

**BUDAYA ORGANISASI DI ANGKATAN MUDA MASJID DAN
MUSHOLLA (AMM) KOTAGEDE YOGYAKARTA
(Studi Kasus di Depot Iqro' AMM)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
dalam Ilmu Sosial Islam**

**Oleh:
Deni Tri Wahyunianto
04240024**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deni Tri Wahyunianto
NIM : 04240024
Jurusan : Manajemen Daskwah

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 4 Agustus 2008



Deni Tri Wahyunianto



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

FAKULTAS DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN. 02/DD/PP.00.9/1434/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

BUDAYA ORGANISASI DI ANGKATAN MUDA MASJID DAN MUSHOLLA (AMM) KOTAGEDE YOGYAKARTA (Studi kasus di Depot Iqro' AMM)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :


Nama : Deni Tri Wahyunianto
NIM : 04240024
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 21 Agustus 2008
Nilai Munaqasyah : B+

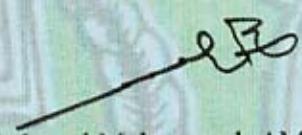
dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH:

Ketua Sidang/Pembimbing I

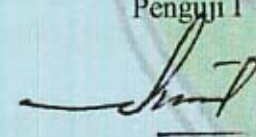
Sekretaris/Pembimbing II

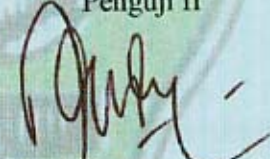

Drs. H. Hasan Baihaqi, AF, M.Pd.
NIP. 150204261


Achmad Muhammad, AM.Ag.
NIP. 150302212

Penguji I

Penguji II


Drs. A. Machfudz Fauzy, M. Pd.
NIP. 150 189 560


H. Andy Dermawan, M.Ag.
NIP. 150 314 243

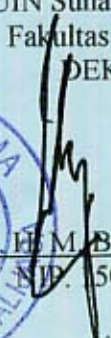
Yogyakarta, 03 September 2008

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

DEKAN




Prof. Dr. H. M. Bahri Ghazali, MA.
NIP. 150220788

Drs. H. Hasan Baihaqi, A.F., M.Pd.
Achmad Muhammad, M.Ag.
Dosen Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : *Skripsi*
Saudara Deni Tri Wahyunianto

Kepada Yth:
Bapak Dekan Fakultas
Dakwah
Di_
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, menurut kami bahwa skripsi saudara:

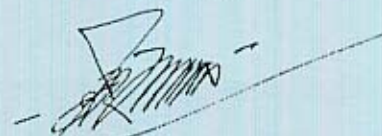
Nama : Deni Tri Wahyunianto
NIM : 04240024
Judul : **Budaya Organisasi di Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta (Studi Kasus di Depot Iqro' AMM)**

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu Sosial Islam pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

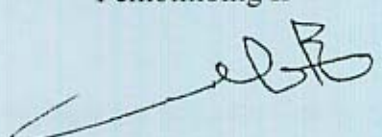
Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasahkan secepatnya. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr-Wb.

Pembimbing I


Drs. H. Hasan Baihaqi, A.F., M.Pd.
NIP. 150 204 261

Yogyakarta, 25 Juli 2008
Pembimbing II


Achmad Muhammad, M.Ag.
NIP. 150 302 212

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA :

- *Ayah dan Ibu yang selalu memberi dorongan baik materiil maupun spirituil kepada saya*
 - *Adik-adikku (Bunga, Atan, Melati)*
- *Jeman-teman M.D yang selalu ada dikala sedih dan senang*
 - *Almamaterq (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*
 - *My best friends (Ran, Ri) yang selalu mensupport saya*

MOTTO

...

“...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”
(Q.S. Al Maidah : 2)

()

“Orang mukmin itu dengan orang mukmin yang lain seperti bangunan yang saling mengokohkan satu sama yang lain.”
(HR. Bukhari)

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam dan segala isinya, karena berkat rakmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan yang berarti. Tidak lupa sholawat serta salam senantiasa penulis sanjungkan kepada jujungan umat Islam nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Maka tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H.M. Amin Abdullah, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA., selaku Dekan Fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dra. Siti Fatimah, M. Pd. dan Achmad Muhammad, M. Ag., selaku ketua jurusan dan sekretaris jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Drs. H. Hasan Baihaqi, M. Pd., selaku pembimbing skripsi penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Dakwah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membimbing penulis selama beberapa tahun ini.
6. Hj. Erweesbe Maimanati, S.H, selaku pimpinan Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta beserta para karyawan yang telah sudi memberikan izin bagi penulis untuk mengadakan penelitian.

Yogyakarta, 30 Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Kajian Pustaka	7
G. Kerangka Teoritik	9
1. Pengertian Budaya Organisasi	9
2. Arti Penting Budaya Organisasi	12
3. Ciri-Ciri Organisasi yang mempunyai Budaya Kuat	15
4. Hakikat Budaya Organisasi	17

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Budaya	
Organisasi	35
H. Metode Penelitian	37
BAB II GAMBARAN UMUM LEMBAGA	42
A. Sejarah Berdiri	42
B. Visi Misi	44
C. Tujuan	44
D. Letak Geografis	45
E. Struktur Organisasi	47
F. Barang Dagangan	55
G. Omset	57
H. Perekrutan Karyawan	57
I. Jam Kerja	62
J. Pendidikan Karyawan	62
K. Gaji	63
L. Sarana	64
BAB III BUDAYA ORGANISASI DI DEPOT IQRO' ANGKATAN	
MUDA MASJID DAN MUSHOLLA KOTAGEDE	
YOGYAKARTA	65
A. Nilai-Nilai di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta	65
B. Keyakinan di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta	71

C. Kebiasaan di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta	74
1. Kebiasaan Pimpinan atau Pemilik di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta..	74
2. Kebiasaan Anggota Kepada Pelanggan di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta	78
3. Kebiasaan Antar Anggota di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta	85
D. Norma-Norma di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta	90

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAK

BUDAYA ORGANISASI DI ANGKATAN MUDA MASJID DAN MUSHOLLA (AMM) KOTAGEDE YOGYAKARTA (Studi Kasus di Depot Iqro' AMM)

Oleh : Deni Tri Wahyunianto

Nim : 04240024

Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid Dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta adalah sebuah organisasi Islam yang bergerak pada bidang penjualan. Disana tersedia perlengkapan atau sarana yang menunjang pendidikan Al Qur'an. Sebagai sebuah organisasi yang salah satu tujuannya adalah mencari keuntungan, maka Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta juga harus mempunyai budaya kerja yang baik khususnya untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. Atas dasar itulah sehingga mendorong penulis untuk mengambil judul ini.

Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk mengetahui budaya organisasi yang ada di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta dan kemudian penulis deskripsikan dalam bentuk skripsi.

Adapun metodologi penelitian dalam penelitian ini adalah penulis menggunakan metodologi penulisan kualitatif, artinya bahwa penulis akan mengumpulkan data-data yang diperlukan kemudian akan penulis deskripsikan dalam serangkaian kalimat. Berhubung model penelitian ini adalah penelitian studi kasus, maka dalam pengumpulan data tersebut penulis akan menggunakan metode pengumpulan data studi kasus baik langsung (wawancara, observasi) maupun tidak langsung (dokumentasi).

Dari hasil penelitian, penulis menemukan bahwa sebagai organisasi Islam, Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta juga mempunyai budaya organisasi yang tidak lepas dari nilai-nilai keIslaman. Ini dapat dilihat dari hubungan antara pimpinan dengan karyawan, hubungan antara anggota dengan pelanggan dan hubungan antar anggota yang harmonis. Serta dapat dilihat dari nilai-nilai, keyakinan yang ditanamkan dan norma yang ada disana yang berdasarkan Islam. Dengan budaya yang demikian terbukti Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta mampu meraih kesuksesan yang gemilang dan mampu bersaing dengan organisasi yang lain.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul “Budaya Organisasi Di Angkatan Muda Masjid Kotagede Yogyakarta.” Agar tidak terjadi salah tafsir atas judul tersebut terlebih dahulu dipaparkan pengertian dan maksud pada penelitian ini.

1. Budaya Organisasi

Menurut M. Sashkin dan K. Kirer dalam Soewarsono Hardjosoedarmo, *Bacaan Terpilih Tentang Total Quality Management*, budaya terdiri dari dua komponen, yaitu “keyakinan (*beliefs*) dan nilai (*values*).”¹ Dalam bahasa Arab budaya sering diistilahkan dengan kata “*ats-tsaqofah, hadlorah, tamaddun*, atau *madaniyyah* yang mengandung arti kebudayaan dan peradaban.”²

Disamping itu pengertian budaya atau kebudayaan adalah “suatu bentuk dari kekuatan-kekuatan sosial yang mempengaruhi nilai, keyakinan, dan tindakan-tindakan dari suatu kumpulan masyarakat.”³

Sementara organisasi adalah “susunan dan aturan di berbagai-bagai bagian (orang dan sebagainya) sehingga merupakan kesatuan yang

¹ Soewarsono Hardjosoedarmo, *Bacaan Terpilih Tentang Total Quality Management Edisi Revisi*, (Jakarta :ANDI, 2004), hal. 92.

² Ahmad Warsun Munawwir, *Kamus Arab Indonesia Al Munawwir*, (Surabaya : Pustaka Progressive, 1997), hal. 152.

³ Robert L. Mathis dan John H. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Terj. Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira Hie, (Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2001), hal. 125.

teratur.”⁴ Selain itu ada yang berpendapat bahwa organisasi adalah “kelompok kerja yang terdiri atas bagian-bagian untuk mencapai tujuan bersama.”⁵

Disamping dua definisi diatas organisasi sering didefinisikan “sebagai suatu sistem perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.”⁶ Disamping itu juga ada yang berpendapat budaya adalah “suatu sistem yang terdiri dari pola aktivitas kerja sama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan.”⁷

Sedangkan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah tentang budaya organisasi. Banyak istilah lain mengenai budaya organisasi, misalnya budaya perusahaan, budaya korporat atau *corporate culture*. Akan tetapi, dari semua istilah tersebut pada intinya sama sebagaimana yang dikemukakan oleh Budi W. Soetjipto yaitu “nilai dan norma yang dianut oleh para individu di dalam organisasi yang mendasari perilaku kerja mereka.”⁸ Disamping itu budaya organisasi sering disebut sebagai budaya korporat adalah “pola yang terdiri atas kepercayaan dan nilai-nilai yang memberi arti bagi anggota suatu organisasi, serta aturan-aturan bagi

⁴ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1976), hal. 688.

⁵ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Edisi Revisi, (Jakarta : Modern English Press, 1991), hal. 1063.

⁶ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hal. 5.

⁷ Indriyo Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita, *Perilaku Keorganisasian*, Edisi Pertama, (Yogyakarta : BPFE, 2000), hal. 1.

⁸ Djoko Santoso Moeljono dan Steve Sudjadmiko, *Corporate Culture (Challenge of Excellence)*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007), hal. 147.

anggota untuk berperilaku di organisasinya.”⁹ Selain itu Mondy mengemukakan bahwa budaya organisasi atau dalam bukunya disebut budaya korporat adalah “sistem nilai-nilai, keyakinan dan kebiasaan bersama dalam organisasi yang berinteraksi dengan struktur formal untuk menghasilkan norma perilaku.”¹⁰

Dari beberapa definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dengan budaya organisasi adalah sistem nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan dan norma atau aturan-aturan bagi anggota organisasi untuk berperilaku di dalam suatu organisasi.

2. Angkatan Muda Masjid Kotagede Yogyakarta

Angkatan Muda Masjid (AMM) Kotagede Yogyakarta adalah sebuah lembaga atau organisasi yang bergerak di bidang keagamaan. Banyak produk yang tercipta atau dibawah naungan AMM Kotagede Yogyakarta. Produk-produk tersebut antara lain Percetakan Iqro', Depot Iqro', Wisma AMM, TPA, TK dan *Play Group*. Dimana masing-masing produk mempunyai manajemen secara terpisah. Namun demikian, mereka dibawah satu naungan yang sama yaitu AMM Kotagede Yogyakarta. Dari sekian banyak produk tersebut yang menjadi fokus penelitian ini adalah Depot Iqro', yaitu salah satu produk dari AMM Kotagede yang bergerak di bidang penjualan. Adapun barang-barang yang dijual disana, meliputi : perlengkapan TPA, kaset Islami, seragam TPA dan lain sebagainya. Dari sinilah akhirnya AMM Kotagede bisa dikenal oleh masyarakat luas.

⁹ Djokosantoso Moeljono, *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2003), hal. 20.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 19.

Dari penjelasan mengenai kata-kata di atas maka yang dimaksud budaya organisasi dalam skripsi ini adalah sistem nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan dan norma atau aturan-aturan yang dianut atau diterapkan di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta yang selanjutnya menjadi pedoman bagi seluruh anggota organisasi tersebut dalam bertingkah laku di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta. Dimana dalam pembahasannya akan penulis batasi dalam hal-hal nilai dalam penggajian serta hal-hal yang mencakup perasaan anggota, keyakinan yang ditanamkan, kebiasaan pemimpin dalam pengambilan keputusan dan berinteraksi dengan karyawan, kebiasaan anggota organisasi dalam melayani pembelian dan cara mempromosikan produknya, kebiasaan anggota organisasi dalam menjaga keharmonisan antar anggota di dalam organisasi, serta macam dan pengamalan norma di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta.

B. Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri bahwa didirikannya organisasi adalah untuk mencapai tujuan baik materiil maupun sosial. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, sebuah organisasi harus mempunyai budaya kerja yang sering disebut dengan istilah budaya organisasi. Dengan adanya budaya organisasi tersebut maka karyawan akan mampu berfikir analitik, dialektik, holistik dan kreatif,

dan mampu menyesuaikan diri dengan segala perubahan lingkungan baik struktural maupun material.¹¹

Fenomena membuktikan bahwa hanya organisasi yang memiliki budaya organisasi yang kuat yang akan mampu bersaing dan bertahan hidup di dunia bisnis, karena dengan budaya yang kuat maka seluruh karyawan mempunyai persepsi yang sama dalam mencapai tujuan. Dengan adanya persepsi yang sama tersebut, maka seorang pimpinan baru dapat menentukan struktur organisasi, strategi, kebijakan, dan program kerja yang selanjutnya menentukan *budget*, pelaksanaan, evaluasi, kontrol dan umpan balik untuk menyempurnakan visi, misi dan strategi organisasi. Selain itu dengan adanya budaya organisasi maka karyawan dalam menjalankan tugasnya akan merasa semangat karena mereka tidak merasa diperintah tetapi karena kesepakatan bersama sehingga mereka akan semakin mantap bekerja di organisasi itu dan mereka tidak akan mempunyai niat untuk pindah kerja karena mereka sudah merasa nyaman yang pada akhirnya mereka akan meningkatkan kinerjanya. Jika sebuah organisasi dapat menciptakan hal tersebut, maka dapat dipastikan organisasi tersebut akan mencapai kesuksesan. Hal ini dikarenakan budaya organisasi merupakan ideologi atau pedoman hidup suatu organisasi.¹²

Sebagai organisasi yang bergerak di bidang keagamaan, Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta juga menerapkan budaya organisasi tersebut. Ini dibuktikan dengan majunya produk-produk mereka terutama dalam penjualan buku Iqro' dimana hasilnya dapat dinikmati oleh

¹¹ Darsono, *Budaya Organisasi; Kajian Tentang Organisasi, Media, Budaya, Ekonomi, Sosial dan Praktek*, (Jakarta : Diadit Media, 2006), hal. 174.

¹²*Ibid.*, hal 171.

umat muslim di seluruh Indonesia bahkan pemasarannya sudah menembus pasar internasional. Selain itu alasan daripada penulis memilih Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta sebagai obyek penelitian adalah karena metode promosi yang dilakukan Depot Iqro' tersebut berbeda dengan organisasi lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Atas jasa mereka masyarakat Islam dapat menjadi masyarakat yang agamis dan cerdas.

Atas dasar itulah penulis tertarik mengadakan penelitian tentang budaya organisasi di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena penulis ingin mengetahui budaya organisasi yang diterapkan di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta sehingga bisa meraih kesuksesan yang gemilang khususnya dalam bidang keagamaan.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana budaya organisasi yang mencakup nilai, keyakinan, kebiasaan dan norma di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Dari Latar belakang masalah tersebut maka penulis ingin mendeskripsikan dan menjelaskan tentang budaya organisasi di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta berdasarkan hasil

penelitian di sana dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang ada.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini dapat memberikan penegasan akan arti pentingnya budaya organisasi, khususnya bagi para karyawan Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta dan pembaca pada umumnya.

Disamping berguna untuk pembaca dan karyawan di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta, penelitian ini juga diharapkan bisa dipakai sebagai bahan pertimbangan pada jurusan manajemen Dakwah, agar Manajemen Dakwah bisa menerapkan budaya organisasi yang kuat sehingga tercipta jurusan yang berkualitas dan mampu bersaing.

F. Kajian Pustaka

Sebagai pemikiran dasar penelitian skripsi ini, penulis melihat dan melakukan penelitian awal terhadap penelitian terdahulu baik yang berhubungan dengan judul skripsi ini maupun yang berhubungan dengan tempat penelitian skripsi ini.

Pertama penelitian dalam bentuk disertasi yang dilakukan oleh Djokosantoso Moeljono di Bank Rakyat Indonesia. Adapun kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa semua faktor budaya korporat yang terdiri

dari integritas, profesionalisme, keteladanan dan penghargaan pada sumber daya manusia (SDM) secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap produktivitas pelayanan nasabah. Dengan rincian faktor integritas dan penghargaan pada SDM berpengaruh dominan terhadap keselarasan dengan nasabah dan pelayanan mutu, jasa dan proses. Sedangkan faktor integritas, profesionalisme, dan penghargaan pada SDM berpengaruh dominan terhadap kemampuan menangani masalah nasabah, kepuasan nasabah dan karyawan yang bermutu dan mampu diberdayakan.¹³

Kedua penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Kurniatun Khasanah dengan judul “Motif dan Peran Dakwah Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) terhadap santri TQA Selokraman, Kotagede, Yogyakarta”. Dengan kesimpulan bahwa materi yang disampaikan di AMM Kotagede kepada santri TQA (Ta’limul Qur’an Lil Aulad) meliputi materi pokok dan materi penunjang. Adapun media dakwah yang digunakan, yaitu berupa buku modul sebagai buku pokok dan media tambahannya berupa buku fasih dan buku tajwid praktis. Sedangkan pengaruh dakwah AMM kepada santri TQA yaitu santri dapat menghafal Q.S. Al Fajr dan Q.S. Al Qhosyiyah, santri mengenal ilmu tajwid, mengenal bahasa arab, mengerti sholat-sholat sunah dan santri dapat menyalin ayat-ayat Al Qur’an pilihan¹⁴

Ketiga penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Sugeng Wahyudi dengan judul “Pengaruh kepemimpinan dan Kedisiplinan terhadap

¹³ Djokosantoso Moeljono, *Op.Cit.*, hal. 102

¹⁴ Kurniatun Khasanah, *Motif dan Peran Dakwah Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) terhadap santri TQA Selokraman, Kotagede Yogyakarta*, *Skripsi*, (Yogyakarta : UIN SUKA, 2007), hal. 86.

Produktivitas Kerja Karyawan Percetakan Iqro' Kotagede” memperoleh hasil uji hipotesis yaitu adanya pengaruh kepemimpinan terhadap produktivitas kerja karyawan, adanya pengaruh secara parsial kedisiplinan terhadap produktivitas kerja karyawan dan adanya pengaruh secara bersama-sama kepemimpinan dan kedisiplinan terhadap produktivitas kerja di Percetakan Kotagede yang dikelola oleh Yayasan Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede, Yogyakarta.¹⁵

Adapun skripsi ini, memfokuskan pada wilayah penelitian yang hendak mendeskripsikan tentang budaya organisasi yang mencakup nilai, keyakinan, kebiasaan dan norma di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa penelitian ini belum pernah dikaji sebelumnya.

G. Kerangka teoritik

1. Pengertian Budaya Organisasi

Pada dasarnya kata budaya organisasi berasal dari dua kata, yaitu budaya dan organisasi.

a. Budaya

Menurut M. Sashkin dan K. Kirer dalam Soewarsono Hardjosoedarmo, Bacaan Terpilih Tentang Total Quality Management, budaya terdiri dari dua komponen, yaitu “ keyakinan

¹⁵ Sugeng Wahyudi, “Pengaruh Kepemimpinan dan Kedisiplinan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Percetakan Kotagede”, *Skripsi* (Yogyakarta STIE SBI, 2006), hal. 63-64.

(*beliefs*) dan nilai (*values*).”¹⁶ Disamping itu E.B. Taylor memberikan pengertian budaya yaitu suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat dan kemampuan yang lain serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat.¹⁷

Menurut Koentjaraningrat bahwa kebudayaan dibagi menjadi tiga golongan, antara lain :¹⁸

- 1) Wujud dari suatu kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, dan peraturan.

Wujud dari kebudayaan ini adalah abstrak, tidak dapat diraba dan tidak dapat dipegang ataupun difoto, dan tempatnya ada di alam pikiran manusia. Wujud kebudayaan ini berfungsi untuk mengatur, mengendalikan dan memberikan arah kepada tindakan, kelakuan dan perbuatan manusia sebagai sopan santun.

- 2) Wujud budaya sebagai suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat.

Wujud ini disebut sistem sosial, karena menyangkut tindakan dan kelakuan berpola dari manusia itu sendiri. Sehingga kebudayaan ini bersifat kongkrit. Jadi wujud ini dapat dipegang, dapat difoto dan didokumentasikan. Kebudayaan ini dapat dilihat dari bahasa dan perilaku manusia dalam berinteraksi.

¹⁶ Djokosantoso Moeljono, *Op.Cit.*, hal. 19.

¹⁷ Elly M. Setiadi dkk, *Ilmu Sosial dan Budaya dasar , Edisi Kedua*, (Jakarta : Kencana, 2007), hal. 28.

¹⁸ *Ibid.*, hal. 28-29.

3) Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Wujud kebudayaan ini disebut juga kebudayaan fisik. Sehingga kebudayaan ini yang paling kongkrit dalam bentuk materi, misalnya candi, kain dan lain sebagainya.

Sedangkan jika dicocokkan dengan manusia tipe budaya ada empat, yaitu :¹⁹

- a) Budaya Jaringan, ciri dari budaya ini adalah tinggi pada sosiabilitas dan rendah pada solidaritas.
- b) Budaya Upahan, ciri dari budaya ini adalah rendah pada sosiabilitas tetapi tinggi pada solidaritas.
- c) Budaya Fragmen, ciri dari budaya ini adalah rendah pada kedua-duanya baik sosiabilitas maupun solidaritas.
- d) Budaya Komunal, ciri budaya ini adalah tinggi pada kedua-duanya baik sosiabilitas maupun solidaritas.

b. Organisasi

Organisasi adalah kelompok kerja yang terdiri atas bagian-bagian untuk mencapai tujuan bersama.²⁰ Selain itu organisasi juga diartikan sebagai susunan dan aturan di berbagai-bagai bagian (orang dan sebagainya) sehingga merupakan kesatuan yang teratur.²¹ Dari

¹⁹ Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi, jilid 2, Penerjemah Tim Indeks* (Jakarta :Indeks, 2003)

²⁰ Peter Salim dan Yenny Salim, *Op. Cit.*, hal. 1063

²¹ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1976), hal. 688.

pengertian tersebut jelas bahwa sebuah organisasi didirikan adalah untuk mencapai tujuan bersama bagi para anggotanya.

Adapun tujuan organisasi dibedakan menjadi dua yaitu didasarkan pada jenis organisasinya. Di dunia ini dikenal ada dua jenis organisasi, yaitu organisasi perusahaan yang bertujuan mendapatkan laba dengan prinsip kegiatannya ekonomis rasional dan organisasi sosial yang bertujuan memberikan pelayanan dengan prinsip kegiatannya yaitu pengabdian.²² Sebagai manusia harus bisa menentukan apakah organisasi yang akan didirikan sehingga dapat menentukan tujuan daripada organisasi tersebut. Apakah organisasi perusahaan atau organisasi sosial atautkah kedua-duanya.

Sedangkan budaya organisasi atau budaya korporat sesuai dengan yang dikemukakan Mondy adalah “sistem nilai-nilai, keyakinan dan kebiasaan dalam organisasi yang berinteraksi dengan struktur formal untuk menghasilkan norma perilaku.”²³ Dimana tujuan daripada adanya budaya organisasi adalah untuk mencapai tujuan sebuah organisasi.

2. Arti Penting Budaya Organisasi

Sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa budaya organisasi sangat penting dalam sebuah organisasi, karena menurut Raelin dengan budaya organisasi tersebut akan tercipta suasana kerja yang

²² Malayu S.P. Hasibuan, *Op. Cit.*, hal. 6.

²³ Djokosantoso Moeljono, *Op.Cit.*, hal. 19.

menyenangkan.²⁴ Oleh karena itu, seluruh anggota organisasi akan semangat dalam bekerja, karena mereka bekerja bukan atas dasar paksaan dari pihak manapun, melainkan mereka bekerja atas dasar kesadaran dan kerelaan hati. Dengan demikian mereka akan semakin meningkatkan semangat kerjanya. Seperti yang diungkapkan Block ;²⁵

“there is increasing evidence that firms with effective corporate cultures caim to have increased productivity, increased employees sense of ownership and increased profit” (Semakin jelas terbukti bahwa hanya organisasi-organisasi dengan budaya korporat yang efektif yang dapat menciptakan peningkatan produktivitas, meningkatkan rasa ikut memiliki dari karyawan, dan (pada akhirnya) meningkatkan keuntungan organisasi....)

Ungkapan tersebut sangat sesuai, karena dengan adanya budaya organisasi anggota organisasi tidak merasa dipaksa dalam bekerja. Sehingga dengan budaya organisasi mereka akan merasa nyaman dan tidak mempunyai niat untuk berpindah dari organisasi tersebut ke organisasi lain yang pada akhirnya organisasi tersebut tidak ditinggalkan oleh karyawan atau anggota-anggota yang berkualitas, sehingga tujuan organisasi tersebut dapat terwujud.

Adapun arti penting budaya dalam sebuah organisasi antara lain:²⁶

- a. Budaya sebagai pembeda antara kita dengan mereka
- b. Budaya sebagai pembentuk identitas diri
- c. Budaya sebagai perekat dan
- d. Budaya sebagai alat kontrol.

²⁴ Ibid., hal. 25.

²⁵ Ibid., hal. 10

²⁶ Achmad Sobirin, *Budaya Organisasi ; Pengertian, Makna dan Aplikasinya Dalam Organisasi*, (Yogyakarta : UPP STIM YKPN Ikut Mencerdaskan Bangsa, 2007), hal. 248-255.

Dengan melihat arti penting budaya dalam sebuah organisasi tersebut, maka sebagai seorang pelaku bisnis harus dapat mempertahankan agar budaya organisasi tersebut tetap hidup, sehingga kesuksesan organisasi tetap terjaga.

Adapun cara menjaga agar budaya dalam organisasi dapat tetap hidup adalah dengan :²⁷

a. Praktik Seleksi

Adapun tujuan daripada praktik seleksi adalah untuk memperoleh individu-individu yang berkualitas untuk melakukan pekerjaan dengan sukses di dalam organisasi.

b. Manajemen puncak

Tindakan manajemen puncak jua sangat mempengaruhi pada budaya organisasi. Dalam hal ini menyangkut tentang apa dan bagaimana catra manajer puncak dalam menerapkan peraturan kepada bawahannya. Selain itu apakah seorang manajer menghargai hasil kerja karyawan.

c. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses penyesuaian diri karyawan baru kepada segala sesuatu yang ada pada organisasi tersebut. Dengan sosialisasi yang tepat maka karyawan baru akan mudah mengerti dan memahami tentang organisasi tersebut.

Adapun proses sosialisasi ada tiga tahap, yaitu :

²⁷ Stephen P. Robbins, *Op. Cit.*, .hal. 315.

- 1) Prakedatangan, suatu pembelajaran yang terjadi sebelum seorang anggota baru memasuki suatu organisasi.
- 2) Perjumpaan, dalam tahap ini karyawan baru akan mengetahui bagaimana organisasi yang baru dimasukinya.
- 3) Metamorfosis, dalam tahap ini karyawan baru akan bisa mengalami perubahan dimana mereka akan menguasai dan mengerti serta bisa melakukan segala pekerjaan yang diembannya, sehingga bisa menyatu dengan organisasi.

3. Ciri-Ciri Organisasi yang Mempunyai Budaya Kuat

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa hanya organisasi yang mempunyai budaya yang kuat yang akan mampu bertahan hidup, karena organisasi yang memiliki budaya yang kuat akan menghasilkan kinerja yang baik.

Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Hofstede bahwa “secara umum bahwa organisasi-organisasi yang sukses mempunyai budaya yang kuat sekaligus khas, termasuk mitos-mitos yang memperkuat sub-budaya organisasi. Organisasi yang gagal mempunyai sub-sub-budaya kerja yang berlainan satu sama lain, atau, jika tidak, mempunyai budaya masa lalu yang membuat organisasi terhalangi dalam melakukan adaptasi terhadap lingkungan yang berubah.”²⁸

Adapun ciri-ciri organisasi yang memiliki budaya yang kuat, antara lain :²⁹

- a. Memiliki tujuan yang jelas
- b. Karyawan memiliki motivasi tinggi, loyal, kerja keras, karena mereka merasa senang bekerja

²⁸ Djokosantoso Moeljono, *Op.Cit.*, hal. 29.

²⁹ Darsono, *Op.Cit.*, hal 175.

- c. Struktur dan kontrol yang luwes
- d. Karyawan yang memiliki kesadaran yang tinggi tentang kelangsungan hidup organisasi atau organisasi.

Menurut Jusi budaya yang kuat di dukung oleh beberapa faktor, yaitu *Leadership, sense of direction, climate, positive teamwork, value add systems, enabling structure, appropriate competences. And developed individual*³⁰. Namun demikian, yang paling menonjol adalah faktor *leadership* atau kepemimpinan. Dalam arti bahwa komitmen, kesungguhan tekad dari pemimpin terutama pimpinan puncak suatu organisasi merupakan faktor utama dan sangat mendukung terlaksananya budaya di sebuah organisasi. Dengan demikian sebuah organisasi harus bisa menentukan pemimpin yang handal, karena maju mundurnya sebuah organisasi tergantung pemimpinnya. Jika pemimpin berkualitas maka organisasi akan maju, sebaliknya jika pemimpin kurang berkualitas maka organisasi akan statis bahkan mengalami kemunduran.

Untuk mendapatkan pemimpin yang berkualitas dan ideal maka sebagai umat Islam harus bisa menentukan pemimpin yang bisa meneladani Rasulullah SAW. Seperti yang telah diketahui bahwa Rasulullah adalah seorang pemimpin yang handal. Ini disebabkan karena beliau mempunyai sifat-sifat, antara lain : *sidiq, amanah, tabliq, fathonah*.

³⁰ Djokosantoso Moeljono, *Op. Cit.*, hal. 27.

4. Hakikat Budaya Organisasi

Sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa menurut Mondy mengemukakan budaya organisasi atau budaya korporat adalah “sistem nilai-nilai, keyakinan dan kebiasaan dalam organisasi yang berinteraksi dengan struktur formal untuk menghasilkan norma perilaku.”³¹ Serta dari definisi yang lain, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hakikat budaya organisasi adalah meliputi nilai, keyakinan, kebiasaan dan norma-norma.

a. Nilai

Nilai yang dibangun yaitu konsep mengenai apa yang hidup dalam pikiran sebagian warga suatu masyarakat mengenai apa yang mereka anggap bernilai, berharga dan penting dalam hidupnya.³² Nilai juga sering difalsafahkan sebagai denyut jantung dalam sebuah organisasi. Oleh karena itu nilai sangat terkait dengan pola pikir yang hidup dalam sebuah organisasi, sehingga erat pula kaitannya dengan kebudayaan itu sendiri. Nilai yang ditanamkan dan dianut organisasi pada segenap anggotanya hampir tidak dapat kita temukan secara tertulis. Biasanya nilai-nilai yang dibangun merupakan sesuatu yang abstrak atau tersirat. Untuk melihat nilai yang dianut ini bekerja maka yang perlu diamati adalah segenap aktivitas yang dilakukan oleh organisasi. Pola tindakan yang disusun dan dijalankan dalam operasional merupakan cerminan nyata nilai seperti apa yang dianut

³¹ *Ibid.*, hal. 20.

³² Koentjoroningrat, *Pengantar Ilmu Anthropologi*, Cetakan kedua, (Jakarta : Aksara Baru, 1980), hal. 204.

oleh organisasi tersebut. Nilai merupakan pondasi bagi keberlangsungan organisasi. Organisasi-organisasi yang berhasil selalu menekankan pada pentingnya nilai yang dianut untuk dilaksanakan.

Nilai yang dibangun oleh sebuah organisasi merupakan filosofi yang dianut. Sehingga nilai merupakan hal yang paling mendasar. Seorang pimpinan harus bisa menjadi teladan yang bisa menjadi penutan karyawannya. Perlu diketahui bahwa membangun nilai tidak segampang seperti yang kita bayangkan. Membutuhkan waktu yang sangat panjang bahkan sampai bertahun-tahun.

Disamping itu agar nilai yang dianut oleh organisasi dapat bertahan maka organisasi perlu melihat keluar dengan mencoba menginventarisir bagaimana karakter konsumen yang mengkonsumsi hasil produksinya, karena konsumen merupakan faktor penentu dalam keberhasilan nilai yang dijalankan.³³ Nilai yang dianut akan berjalan dengan optimal tidak hanya sekedar sesuai dan dianut oleh lembaga yang bersangkutan namun juga disesuaikan dengan kepentingan konsumen. Berarti bagaimana membangun nilai berdasarkan dengan pelayanan dan kepuasan konsumen atas organisasi. Nilai-nilai yang dianut ini akan tetap konsisten disetiap situasi sehingga nilai memang sulit untuk diubah. Nilai berkaitan apa yang benar dan apa yang salah.

³³ Aswad Ishak dan Faiz Ayaullah, *Komunikasi dan Organisasi*, (Yogyakarta: Unit Penerbitan Fakultas UMY, 2003), hal. 52.

Menurut Mary Jo Hotch nilai adalah prinsip, tujuan atau standar sosial yang dipertahankan oleh seseorang atau sekelompok orang (masyarakat) karena secara intrinsik mengandung makna.³⁴ Sedangkan menurut Milton Rokeach value atau nilai adalah keyakinan abadi (*Enduring Belief*) yang dipilih oleh seseorang atau sekelompok orang sebagai dasar untuk melakukan suatu kegiatan tertentu (*Mode Of Conduct*) atau sebagai tujuan akhir tindakannya (*End State Of Eksistensi*).³⁵

Rokeach membagi nilai menjadi 2 yaitu : “*Terminal Values* dan *Instrumental Values*”. Konsep ini sering juga disebut personal atau *individual values*.³⁶ Adapun yang termasuk dalam personal atau *individual values* misalnya *self-dicipline, self-control*, kesalehan dan kebaikan hati seseorang.

Contoh *self disiplin* misalnya tepat waktu, sesuatu disiplin didorong oleh kesadaran dan kesediaan dan bukan oleh rasa takut atau paksaan dari luar. Nilai ini menghadirkan dirinya melalui gerak tepat waktu, gerak tepat waktu itu bergerak dalam bentuk daftar presensi atau mesin waktu.

Selain itu dalam buku lain disebutkan bahwa nilai dibagi menjadi dua yaitu :³⁷

³⁴ Achmad Sobirin, *Op.Cit.*, hal. 166.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 166.

1) Nilai Obyektif

Nilai bisa dikatakan obyektif jika penilaian terhadap sesuatu berdasarkan pada objek yang diteliti bukan berdasarkan penilaian masing-masing peneliti. Sehingga biasanya para peneliti akan memperoleh penilaian yang relatif sama atas suatu objek. Misalnya si A mengatakan bahwa taman itu indah, begitu juga si B, dia juga akan mengatakan hal yang sama, jikalau beda hanya kadar keindahan dari taman itu.

2) Nilai Subjektif

Nilai menjadi subjektif jika subjek atau orang yang meneliti sangat berperan dalam segala hal. Sehingga dalam penilaian ini peneliti akan memperoleh nilai yang berbeda-beda bergantung daripada persepsi masing-masing peneliti. Misalnya si A mengatakan bahwa taman itu indah, tetapi ini tidak berlaku buat si B. Dalam hal ini si B justru mengatakan yang berbeda bahkan bertentangan.

Menurut C.Kluchohn bahwa yang menentukan orientasi nilai budaya manusia adalah lima dasar yang bersifat universal, antara lain:³⁸

- 1) Hakikat hidup manusia (MH)
- 2) Hakikat karya manusia (MK)
- 3) Hakikat waktu manusia (MW)

³⁸ Elly M. Setiadi *dkk*, *Op. Cit.*, hal. 31.

- 4) Hakikat alam manusia (MA)
- 5) Hakikat hubungan antarmanusia (MM)

Oleh karena itu, pernyataan *mengenai* hakikat nilai dapat dijawab dengan tiga cara, antara lain :³⁹

- 1) Nilai sepenuhnya bersifat subjektif yang sering disebut dengan subjektivitas. Nilai ini merupakan reaksi-reaksi yang diberikan oleh subjek atau orang yang mengatakan.
- 2) Nilai tersebut merupakan esensi logis dan dapat diketahui melalui akal, yang ering disebut dengan objektivitas logik.
- 3) Nilai merupakan unsur-unsur objektif yang menyusun kenyataan, yang sering disebut dengan istilah objektivitas metafisik.

Banyak sekali disiplin ilmu yang *mendefinisikan* konsep nilai yang berbeda- beda. Namun demikian, esensi dari nilai sesungguhnya sama. Menurut Schwartz dan Bilki nilai adalah sebuah konsep atau keyakinan, tentang tujuan akhir atau perilaku yang patut dicapai, yang bersifat *transendental* untuk situasi tertentu, menjadi pedoman untuk menilai atau mengevaluasi perilaku atau sebuah kejadian dan tersusun sesuai dengan arti pentingnya.⁴⁰

Nilai merupakan komponen budaya organisasi yang bersifat abstrak, karena nilai adalah sesuatu yang tidak tampak atau tidak mudah dipahami oleh orang-orang di organisasi, kecuali jika orang-orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan anggota

³⁹ Louis O. Kattsoff, Pengantar Fisafat, Penerjemah Soejono Soemargono (Yogyakarta : Tiara Wacana Yogya, 1992), hal. 331.

⁴⁰ Elly M. Setiadi *dkk*, *Op. Cit.*, hal. 167

organisasi atau organisasi tersebut mengkomunikasikannya kepada pihak luar misalnya dalam bentuk pernyataan misi organisasi. Meskipun sulit nilai tetap bisa dipahami oleh orang dalam organisasi. Dengan memahami nilai setiap anggota organisasi maka orang akan memperoleh jawaban mengapa orang tersebut melakukan apa yang mereka atau anggota lain lakukan.

b. Keyakinan

Di dalam sebuah masyarakat pasti akan ada sesuatu yang dipercaya oleh seluruh anggota masyarakat yang pada akhirnya itu akan menjadi kepercayaan umum yang dianut oleh seluruh anggota masyarakat. Begitu juga di dalam sebuah organisasi, keyakinan ini sangat diperlukan. Dengan keyakinan ini maka seluruh anggota organisasi yang terdiri dari beberapa karakter yang berbeda akan dapat dipersatukan persepsinya. Jika persepsi setiap anggota masyarakat dapat dipersatukan satu sama lain karena kepercayaan tersebut, maka dapat dipastikan organisasi tersebut akan cepat berkembang. Hal itulah yang sering disebut dengan keyakinan, yaitu kepercayaan yang sungguh-sungguh.⁴¹

Keyakinan sangat mutlak ada di dalam sebuah organisasi, selain untuk menyatukan persepsi setiap anggota masyarakat, keyakinan juga bisa digunakan sebagai kekuatan di dalam upaya untuk

⁴¹ W.J.S. Poerwadarminta, *Op.Cit.*, hal. 1153.

mencapai tujuan bersama. Dengan keyakinan itu pula ikatan seluruh anggota organisasi akan harmonis dan akan bisa bersatu.

Keyakinan ini akan muncul jika setiap anggota organisasi merasakan bahwa mereka adalah satu kesatuan dan senasib seperjuangan untuk bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan bersama yang pada akhirnya akan menikmati seluruh hasil kerja mereka sendiri.

c. Kebiasaan

Kebiasaan yang muncul dalam sebuah organisasi merupakan kebudayaan yang ada dalam organisasi tersebut. Misalnya kebiasaan yang sering dilakukan oleh pimpinan, maupun semua anggota organisasi.

1) Kebiasaan Pemimpin

Kebiasaan yang dilakukan oleh pimpinan misalnya cara pemimpin dalam pengambilan keputusan bersama dan cara merekaberinteraksi dengan karyawan. Di dalam sebuah organisasi pemimpin menduduki jabatan yang paling tinggi. Mereka yang bisa menentukan kemana organisasi tersebut akan dibawa. Oleh karena itu, dalam pemilihan pemimpin harus diperhatikan. Jangan sampai sebuah organisasi salah dalam menentukan pemimpin, karena jika hal itu terjadi dampaknya akan sangat tidak baik untuk kemajuan organisasi itu sendiri. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa seorang pemimpin terutama pemimpin dalam

sebuah organisasi Islam harus mempunyai sifat sebagaimana sifat yang telah dimiliki oleh Rasulullah SAW. Selain itu pemimpin juga harus bisa mengayomi anggotanya di dalam setiap proses kepemimpinan. Dalam hal ini model atau gaya kepemimpinan berperan.

Banyak sekali gaya kepemimpinan yang diterapkan di Indonesia ini. Namun demikian, gaya kepemimpinan yang paling ideal adalah gaya kepemimpinan yang kondisional.⁴²

Gaya kepemimpinan tersebut sangat sesuai diterapkan di sebuah organisasi, mengingat mereka adalah orang-orang yang terdiri dari karakter yang heterogen. Disamping itu mengingat juga bahwa karyawan atau anggota organisasi adalah makhluk sosial yang menjadi kekayaan utama bagi setiap organisasi. Mereka menjadi perencana, pelaksana dan pengendali yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan organisasi. Dikatakan demikian karena unsur-unsur yang lain dalam organisasi seperti mesin, modal, metode kerja dan bahan merupakan benda mati yang adanya mereka tidak akan dapat bergerak tanpa dioperasikan karyawan atau manusia. Disamping itu hanya manusia yang mempunyai akal, daya nalar harkat dan martabat sebagai sebuah organisasi kita harus dapat menjunjung tinggi harkat martabat manusia yaitu dengan cara memanusiakan manusia di tempat

⁴² Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007), hal. 20.

bekerja. Dengan memanusiakan manusia di tempat bekerja berarti manajer atau pimpinan organisasi mutlak perlu mengupayakan agar terwujud perilaku positif di kalangan para bawahannya itu. Dengan perilaku yang positif tersebut, maka akan dapat tercipta karyawan yang berkualitas dan handal. Karyawan menjadi pelaku yang menunjang tercapainya tujuan, mempunyai pikiran, perasaan dan keinginan yang mempengaruhi kinerja mereka.

Melihat kenyataan demikian maka gaya kepemimpinan yang tepat adalah kepemimpinan dalam manajemen kualitas. Dalam gaya ini seorang pemimpin bukan untuk menemukan dan mencatat kegagalan yang dilakukan karyawan serta kemudian menghukum karyawan tersebut, tetapi untuk mengidentifikasi dan kemudian menghilangkan penyebab kegagalan itu serta membantu karyawan tersebut agar mampu mengerjakan pekerjaan secara lebih baik dengan memperhatikan efektivitas (pencapaian tujuan), dan efisiensi (penggunaan biaya) dalam setiap aktivitas yang dilakukan.⁴³

Jika seorang pemimpin bisa memperlakukan karyawan sebagaimana mestinya, maka karyawan akan merasa nyaman bekerja di sebuah organisasi dan pada akhirnya organisasi tersebut akan maju. Sebaliknya jika pemimpin tidak bisa menghargai karyawan maka sebuah organisasi akan ditinggalkan karyawan

⁴³ *Ibid.*, hal. 199.

yang handal dan pada akhirnya mereka akan bergerak lambat bahkan terpuruk.

2) Kebiasaan Anggota Organisasi Kepada Konsumen

Selain kebiasaan pimpinan, kebiasaan anggota organisasi juga harus diperhatikan terutama kebiasaan yang dilakukan anggota organisasi kepada konsumen. Jika mereka bisa menjaga keharmonisan dengan konsumen dan sudah membudaya dengan kuat maka sebuah organisasi akan bisa menguasai pangsa pasar.⁴⁴ Hal ini terjadi karena dengan memiliki budaya yang kuat, seluruh anggota organisasi akan bisa menentukan yang terbaik bagi para konsumen sehingga organisasi tersebut bisa memeberikan kepuasan kepada para konsumen atau pelanggannya. Adapun yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.⁴⁵ Oleh karena itu, setiap anggota organisasi harus diberi pengertian bahwa konsumen konsumen adalah sumber kehidupan sebuah organisasi. Untuk dapat memberikan kepuasan pada karyawan adalah dengan cara memahami budaya konsumen, dengan memahami budaya konsumen tersebut, maka pemasar dapat merencanakan strategi

⁴⁴ Darsono, *Op.Cit.*, hal. 177.

⁴⁵ Richard F. Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan; Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu Seri Panduan Praktis No. 17*, Penerjemah Hesti Widyaningrum, (Jakarta : PPM, 2002), hal. 3.

pemasaran pada penciptaan produk baru, segmentasi dan promosi.⁴⁶

1) Penciptaan produk baru

Dalam budaya tertentu banyak sekali ritual-ritual budaya yang membutuhkan barang-barang yang disajikan sebagai simbol. Misalnya pada saat menjelang lebaran banyak orang akan membutuhkan pernak pernik lebaran seperti pakaian baru, sajadah, kue, ketupat dan lain sebagainya. Sebagai seorang pemasar seharusnya diketahui terlebih dahulu apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen, maka produsen harus menyediakan barang-barang tersebut agar konsumen tidak kesulitan dalam mencari.

2) Segmentasi

Ritual atau kebiasaan yang dijalankan oleh suatu masyarakat bisa merupakan satu segmen pasar tersendiri. Misalnya kebiasaan masyarakat kita mudik saat menjelang lebaran, maka produsen harus bisa menciptakan inovasi-inovasi seperti menciptakan pasar khusus oleh-oleh lebaran.

3) Promosi

Sebagai seorang pemasar yang cerdas, mereka harus bisa mempromosikan produknya dengan semenarik mungkin, karena banyak masyarakat yang mudah terobsesi oleh sesuatu

⁴⁶ *Ibid.*, hal. 349.

yang telah diiklankan. Jika bahasa iklan menarik dan bisa menghipnotis masyarakat, maka sudah dapat dipastikan usaha akan maju.

Disamping harus memahami hal-hal tersebut di atas, pemasar atau produsen juga harus bisa memahami gaya hidup daripada konsumen atau pelanggan. Gaya hidup juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Secara luas gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan tentang dunia sekitarnya. Gaya hidup seseorang berbeda antara orang yang satu dengan orang yang lain. Dari waktu ke waktu gaya hidup akan bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak akan cepat berubah. Gaya hidup bisa merupakan identitas kelompok, maka gaya hidup antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain akan mempunyai ciri-ciri unit tersendiri. Meskipun demikian, gaya hidup akan sangat relevan dengan usaha-usaha pemasar untuk menjual produknya. Dengan perkataan lain, perubahan akan mempunyai dampak yang luas pada berbagai aspek konsumen atau pelanggan.

3) Kebiasaan Anggota

Kebiasaan yang dilakukan oleh anggota terhadap anggota organisasi yang lain juga merupakan budaya yang hidup di sebuah

organisasi. Untuk bisa bersaing dengan organisasi-organisasi pesaing, maka setiap anggota organisasi harus membina keharmonisan diantara anggota. Mengingat bahwa anggota organisasi adalah individu-individu yang terdiri dari karakter yang berbeda-beda, sehingga hal itu akan sangat rawan terjadi konflik.

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam penggalan Q.S. al Hujurat ayat 13 berikut :⁴⁷

Artinya : *Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal...*

Dari ayat tersebut jelaslah bahwa Allah menciptakan manusia berbeda-beda, tetapi perbedaan itu bukan untuk bermusuhan melainkan untuk saling mengenal dan bekerja sama. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut kunci keberhasilannya adalah dengan komunikasi. Komunikasi adalah penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim kepada penerima baik lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi. Dengan komunikasi akan tercipta suasana kerja yang nyaman dan tidak akan terjadi konflik dalam organisasi.

⁴⁷ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hal. 847.

Adapun variabel-variabel yang mempengaruhi frekuensi dan akuritas dari komunikasi, antara lain :⁴⁸

1) Kesempatan untuk berinteraksi

Maksudnya adalah ada tidaknya kesempatan untuk berinteraksi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengatur tempat duduk, mengurangi keributan dan sebagainya.

2) Status

Pola komunikasi dipengaruhi oleh status hubungan. Misalnya cenderung banyak anggota hanya berkomunikasi dengan orang-orang yang sederajat atau lebih tinggi derajatnya. Hal ini disebabkan gengsi masing-masing karyawan. Mereka akan lebih rendah derajatnya jika harus berkomunikasi dengan karyawan yang lebih rendah jabatannya maupun derajatnya.

3) Kepaduan

Dengan semakin meningkatkan kepaduan, para karyawan mengembangkan interaksi antar pribadi yang semakin kuat dan mereka merasakan komunikasi lebih memuaskan dan menyenangkan. Selain itu dengan semakin bebasnya komunikasi, interaksi antar pribadi semakin meningkat, maka mereka menjadi lebih kompak. Jadi hubungan antara kepaduan dengan komunikasi mempunyai

⁴⁸ Indriyo Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita, *Perilaku Keorganisasian*, Edisi Revisi, (Yogyakarta : BPFE, 2000), hal. 204.

pengaruh dua arah, dimana kepaduan meningkatkan komunikasi, dan komunikasi mengarah pada peningkatan kepaduan atau kohesivitas

Dalam organisasi dikenal ada beberapa macam komunikasi, antara lain :⁴⁹

1) Komunikasi dari atas ke bawah

Komunikasi dari atas ke bawah artinya komunikasi ini dilakukan dari pimpinan ke bawahan. Adapun bentuk-bentuk daripada komunikasi ini seperti prosedur organisasi, instruksi bagaimana melakukan tugas, umpan balik terhadap prestasi bawahan dan lain sebagainya.

2) Komunikasi dari bawah ke atas

Menurut Ruben komunikasi jenis ini berguna untuk memberikan input dalam proses pengambilan keputusan organisasi, memberikan pertimbangan apa yang diperlukan oleh bawahan untuk dapat menyelesaikan tugas secara optimal, memberikan pertimbangan kepada pimpinan tentang langkah tepat yang dapat ditempuh dalam menangani persoalan dan keluhan.⁵⁰ Ini dilakukan dari bawahan kepada atasan misalnya dalam bentuk laporan, kotak saran dan lain sebagainya.

⁴⁹ *Ibid*, hal. 212-213.

⁵⁰ Aswad Ishak dan Faiz Ayauallah, *Op.Cit.*, hal. 35.

3) Komunikasi horizontal

Komunikasi ini dilakukan oleh karyawan atau orang yang menduduki jabatan sederajat. Misalnya komunikasi antara manajer pemasaran dengan manajer keuangan. Komunikasi ini berguna untuk memperlancar aktivitas organisasi dalam melaksanakan koordinasi perencanaan dan pelaksanaan tugas-tugas yang harus diselesaikan, menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi bersama, memfasilitasi tercapainya pemahaman bersama atas perbedaan yang muncul, menyelesaikan perbedaan-perbedaan yang terjadi dalam organisasi, memberikan dukungan dalam hubungan kerja yang produktif.⁵¹

4) Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal merupakan aliran komunikasi dari orang-orang yang memiliki hirarkhi yang berbeda dan tidak mempunyai hubungan wewenang secara langsung. Misalnya komunikasi manajer bagian pemasaran dengan karyawan bagian produksi

d. Norma-norma

Untuk menciptakan suasana yang penuh disiplin dan penuh tanggung jawab diperlukan sebuah peraturan yang sering disebut dengan istilah norma atau aturan, yaitu cara (ketentuan, patokan,

⁵¹ *Ibid*, hal. 37-38.

petunjuk, perintah dan sebagainya) yang telah ditetapkan supaya diturut.⁵²

Dengan norma tersebut maka seluruh anggota organisasi akan selalu berhati-hati dalam bertingkah laku dalam sebuah organisasi dan mereka akan selalu disiplin dan penuh tanggung jawab dalam menjalankan setiap pekerjaan yang diemban, karena mereka merasa selalu dibatasi dalam bertingkah laku. Konsekuensinya jika mereka melanggar atau tidak mentaati aturan atau norma tersebut, mereka akan mendapatkan sanksi. Sanksi tersebut berdasarkan kadar pelanggaran yang dilakukan oleh anggota. Jika pelanggaran kecil mereka hanya akan mendapatkan sanksi ringan misalnya teguran, tetapi jika pelanggarannya terlalu besar dan tidak dapat ditolerir lagi mereka akan mendapatkan sanksi yang berat misalnya dikeluarkan dari organisasi tempat mereka bekerja. Oleh karena itu, agar anggota organisasi dapat selamat dan bertahan lama, mereka harus bisa selalu mentaati norma yang ada di tempat mereka bekerja, karena pada dasarnya setiap apa yang dipandang baik oleh manusia juga baik bagi Allah SWT. Sebagaimana pepatah mengatakan "*Dimana Bumi Dipijak Disitu Langit Dijunjung*".

Ungkapan tersebut memberikan pelajaran kepada manusia, bahwa manusia selain sebagai makhluk individu juga sebagai makhluk sosial yang harus berinteraksi dengan manusia lain. Untuk berinteraksi,

⁵² W.J.S. Poerwadarminta, *Op.Cit.*, hal. 65.

di setiap tempat pasti akan ada norma yang dipegang dan menjadi pedoman dalam setiap tindak tanduk manusia serta harus ditaati. Tentu saja tempat yang satu dengan tempat yang lain memiliki norma yang berbeda-beda. Oleh karena itu, sebagai manusia yang ingin hidup tenang dan dihargai, manusia harus bisa mengikuti apa yang telah ditentukan oleh suatu masyarakat tersebut meskipun meskipun norma tersebut tidak sesuai dengan hati nurani seseorang, karena terkadang seseorang harus bisa mengalah untuk hal-hal tertentu dan tidak mementingkan ego, karena pada dasarnya apa yang dipandang baik oleh manusia juga baik bagi Allah SWT. Jika seseorang lebih mementingkan ego, mereka tidak akan mungkin bisa hidup di dalam sebuah masyarakat. Hal ini juga diterapkan dalam sebuah organisasi. Jika setiap anggota organisasi bisa mengikuti norma yang ada dan diterapkan dalam organisasi tersebut maka mereka akan selamat dan akan selalu digunakan.

Untuk dapat membedakan kekuatan mengikat dari norma-norma tersebut secara sosial dikenal adanya empat pengertian, antara lain :⁵³

1) Cara (*Usage*)

Norma ini banyak meunjuk pada suatu perbuatan antara individu dengan individu lainnya. Kekuatan norma ini sangat lemah, karena orang yang melanggar hanya akan mendapatkan celaan dari orang lain.

⁵³ Abu Ahmadi dkk, Ilmu Sosial Dasar, (Jakarta : Rineka Cipta, 1990), hal. 50.

2) Kebiasaan (*folk ways*)

Kekuatan norma ini lebih besar dari cara, karena orang yang melanggar norma ini dianggap sebagai orang yang menyimpang dari kebiasaan suatu masyarakat dan perbuatan tersebut dilakukan secara berulang-ulang.

3) Tata Kelakuan (*Mores*)

Tata kelakuan merupakan pencerminan dari sifat-sifat yang hidup dalam kelompok manusia sebagai alat pengawas, alat pemaksa, alat untuk melarang sesuatu terhadap para anggotanya supaya menyesuaikan kelakuannya dengan tata kelakuan yang hidup di suatu tempat.

4) Adat Istiadat

Norma ini adalah norma yang mempunyai kekuatan yang paling besar, karena orang yang melanggar norma ini akan mendapatkan sanksi yang berat.

5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Budaya Organisasi

Budaya organisasi tidak akan muncul begitu saja tanpa adanya sebab. Pembentukan budaya organisasi ini akan memakan waktu yang lama bahkan bertahun-tahun.

Adapun faktor-faktor yang bisa menentukan terbentuknya budaya organisasi menurut Atmosoeparto , antara lain :⁵⁴

⁵⁴ Djokosantosa Moeljono, *Op.Cit.*, hal. 22.

- a. Lingkungan usaha, lingkungan sekitar akan sangat mempengaruhi budaya tersebut terbentuk. Bagaimanakah kebiasaan yang hidup di lingkungan organisasi tersebut beroperasi.
- b. Nilai-nilai merupakan konsep dasar dan keyakinan suatu organisasi.
 - 1) Panutan atau keteladanan, orang yang menjadi panutan atau teladan yang pada akhirnya dijadikan budaya dalam sebuah organisasi adalah karyawan yang bisa meraih keberhasilan.
 - 2) Upacara-upacara, acara-acara rutin yang dilakukan oleh organisasi.
 - 3) *Network*, jaringan komunikasi informal di dalam organisasi yang dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai budaya organisasi.
Misalnya komunikasi antar anggota.

Adapun proses terbentuknya budaya, meliputi :⁵⁵

- 1) Para pendiri hanya mempekerjakan dan menjaga karyawan yang berpikir dan merasakan cara yang mereka tempuh.
- 2) Mereka menindoktrinasikan dan mensosialisasikan para karyawan ini dengan cara berpikir dan merasa mereka.
- 3) Perilaku pendiri sendiri bertindak sebagai model peran yang mendorong karyawan untuk mengidentivikasi diri dengan mereka dan oleh karenanya menginteranalisasikan keyakinan, nilai dan asumsi-asumsi mereka.

⁵⁵ Stephen P. Robbins, *Op. Cit.*, hal. 315.

H. Metode Penelitian

1. Subjek dan Objek Penelitian

Sebelum mengetahui metode apa yang penulis gunakan dalam penelitian ini, sebaiknya diketahui terlebih dahulu tentang subjek dan objek daripada penelitian ini. Subjek merupakan orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti atau merupakan sumber data informasi dalam penelitian.⁵⁶

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini antara lain :

- a. Pembina yayasan Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta.
- b. Pemilik atau pimpinan Depot Iqro Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta.
- c. Karyawan Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta terdiri dari satu orang.
- d. Masyarakat

Sedangkan objek penelitian yaitu segala sesuatu yang hendak diteliti. Adapun yang hendak diteliti dalam penelitian ini mengenai nilai dalam penggajian dan nilai mengenai perasaan seseorang, keyakinan yang ditanamkan, kebiasaan pemimpin dalam pengambilan keputusan cara mereka dalam berinteraksi dengan karyawan, kebiasaan anggota organisasi dalam melayani pembelian dan cara mereka mempromosikan barang dagangannya, kebiasaan anggota organisasi dalam menjaga keharmonisan

⁵⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta 1993), hal 102.

antar anggota di dalam organisasi, serta macam dan pengamalan norma di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta.

2. Metode Pengumpulan Data

Berhubung jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus, maka metode pengumpulan datanya juga menggunakan metode pengumpulan data dalam penelitian studi kasus. Kartini Kartono memberi batasan bahwa studi kasus adalah sebuah metode eksplorasi (penjelajahan) dan analisis mengenai suatu keadaan dari sesuatu "unit" sosial, yang dapat berupa person, pribadi, suatu keluarga.⁵⁷ Sehingga pada penelitian inipun penulis hendak mengeksplorasi segala sesuatu yang diperlukan dalam penelitian ini, sehingga penulis menggunakan model penelitian kualitatif. Adapun data yang bisa dilakukan dalam penelitian studi kasus bisa dilakukan secara langsung (wawancara, observasi) maupun tidak langsung (dokumentasi).⁵⁸

Adapun metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan kedua-duanya, yaitu :

a. Metode secara langsung

1) Interview atau wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan

⁵⁷ M. Wasyim Bilal, *Jurnal Hisbah (Jurnal, Media Bimbingan, Konseling dan Dakwah Islam) Vol. 1, nomor 1, Januari-Desember 2002*, (Yogyakarta : Jur BPI Fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2002) hal. 3.

⁵⁸ Ibid.

berdasarkan tujuan tertentu.⁵⁹ Wawancara sangat mutlak dilakukan dalam penelitian studi kasus karena wawancara merupakan sumber bukti yang esensial bagi studi kasus, karena studi kasus biasanya berhubungan dengan kemanusiaan.⁶⁰ Dalam wawancara ini penulis akan menggunakan model wawancara bebas tetapi terencana yaitu dengan memberikan pertanyaan yang telah terstruktur mengenai budaya organisasi di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta dan kemudian akan mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dengan jawaban dari responden, sehingga akan diperoleh data yang lebih mendalam dan akurat. Untuk mempercepat proses penelitian, maka peneliti akan menggunakan model wawancara *open ended*, yaitu peneliti akan mewawancarai kepada responden kunci tentang fakta-fakta suatu peristiwa yang ada di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta. Selain itu peneliti juga akan menggunakan multi sumber bukti, karena dengan multi sumber bukti ini akan memberi peluang kepada peneliti untuk mengarahkan diri pada isu-isu historis, sikap dan observasi yang lebih luas.⁶¹

Adapun sebagai sumber wawancara atau orang yang diwawancarai dalam penelitian ini, antara lain :

⁵⁹ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 180.

⁶⁰ Robert K. Yin, *Studi Kasus :Desain & Metode, Edisi Revisi*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005), terj. M. Djauzi Mudzakir, hal. 111

⁶¹ *Ibid.*, hal. 121.

- a) Pembina yayasan Angkatan Muda Masjid dan Musholla
(AMM) Kotagede Yogyakarta
 - b) Pimpinan Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla
(AMM) Kotagede Yogyakarta
 - c) Karyawan Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla
(AMM) Kotagede Yogyakarta
 - d) Masyarakat yang terdiri dari tiga orang
- 2) Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data-data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.⁶² Dalam metode ini penulis akan meneliti secara langsung mengamati mengenai kebiasaan dan nilai yang dilakukan oleh pemimpin dan karyawan di Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta. Dalam metode ini peneliti tidak hanya meneliti tentang sesuatu yang dapat terlihat, melainkan juga apa yang didengar. Melalui metode inilah dikenali berbagai rupa kejadian, peristiwa, keadaan, tindakan yang mempola dari hari ke hari di suatu organisasi.

b. Metode tidak langsung, yaitu dengan dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu penyelidikan yang mengaplikasikan metode pemecahan ilmiah yang bersumber pada dokumen-dokumen penyelidikan mengenai masalah sekarang, disamping penyelidikan

⁶² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif ; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2007), hal. 115.

mengenai masalah yang sudah terjadi.⁶³ Model ini penulis gunakan karena metode ini memainkan peran yang sangat penting dalam penelitian studi kasus.⁶⁴ Dokumentasi ini sebagai penguat dari model pengumpulan data secara langsung. Dalam metode ini penulis akan menyimpulkan segala sesuatu yang terkait dengan penelitian ini, yaitu nilai, kebiasaan dan norma sesuai dengan data-data yang didapatkan dari Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta mengenai budaya organisasi di sana.

3. Analisis Data

Analisis data adalah mengurai atau menjelaskan data sehingga berdasarkan yang ada dapat ditarik pengertian-pengertian dan kesimpulan-kesimpulan.⁶⁵ Adapun analisis yang akan penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan data dalam bentuk kalimat. Dalam analisa data ini penulis akan mengumpulkan data, kemudian diedit dan disusun berdasarkan urutan pembahasan.

⁶³ Winarno Surahmad, *Dasar dan Teknik Research*, (Bandung : Tarsin, 1978), hal. 123.

⁶⁴ Robert K. Yin, *Op. Cit.*, hal. 115.

⁶⁵ Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Kurnia Kalam Semesta, 2003), hal. 65.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) Kotagede Yogyakarta dapat meraih kesuksesan yang gemilang. Salah satunya faktornya adalah Depot AMM Kotagede Yogyakarta mempunyai budaya organisasi yang kuat dan baik. Sebagai organisasi yang memiliki visi keIslaman yang dikembangkan di Depot AMM Kotagede Yogyakarta, maka budaya organisasinya juga tidak lepas dari nilai-nilai Islam, antara lain :

1. Hubungan kerja di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta yang berdasarkan atas asas kekeluargaan, sehingga antara pemimpin dengan karyawan serasa tidak ada jarak dan mereka bisa berinteraksi langsung jikalau ada sesuatu masalah yang terjadi di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta.
2. Kebiasaan karyawan yang selalu bisa menyempatkan diri untuk sholat berjama'ah meskipun pada dasarnya mereka sedang sibuk.
3. Hubungan antar anggota yang harmonis, ini dapat dilihat dengan adanya tadarus bersama menjelang bekerja.
4. Hubungan dengan masyarakat yang harmonis, dapat dilihat dengan cara perekrutan yang memprioritaskan masyarakat sekitar.

5. Keyakinan yang selalu ditanamkan pimpinan bahwa karyawan disana harus bekerja sebagai amal sholeh dan amal ibadah. Sebagaimana komitmen disana, bahwa Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta didirikan sebagai ladang amal bagi pengurus dan tempat mencari nafkah bagi karyawan.
6. Peraturan atau norma di Depot Iqro' AMM Kotagede Yogyakarta yang selalu mengutamakan ketepatan waktu dan baik dalam pelayanan. Selain itu pimpinan juga selalu mengajak karyawan untuk sholat berjamaah meskipun secara bergantian.
7. Promosi barang dengan cara pelatihan-pelatihan melalui tim tadarus yang dimiliki tidak seperti promosi pada umumnya.

B. Saran

1. Bagi Akademik

Terkait minimnya kajian atau penelitian tentang budaya organisasi Islam, khususnya di kalangan mahasiswa Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini baru merupakan langkah awal yang masih jauh dari sempurna. Oleh karena, perlu dikembangkan atau dilanjutkan dengan penelitian-penelitian berikutnya. Sehingga diperoleh gambaran konseptual tentang budaya organisasi Islam.

2. Bagi Depot Iqro' Angkatan Muda Masjid dan Musholla Kotagede Yogyakarta

Sebaiknya ada tindakan yang lebih tegas terhadap karyawan yang melanggar aturan yang tidak bisa ditolerir, dan hendaknya peraturan-peraturan ditulis dan diketahui oleh semua karyawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi dkk, *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta : Rineka Cipta, 1990.
- Achmad Sobirin, *Budaya Organisasi; Pengertian, Makna dan Aplikasinya Dalam Organisasi*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN Ikut Mencerdaskan Bangsa, 2007.
- Achmad Sunarto, *Himpunan Hadist Shahih Bukhari*, Jakarta : Setia Kawan, 2000.
- Ahmad Warsun Munawwir, *Kamus Arab Indonesia Al Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progressive, 1997.
- Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005
- Aswad Ishak dan Faiz Ayauallah, *Komunikasi dan Organisas,i* Yogyakarta: Unit Penerbitan Fakultas UMY, 2003.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif ; Komunikasi. Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta : Kencana, 2007.
- Darsono, *Budaya Organisasi; Kajian Tentang Organisasi, Media, Budaya, Ekonomi, Sosial dan Praktek*, Jakarta : Diadit Media, 2006.
- Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Djoko Santoso Moeljono dan Steve Sudjadmiko, *Corporate Culture Challenge of Exelence*), Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007.
- Djokosantoso Moeljono, *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2003.
- Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003.
- Elly M. Setiadi dkk, *Ilmu Sosial dan Budaya dasar , Edisi Kedua*, Jakarta : Kencana, 2007.
- Indriyo Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita, *Perilaku Keorganisasian*, Edisi Revisi, Yogyakarta : BPF, 2000.
- Koentjoroningrat, *Pengantar Ilmu Anthropologi*, Cetakan kedua, Jakarta : Aksara Baru, 1980.

- Kurniatun Khasanah, *Motif dan Peran Dakwah Angkatan Muda Masjid dan Musholla (AMM) terhadap santri TQA Selokraman, Kotagede Yogyakarta*”, *Skripsi*, Yogyakarta : UIN SUKA, 2007.
- Louis O. Kattsoff, *Pengantar Fisafat*, Penerjemah Soejono Soemargono Yogyakarta : Tiara Wacana Yogya, 1992.
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Jakarta : Bumi Aksara, 2006.
- M. Wasyim Bilal, *Jurnal Hisbah (Jurnal, Media Bimbingan, Konseling dan Dakwah Islam) Vol. 1, nomor 1, Januari-Desember 2002*, Yogyakarta : . BPI Fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2002.
- Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Edisi Revisi, Jakarta : Modern English Press, 1991.
- Richard F. Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan; Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu Seri Panduan Praktis No. 17*, Penerjemah Hesti Widyaningrum, Jakarta : PPM, 2002.
- Robert K. Yin, *Studi Kasus :Desain & Metode, Edisi Revisi*, Penerjemah M. Djauzi Mudzakir Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005 .
- Robert L. Mathis dan John H. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Terj. Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira Hie, Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2001.
- Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi, jilid 2, Penerjemah Tim Indeks Jakarta :Indeks*, 2003.
- Soewarsono Hardjosoedarmo, *Bacaan Terpilih Tentang Total Quality Management Edisi Revisi*, Jakarta : ANDI, 2004.
- Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, Jakarta : Bumi Aksara, 2007.
- Sugeng Wahyudi, “Pengaruh Kepemimpinan dan Kedisiplinan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Percetakan Kotagede”, *Skripsi Yogyakarta STIE SBI*, 2006.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta 1993.
- W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: PN Balai Pustaka, 1976.
- Winarno Surahmad, *Dasar dan Teknik Research*, Bandung: Tarsin, 1978.