang berasal dari istilah Latin *spiritualis*, yang berasal dari “*spiritus*” atau “roh”. Istilah *Spiritualitas* berasal dari Middle French *spiritualite*, dari Late Latin “*spiritualitatem*” (*spiritualitas nominatif*), yang juga berasal dari bahasa Latin “*spiritualis*”

¹⁰⁸Wawancara dengan Narisa, Konsumen Kedai Ayam Penyet Ka’Su, Juni 2020.

Tentu saja melalui pencarian dan pengalaman hidup, seseorang memiliki kebebasan untuk memaknai tentang pengertian spiritual ini. Pengertian spiritual ini juga sering dikaitkan dengan agama, terutama yang berkaitan dengan pertanyaan: apakah agama itu merupakan tujuan dari spiritualitas, atau sebaliknya bahwa agama adalah sarana dan/atau prasarana untuk mencapai tujuan spiritual? Spiritualitas juga sangat erat berkaitan dengan konsep jiwa, sehingga menentukan suatu prinsip bahwa esensi hidup ini bukanlah materi belaka. Maka spiritualitas tanpa jiwa tidak masuk akal. Spiritual merupakan bagian integral untuk membantu manusia dalam memahami arti penting tentang mengapa manusia harus melakukan ‘latihan spiritual. Hanya ketika akal budi/ intelek telah yakin tentang pentingnya melakukan ‘latihan Spiritualitas’, barulah kita dapat membuat upaya-upaya intensif/ terpadu untuk melakukan ‘latihan spiritual’ secara teratur.

Konsep jiwa digunakan untuk membedakan antara manusia dengan hewan. Tentu saja dalam dunia hewan kita tidak akan berbicara tentang nilai-nilai kemanusiaan, kontemplasi, belas kasih dan hati nurani, atau diwakili dalam satu kata disebut jiwa. Dalam bahasa spiritual pastilah terdapat bahasa sebagai berikut: Qalb adalah hati, yang menurut bahasa berarti sesuatu yang berbolak balik. Sedangkan menurut istilah ialah segumpal daging yang ada dalam tubuh yang digunakan untuk merasakan yang sifatnya bisa berubah-ubah. Fuad, adalah perasaan terdalam dari hati yang sering kita sebut hati nurani (cahaya matahati), dan berfungsi sebagai penyimpan daya ingatan. Ia

sangat sensitive terhadap gerak atau dorongan hati, dan merasakan akibatnya.¹⁰⁹

D. Konsep Dasar Manajemen Spiritual

Manajemen spiritual didefinisikan oleh penulis sebagai manajemen yang mengedepankan nilai-nilai yang bersumber dari Tuhan Yang Maha Esa. Sekitar tahun 631M dunia mencatat sebuah fenomena manajemen di Madinah, ketika Nabi Muhammad berhasil membangun masyarakat madani di sebuah wilayah yang demokratis, yang menghargai pluralitas dengan prinsip-prinsip dasar seperti keadilan, supremasi hukum, egalitarianisme dan toleransi yang semuanya dibangun dengan basis manajemen spiritual.

Pada tahun 1970 seorang KH Abdullah Said mempublikasikan suatu model manajemen berbasis spiritual yang dikenal dengan nama Sistematika Wahyu. Konsep ini mengikuti pola manajemen ala Nabi dalam menyosialisasikan ajaran Islam. Nilai-nilai ideologi, akhlak, moral, operasional, dan development adalah esensi manajemennya. Penerapan nilai-nilai ini dalam pengembangan dakwah oleh para dai, muridnya, dapat dikategorikan berhasil dengan baik., salah satu lembaga di bawah naungan PBB, tahun 1985 menilai perlu memberikan penghargaan atas keberhasilannya.

¹⁰⁹Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Shahih Bukhari atau Muslim atau buka CD Kutub Tis'ah.

Tahun 2001 seorang Ary Ginanjar mematenkan model manajemen spiritual yang dikenal dengan nama ESQ. Hanya dalam waktu 4 tahun, model ESQ-nya telah menjadi fenomena manajemen yang mendunia dan menembus angka 80.000 peserta pelatihan. Penulis yang berkesempatan mempelajari ketiga fenomena manajemen tersebut mendapati bahwa ketiganya dikembangkan dari pesan fundamental TAUHID, yaitu IQRA, sehingga ketiga model tersebut tidak saling bersilangan, tetapi saling melengkapi satu dengan lainnya. Secara alamiah pemahaman atas konsep IQRA tersebut telah mengalami revolusi selaras dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Salah satu contohnya, dengan model ESQ sekarang kita bisa memahami secara lebih mudah apa yang disebut dengan "ruh", "hati", dan "akal". Dalam kajiannya lebih lanjut, penulis melihat adanya keterikatan hardware dan software pada tubuh manusia dalam menjalankan misi manajemen spiritual tersebut.¹¹⁰

E. Pengembangan Manajemen Spiritual di Kedai Ayam Penyet Ka'Su

Penanaman nilai-nilai spiritualitas diKedai Ayam Penyet Ka'Su pada hakikatnya membangun budaya Kedai atau bahkan mengubah Kebiasaan. Oleh karena itu sering diperlukan langkah-langkah perubahan yang mendasar budaya Kedai yang kuat, relevan dan professional dibutuhkan agar perilaku anggotanya terarah pada suatu cara untuk mencapai sasaran Kedai yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su. Karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su dengan berbagai karakteristik nilai yang sudah melekat dalamdiri masing-masing tidak akan mudah menerima

¹¹⁰Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual ESQ*, (Jakarta: ArgaTilanta, 2000).hal. 46

nilai-nilai baru yang tidak sesuai atau sejalan dengan apa yang sudah diyakini dan menjadi kebiasaannya.

Peran manager dalam proses penanaman nilai-nilai spiritualitas sangat penting. Aspek patronase masih cukup berperan dalam proses penanaman nilai baru. Agustian menyampaikan bahwa terdapat lima tingkat pemimpin yakni pemimpin yang dicintai, pemimpin yang dipercaya, pembimbing, pemimpin yang berkepribadian dan pemimpin yang abadi. Pemimpin pada tingkat kelima inilah yang dibutuhkan untuk melakukan *share value*. Pemimpin tingkat kelima adalah pemimpin yang dapat memimpin dengan suara hatinya dan diikuti oleh suara hati pengikutnya, ia bukan sekedar pemimpin manusia tetapi pemimpin segenap hati manusia.

Paul dalam Laabs juga menyampaikan bahwa implementasi dari *spiritual-formation office* akan dirasakan kedai dengan semakin kecilnya kasus-kasus kemalasan, ketidak sempurnaan kerja, tingkat stress dan *complain* dari karyawan sehubungan dengan masalah tanggung jawab, serta meningkatnya keserasian nilai-nilai inti dengan pengekspresian nilai-nilai tersebut dalam kegiatan sehari-hari. Kale dan Shrivastava menyampaikan bahwa merealisasikan tempat kerja yang melaksanakan nilai-nilai spiritualitas tidak hanya mampu menciptakan harmonisasi di lingkungan kerja namun juga akan menjadikan tempat kerja yang mampu menghasilkan keuntungan yang baik. Oleh karena itu manager kedai perlu senantiasa mencari alat dan metode untuk memenuhi kebutuhan spiritual ditempat kerja

dan merupakan salah satu alat yang mampu meningkatkan spiritualitas di tempat kerja.¹¹¹

Saat ini telah banyak bukti empiris bahwa praktik spiritualitas di tempat kerja mampu menciptakan budaya organisasi baru yang menjadikan civitas akademika merasa lebih bahagia dan berkinerja lebih baik. Tumbuhnya motivasi bersama untuk bekerja dan memaknai kerja mampu mengurangi keinginan untuk pindah. Civitas akademika juga merasa turut memiliki sekolah dan komunitasnya, sebuah aspek penting dalam spiritualitas, akan mampu membantu civitas akademika manakala sesuatu terjadi di masa depan. Selanjutnya budaya sharing dan caring seringkali dapat diraih. Dalam lingkungan kerja yang lebih manusiawi, karyawan kedai juga akan lebih kreatif dan memiliki moral yang lebih tinggi, dua faktor yang sangat berhubungan dengan tingginya kinerja organisasi.

Kepuasan kerja yang dilandasi dengan nilai-nilai spiritualitas akan berdampak pada kinerja personalia seperti meningkatnya produktivitas, menurunnya tingkat ketidakhadiran, menurunnya tingkat kesalahan dan ketidakdisiplinan, serta meningkatnya efisiensi. Selanjutnya kinerja personalia ini akan meningkatkan kinerja kedai, dan bagi sebuah spiritual kedai peningkatan kinerja kedai berarti juga peningkatan kemakmuran stakeholder. Dari pembahasan di atas kiranya nampak jelas bahwa penerapan nilai-nilai spiritualitas di dalam praktik kedai berdampak positif baik bagi personalia maupun bagi kedai. Dalam jangka panjang dampak-

¹¹¹ S. H. Kale, dan S. Shrivastava, *The Enneagram System for Enhancing Workplace Spirituality*, Journal of Management Development, Vol. 22. no. 4, 2003, hal. 308-328

dampak positif ini akan terakumulasi dan berdampak positif pula secara lebih luas bagi kehidupan manusia secara menyeluruh dalam menjalankan fungsinya sebagai hamba dan khalifah di mukabumi.¹¹²

F. Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian studi deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifatrealitas yang membangun secarasosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti (Noor, 2012:33). Sedangkan menurut Taylor dan Bogdan dalam (Bagong, 2008:166) Pendekatan kualitatif dapat diartikan sebagai pendekatan yang menghasilkan data, tulisan, dan tingkahlaku yang diamati dari orang-orang. Alasan digunakannya pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan:

- a. Peneliti secara aktif berinteraksi secara pribadi dengan informan sehingga peneliti dapat melihat individu secara olistik (utuh), sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat.
- b. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara, melalui metode iniindividu yang diteliti dapat diberi kesempatan agar secara dan persepsinya.
- c. Penelitian ini bersifat naturalistik (sebagaimana adanya), artinya data yang diperoleh sesuai dengan fakta (hasil yang diperoleh).

¹¹² J. C. G. Zamor, *Workplace Spirituality and Organizational Performance*, Public Administrasi Review. May/june . vol . 63. No. 3, 2003, hal. 355-363

Seluruh data yang telah dikumpulkan akan diolah dan diseleksi berdasarkan prinsip pendekatan kualitatif. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang bermutu, sebagaimana dikemukakan oleh Lexi J Maleong: “Data yang manual berwujud kata-kata dan angka itu dikumpulkan dengan berbagai macam cara (observasi, angket, wawancara, dokumen) tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan angka-angka. Biasanya disusun dalam teks yang diperluas.”¹¹³

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrument kunci yang langsung mengadakan pengamatan di lapangan dan berinteraksi secara aktif dengan sumber data atau informan untuk memperoleh data yang objektif. Selain itu, peneliti juga bertindak sebagai human instrumen yang berfungsi menetapkan focus penelitian, memilih informan sebagai sumber data dalam mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, sehingga penelitian ini akan lebih terfokus pada penerapan etika bisnis Islam dan penanaman nilai spiritual terhadap karyawan yang dicontohkan Rasulullah dalam berdagang yang ditunjukkan pada pedagang sembako yang ada di pasar sentral Sinjai kabupaten Sinjai.

¹¹³ Lexi, J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Cet. XVII, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002) hal.3

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Kedai Ayam Penyet Ka'Su di kampong Datok Abu Bakar Baginda, Kajang Selangor, Malaysia. Maka dapat disimpulkan:

Implementasi dakwah dalam menanamkan nilai-nilai spiritual terhadap karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi kejujuran, bertanggung jawab, cerdas, ramah dan komunikatif. Dapat dilihat juga dari segi karyawan yang menggunakan pakaian muslimah, melakukan kegiatan rutin sebelum bekerja, serta mewajibkan seluruh karyawan untuk shalat lima waktu dengan cara bergantian. Membaca doa bersama Kedai Ayam Penyet Ka' Su juga menekankan kepada setiap karyawannya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan, kemu dia dilihat dari segi produk dan setiap harinya menggunakan bahan makana yang yang baru dan segar, sehingga tidak diragukan lagi kualitas makanan yang ada di Kedai Ayam Penyet Ka' Su.

Metode dalam menanamkan nilai-nilai spiritual di Kedai Ayam Penyet Ka' Su pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang di contohkan oleh Rasulullah SAW, walaupun tidak sempurna cara berdagang seperti Rasulullah SAW, seperti dalam menjaga kualitas makanan, melayani konsumen dengan ramah dan baik, tidak melupakan ibadah, melakukan kegiatan rutin setiap harinya sebelum bekerja, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Slogan

Ḥalālān Ṭayyibān yang diberikan menjadikan usaha rumah makan ini sukses dalam usaha bisnisnya dan juga banyak di minati oleh masyarakat.

1. Fungsi dan peranan manajemen dalam aktifitas dakwah merupakan suatu hal yang sangat penting dan tidak dapat ditawar-tawar lagi, jika dakwah yang dilakukan ingin berhasil sesuai harapan dan tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga sebelum terjun ke medan dakwah, maka mesti memerhatikan terlebih dahulu prinsip-prinsip manajemen itu sendiri, yaitu *planning* (perencanaan) yang matang, *organizing* (pembagian tugas dakwah) sesuai dengan kapasitas dan keahliannya, *actuating* (gerakandakwah) yang rapih, tertib serta memegang teguh etika dan moralitas dakwah dan *controlling* (evaluasi) seluruh kegiatan dakwah mulai dari perencanaan sampai ketingkat pelaksanaannya.
2. Penanaman nilai-nilai spiritualitas di Kedai Ayam Penyet Ka'Su pada hakikatnya membangun budaya Kedai atau bahkan mengubah Kebiasaan. Oleh karena itu sering diperlukan langkah-langkah perubahan yang mendasar Budaya Kedai yang kuat, relevan dan profesional dibutuhkan agar perilaku anggotanya terarah pada suatu cara untuk mencapai sasaran Kedai yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su. Karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su dengan berbagai karakteristik nilai yang sudah melekat dalam diri masing-masing tidak akan mudah menerima nilai-nilai baru yang tidak sesuai atau sejalan dengan apa yang sudah diyakini dan menjadi kebiasaannya.
3. Peran manager dalam proses penanaman nilai-nilai spiritualitas sangat penting. Aspek patronase masih cukup berperan dalam proses

penanaman nilai baru. Agustian menyampaikan bahwa terdapat lima tingkat pemimpin yakni pemimpin yang dicintai, pemimpin yang dipercaya, pembimbing, pemimpin yang berkepribadian dan pemimpin yang abadi. Pemimpin pada tingkat kelima inilah yang dibutuhkan untuk melakukan share value. Pemimpin tingkat kelima adalah pemimpin yang dapat memimpin dengan suara hatinya dan diikuti oleh suara hati pengikutnya, ia bukan sekedar pemimpin manusia tetapi pemimpin segenap hati manusia.

4. Kepuasan kerja yang dilandasi dengan nilai-nilai spiritualitas akan berdampak pada kinerja personalia seperti meningkatnya produktivitas, menurunnya tingkat ketidakhadiran, menurunnya tingkat kesalahan dan ketidaksiplinan serta meningkatnya efisiensi selanjutnya yakni kinerja personalia ini akan meningkatkan kinerja kedai,
5. Peran manajer dalam proses penanaman nilai-nilai spiritual sangat penting, Agustian menyampaikan bahwa terdapat lima tingkat pemimpin yakni pemimpin yang dicintai, pemimpin yang dipercaya, pembimbing, pemimpin yang mempunyai pribadi yang baik.
6. Kepuasan kerja yang dilandasi dengan nilai-nilai spiritualitas akan berdampak kepada kinerja personalia seperti meningkatnya produktivitas, menurunnya ketidakhadirannya, dari pembahasan diatas kiranya nampak jelas bahwa nilai-nilai spiritual didalam praktek kedai berdampak positif, baik bagi personalia maupun bagi kedai.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi kedai:

1. Bagi Kedai Ayam Penyet Ka' Su semoga dapat mempertahankan nilai-nilai spiritual islam yang sudah sejak awal diterapkan meskipun belum seratus persen maksimal.
2. Bagi karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su semoga terus menanamkan nilai-nilai spiritual dan terus menjalankan syariat islam.
3. Bagi para pelaku bisnis atau calon pembisnis hendaknya jika ingin melakukan suatu bisnis perlu diperhatikan aturan yang ada, bukan hanya mengejar keuntungan dunia juga mengejar ridha Allah SWT agar dapat keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bukhari, *Shahih al-bukhari* (jilid 5, Beirut: Dar Ibnu Katsir,1897 M)
- AM, Zulkifli, *Manajemen Kearsipan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003),
- Amin, Samsulmunir, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta,2009
- Anam, Khoirul, "*Pengembangan Manajemen Spiritual di Sekolah*" artikel ini dimual dalam jurnal *TA'ALLUM*, Vol. 04, No. 01, Juni 2016
- Arief, Mohammad, "*Spiritual Manajemen: Sebuah Refleksi Dari Pengembangan Ilmu Manajaemen*", artikel dimuat dijurnal ekonomi medernisasi Vol 6, no 2, juni 2010
- Arifin, Johan, *Sistem Infornasi Manajemen*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015)
- Branta,*Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, (2009)
- Budiyanto, Eko, *Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- Choliq, Abdul, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: PenerbitOmbak, 2014)
- Darussalam A, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis*
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Surat Qs Al-Baqarah:30) Zainarti, "Manajemen Islam
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Surat Qs As Sajadah Ayat 5), (Surabaya: Agung Karya, 2015)
- Echols, John M dan ShadilyHasan, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Elhany, Hemlan, M.Ag, *Diktat Ilmu Dakwah STAIN*, 2010
- Gymnastiar, Abdullah, *Meraih Bening Hati Dengan Manajemen Qolbu*, (Jakarta: GemaInsani Press, 2002)

- Hasibuan, Malayu S.P., *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, Cet. 8, 2009),
- Hasnan, S Ahmad., (2006), "*Mengenal Proses Deep Drawing*". Jakarta
- Herujito, Yayat M, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2001)
- Janwari, Yadi, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat* (Sebuah Pengenalan). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- JhonM. Ivancevich, Robert Konopaske, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, (Mc Graw Hill: Erlangga, 2006)
- Kale, H. dan Shrivastava S., *The Enneagram System for Enhancing Workplace*
- Keating, Charles J, *Kepemimpinan Teori dan Pengembangannya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995)
- Keating, Charles J, *Kepemimpinan Teori dan Pengembangannya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995)
- Leo Agung, Manggala Yogatama dan Nilam, Widyarini, "*Kajian Spiritualitas di Tempat Kerja pada Konteks Organisasi Bisnis*", artikel dimuat di JURNAL PSIKOLOGI, VOLUME 42, NO. 1 APRIL 2015
- Leo Agung, Manggala Yogatama dan Nilam, Widyarini, "*Kajian Spiritualitas di Tempat Kerja pada Konteks Organisasi Bisnis*", artikel dimuat di JURNAL PSIKOLOGI, VOLUME 42, NO. 1 APRIL 2015
- Mahmuddin, *Manajemen Dakwah Rasulullah*, (Jakarta: RestuIlahi, 2004)
- Manggala Yogatama Agung Leodan Widyarini Nilam, "*Kajian Spiritualitas di Tempat Kerja pada Konteks Organisasi Bisnis*", artikel dimuat di Jurnal Psikolog, Vol.42, 1 April
- Markinuddin, Tri Hadyanto Sasongko, *Analisis Sosial*, (Bandung: Yayasan Akatiga, 2006),
- Moh, Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Kencana ,2009)

- Muhamad Saniman, 25 juni 2020
- Muhtarom, Zaini, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah* (Jakarta: Al- Amin dan IKFA, 1996)
- Munawir EK, Imam, *Asas-Asas Kepemimpinan dalam Islam*, (Surabaya: Usaha Nasional, t.t)
- Munir dan Wahyullahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006)
- Munir, Muhammad, *WahyuIlaihi, Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)
- Munir, Muhammad, *WahyuIlaihi, Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)
- Nawawi, Hadari, *Kepemimpinan Menurut Islam*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993)
- Nawawi, Hadari, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005)
- Nawawi, Hadari, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005)
- P Siagian, Sondang, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1992)
- Panglaykim dan Hazil, *Management Suatu Pengantar*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1977)
- Pulungan, Suyuti, *Universalisme Islam*, (Jakarta: MSA , 2002)
- Purwanti Eneng, “*Manajemen Dakwah dan Aplikasinya Bagi Perkembangan Organisasi Dakwah*”, artikel dimuat di *jurnal Adzikra*, Vol, 1:2 Juli-Desember 2010
- R.Terry, George& W. Rue Leslie (alih bahasa oleh: G.A Tico Alu), *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009)

- Ranupandojo, Heidjrachman, *Dasar – Dasar Manajemen*, (Yogyakarta : UPP-AMP YJPN, 1996)
- Samsudin, Sadili, *Manajemen SumberDaya Manusia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006)
- Shaleh Rasyad, Akhmad, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986)
- Shaleh Rasyad, Akhmad, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986)
- Shaleh, ABD. Rosyad, *Manajemen Da'wah Islam*, Bulan Bintang, Jakarta, 1993
- Shaleh, Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta:Bulan Bintang:1977)
- Siagian, Sondang P, *Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*, (Jakarta: Haji Masa Agung, 1991)
- Simamora, Henry, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi III*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2004),
- Sina Peter Garlans dan Andris Noya, “*Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Pengelolaan Keuangan pribadi*”, artikel dimuat di Jurnal Psikolog, Vol 42,No 1 April 2015
- Siswanto, Bedjo, *Manajemen Modern*, (Bandung: SinarBaru, 1990)
- Sobirin, Achmad, *Manajemen Kinerja:Konsep Dasar Kinerja dan Manajemen Kinerja*, (Jakarta, Universitas Terbuka, 2014)
- Spirituality, Journal of Management Development*, Vol. 22. no. 4, 2003
- Sutardjo, Wiramiharja, *Pengantar Psikologi Klinis*.Bandung: PT. Refika Aditama. 2003
- Sutarto, *Dasar-Dasar Kepemimpinan Administrasi*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1991)

- Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: PT Ciputat Press, 2005)
- Syani, Abdul, *Manajemen Organisasi*, (Jakarta: BinaAksara, 1987)
- T Justin. Sirait, *Anggaran sebagai Alat Bantu bagi Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2005)
- Tarmudzi, Tarsisi, *Mengenal Manajemen Proyek*, (Yogyakarta: Liberti, 1993)
- Tasmara, Toto dalam *RB. Khatib Pahlawan Kayo, Kepemimpinan*
- Tisnawati, Sule Ernie dan Saefullah, Kurniawan, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2005)
- Undang, Ahmad Kamaludin dan Alfian, Muhammad *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: PT.Pustaka Setia, 2010)
- Usman, Husaini, *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*, Edisi kedua, (Jakarta: PT BumiAksara, 2008)
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: PustakaBaru Press, 2014
- Wawancara dengan Fia, Konsumen Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 27 Juni 2020
- Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 20 juni 2020
- Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 26 juni 2020
- Wawancara dengan ibu Sutira, Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 27 juni 2020
- Wawancara dengan Marwati, karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 25 juni 2020
- Wawancara dengan Narisa, Konsumen Kedai Ayam Penyet Ka'Su, 27 Juni 2020
- Wawancara pada tahap pra lapangan dengan Ibu Sutira, selaku manajer Kedai Ayam Penyet Ka' Su Malaysia, rabu maret 2020.
- Wawancara dengan karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su
- WijayantiIriene, Diana Sari, *Manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendekia Press, 2008)

Winardi, J.B, *Motivasi dan Pemasivasiian dalam Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002)

Zainarti, “*Manajemen Islam Perspektif Al Qur'an*”, artikel dimuat di Jurnal Iqra Volume 08 No 1 Mei 2014



**KEDAI AYAM PENYET KA' SU DIK AYU
ENTERPRISE MALAYSIA**

**Jln, Cempaka Biru, Kajang Selangor, Malaysia
Tlp(+601163121414)**

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IBU SUTIRA (KA' SU)

NIK :

Jabatan : Manager Kedai Ayam Penyet Ka' Su
Jln,Cempaka Biru, Kajang Selangor, Malaysia
Tlp(+601163121414)

Dengan ini menerangkan Bahwa :

Nama : MUHAMMAD HIDAYAT

NIM : 161220174

Fakultas/Jurusan : Dakwah

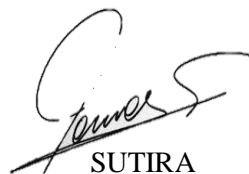
Program studi : Manajemen Dakwah Strata Satu (S.1)

Universitas : Insitut PTIQ Jakarta

Telah melaksanakan penelitian di Kedai Ayam Penyet Ka' Su untuk Penyusunan Skripsi yang berjudul ***Implementasi Manajemen Dakwah dalam Menanamkan Nilai-Nilai Spiritual Terhadap Karyawan Kedai Ayam Penyet Ka' Su.***

Dengan demikian Surat keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Manager Kedai Ayam Penyet Ka'Su



SUTIRA







