

***CELESTIAL CAPITALISM: AGAMA DALAM BISNIS
WARUNG MAKAN PREKSU DI YOGYAKARTA***



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:
Sela Sulistiani
NIM. 17105040023

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1483/Un.02/DU/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : CELESTIAL CAPITALISM: AGAMA DALAM BISNIS WARUNG MAKAN PREKSU
DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SELA SULISTIANI
Nomor Induk Mahasiswa : 17105040023
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Abd. Aziz Faiz, M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 66cc0670da0d5



Penguji II
Ratna Istriyani, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66c8421251568



Penguji III
Dr. Masroer, S. Ag. M. Si.
SIGNED

Valid ID: 66cc074d7f3e8



Yogyakarta, 23 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Prof. Dr. Hj. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66cd8e03e4936



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Dosen Pembimbing **Abd Aziz Faiz, M.Hum**
Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

NOTA DINAS

Hal : Persetujuan Skripsi Saudari Sela Sulistiani
Lamp : -

Kepada Yth :
Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalammualaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Sela Sulistiani
NIM : 17105040023
Prodi : Sosiologi Agama
Judul : Celestial Capitalism: Agama Dalam Bisnis Warung Makan Preksu Di Yogyakarta

Sudah dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Program Studi Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata satu dalam bidang ilmu sosial islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih .

Wassalammualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 19 Agustus 2024
Pembimbing


Abd. Aziz Faiz, M.Hum
19890911 201801 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Sela Sulistiani
NIM : 17105040023
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Prodi : Sosiologi Agama
Alamat Rumah : Jl. Jembatan Gantung RT.007/ RW.008, Kedaung Kali
Angke, Cengkareng, Jakarta Barat
No Telp/HP : 0816595638
Judul Skripsi : *Celestial Capitalism: Agama Dalam Bisnis Warung
Makan Preksu di Yogyakarta*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar karya ilmiah tulisan saya sendiri.
2. Apabila dikemudian hari ternyata diketahui bahwa karya saya tersebut merupakan plagiasi, maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 Agustus 2024
Saya yang menyatakan




Sela Sulistiani
17105040023

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sela Sulistiani
NIM : 17105040023
Prodi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Srata Satu saya), seandainya suatu hari nanti instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 Agustus 2024

Saya yang menyatakan


Sela Sulistiani
17105040023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Tetaplah menjadi kuat dan percaya pada dirimu sendiri untuk tidak mudah menyerah.”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk orang terkasih yakni kedua orangtua saya yang tiada henti memberikan do'a dan dukungan penuh, serta untuk adik-adik saya yang menjadi semangat setiap waktu



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Teori.....	10
1. Celestial Capitalism	10
2. Modal Sosial	15
3. Pemasaran Religius	16
G. Metode Penelitian	17
F. Sistematika Pembahasan	22
BAB II GAMBARAN UMUM WARUNG MAKAN PREKSU DI YOGYAKARTA	24
A. Letak Geografis.....	24
B. Sejarah Warung Makan Preksu.....	25
C. Visi dan Misi Warung Makan Preksu	29
D. Struktur Pengurus Warung Makan Preksu.....	30
E. Jam Operasional Warung Makan Preksu	32
F. Peraturan Kerja Karyawan Warung Makan Preksu.....	32
BAB III PENERAPAN AGAMA SEBAGAI CELESTIAL CAPITALISM DI WARUNG MAKAN PREKSU	34

A. Program Makan Gratis pada Hari Senin/Kamis dan pada Hari Jum'at bagi yang sudah membaca surah Al-Kahfi	34
B. Kajian jum'at Pagi	36
C. Tadarus al-qur'an dan tahsin.....	38
D. Bakti sosial setiap bulan	40
E. Desain Islami di setiap Outlet	42
BAB IV AGAMA SEBAGAI BASIC CELESTIAL CAPITALISM DI WARUNG MAKAN PREKSU YOGYAKARTA.....	46
A. Integrasi Nilai-nilai Agama Dalam Operasional Perusahaan (Preksu)...	46
B. Program Keagamaan Sebagai Nilai Strategi Pemasaran.....	48
C. Pengaruh Program Keagamaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Komunitas	51
D. Celestial Capitalism Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia	53
E. Evaluasi dan Tantangan Dalam Implementasi Celestial Capitalism.....	55
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65
CURRICULUM VITAE.....	66

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena *celestial capitalism* di Warung Makan Preksu Yogyakarta dengan melihat nilai-nilai agama dijadikan sebagai dasar dalam menjalankan operasional bisnis. Konsep ini memadukan prinsip-prinsip religius dan strategi bisnis untuk mencapai keseimbangan antara keuntungan material dan spiritual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana integrasi nilai-nilai agama tersebut diterapkan dalam kegiatan operasional, strategi pemasaran serta pengelolaan sumber daya manusia di Preksu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep *celestial capitalism* yang menggabungkan nilai spiritual dalam praktik kapitalisme modern dengan melihat agama menjadi modal sosial yang berperan penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan solidaritas karyawan.

Metode yang digunakan adalah studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, 5 karyawan Preksu, dan 3 pelanggan Preksu, observasi langsung serta analisis dokumentasi melalui unggahan-unggahan media sosial Preksu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program-program keagamaan terhadap konsumen seperti program makan gratis pada hari senin atau kamis bagi yang puasa sunnah serta pada hari jum'at bagi yang sudah membaca surah Al-Kahfi, desain islami pada setiap outlet dan program-program khusus untuk karyawan seperti sedekah, kajian rutin, tadarus memberikan dampak positif terhadap citra usaha dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun menghadapi tantangan dalam konsistensi dan kejujuran pelanggan bahwa penerapan konsep ini berhasil menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya efisien tetapi juga kondusif bagi pengembangan spiritual karyawan dan komunitas sekitar.

Hasil penelitian disimpulkan bahwa *celestial capitalism* di Warung Makan Preksu mampu menjadi model bisnis efektif dalam membangun keseimbangan antara aspek ekonomi dan spiritual. Nilai-nilai agama yang diintegrasikan dalam strategi bisnis tidak hanya memberikan keberkahan dalam operasional, tetapi juga memperkuat loyalitas dan membentuk citra positif di mata pelanggan.

Kata Kunci: *celestial capitalism*, nilai agama, strategi bisnis, loyalitas pelanggan, pengelolaan sumber daya manusia.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Segala puji kehadiran bagi Allah dengan segala rahmat, Nikmat, Hidayah dan Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan dan terlimpahkan kepada Baginda Rasul Muhammadiyah SAW, beserta kepada keluarga, para sahabat dan penerus risalahnya. Karena atas segala perjuangan beliau selama hidup telah mewariskan ilmu dan menjadi penuntun hidup yang mencerahkan umat manusia, semoga kita sebagai penerus risalah beliau dan mendapatkan syafa'atnya , aamiin.

Alhamdulillah, dengan segala ikhtiar dan doa, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : *Celestial Capitalism: Agama Dalam Bisnis Warung Makan Preksu di Yogyakarta* untuk diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, melalui kesempatan ini penulis selayaknya menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M. Hum., M.A. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Rr Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag., M.Pd., M.A selaku Ketua Program Studi.
4. Abd Aziz Faiz, M.Hum. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan arahan supaya hasil dari karya ilmiah ini maksimal.
5. Seluruh Dosen Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.
6. Prof. Dr. Phil Al Makin, S. Ag., M.A selaku Dosen Penasihat Akademik.

7. Kedua orangtua saya, Bapak Kuswadi dan Ibu Haryanti yang selalu memberikan doa dan dukungan penuh, mereka merupakan alasan saya untuk tetap bertahan sejauh ini.
8. Adik-Adik saya Fais Sandya Fikri dan Raissa Pramudhita yang selalu saya jadikan semangat untuk sampai di tahap ini.
9. Narasumber yang selalu siap membantu dalam proses penelitian saya.
10. Mas Suparman yang selalu mensupport saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Cut Mutiara, Nadia Nur Faiza, Miladdina Nur Khasanah sahabat-sahabat saya yang selalu menemani saya selama masa Kuliah.
12. Seluruh teman-teman Sosiologi Agama angkatan 2017 (forsaka) yang turut serta memberikan semangat..

Semoga Allah SWT, memberikan balasan kebaikan yang berlipat ganda kepada sgeenap pihak yang telah membantu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Yogyakarta , 21 Agustus 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Sela Sulistiani
17105040023

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengaruh dari perkembangan teknologi yang kini berkembang pesat, tentu saja juga mempengaruhi perkembangan perekonomian dengan secara cepat dan dinamis. Seperti yang baru-baru ini terjadi di Indonesia, sektor ekonomi berkembang sangat pesat karena sistem ekonomi mulai terhubung dan berkembang melalui konektivitas digital.¹ Tentu saja hal ini sangat menguntungkan bagi para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Sebab melalui konektivitas digital, masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi mengenai usaha-usaha yang sedang mereka kembangkan.

Dengan kemajuan yang ada saat ini, sistem perekonomian di Indonesia juga didorong oleh adanya sistem ekonomi Islam. Sistem ini hadir di tengah era industrialisasi dan dapat dijadikan sebagai solusi bagi sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi sosialis. Sistem ekonomi Islam ini berjalan sesuai dengan ajaran agama Islam yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadis dengan membawa nilai-nilai keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh manusia. Sistem ekonomi Islam kini juga telah banyak diterapkan oleh para pengusaha di Indonesia dan salah satu contoh nyata usaha yang menerapkan sistem ekonomi Islam yakni Warung Makan Preksu yang berada di Yogyakarta.

¹ Hasan baharun dan Harisatun Niswa, "Syariah Branding : Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0 ", *Jurnal vol.13, No.1 Juni 2019*, Universitas Nurul Jadid, Paiton, Indonesia, 2019, hlm.76.

Sebagian besar masyarakat Yogyakarta khususnya bagi para pecinta kuliner, tentu saja sudah tidak asing dengan warung makan Preksu. Sebagai bagian dari dinamika perkembangan ekonomi di era industrialisasi dan digitalisasi yang menerapkan sistem ekonomi Islam, tentu saja membuat usaha ini harus terus melakukan inovasi agar produk yang ia miliki tetap memiliki daya saing dan mampu bersaing di pasar. Baik itu dari segi bangunan, suasana, nuansa atau bahkan pilihan menu makanan dan minumannya. Nuansa dan suasana islami terasa begitu kental disana. Sebab hal ini bisa kita rasakan ketika kita memasuki Warung Makan Preksu, karena disana akan terlihat poster-poster yang mengandung unsur-unsur islami atau simbol-simbol yang berkaitan dengan ajaran agama Islam.

Selain itu, manajemen Preksu juga menerapkan nilai-nilai ajaran agama Islam kepada para pegawainya, seperti pegawainya wajib melaksanakan sholat lima waktu bahkan untuk pegawai laki-laki diwajibkan mengikuti sholat berjamaah di masjid terdekat, mengadakan kajian islami setiap hari Jum'at yang diikuti oleh seluruh pegawai, serta pakaian bagi pegawai wanita yang tertutup sesuai dengan syariat islam. Hal ini dilakukan agar urusan duniawi dan akhirat bisa berjalan seimbang. Meskipun Preksu sendiri sebenarnya menjual produk makanan berupa ayam geprek dengan aneka macam rasa, serta minuman berupa susu dengan aneka macam varian dan minuman lainnya. Preksu juga memiliki enam cabang di Yogyakarta.²

² Larasati Rizki, "Preksu, Bisnis Kuliner Penyebar Dakwah di Enam Cabangnya" dalam wargajogja.net, diakses pada 10 Oktober 2021,.

Dampak dari adanya perkembangan teknologi pun juga membuat Warung Makan Preksu mendaftarkan usahanya pada platform media online. Seperti pada go-food, grab food, bahkan yang terbaru yaitu Shopeefood. Selain itu, Preksu juga memiliki beberapa akun media sosial yang aktif seperti Instagram, Twitter dan Facebook yang digunakan untuk mempromosikan produk-produknya. Melalui akun media sosial Warung Makan Preksu, kita juga bisa mengetahui ketika sedang ada promo atau potongan harga berskala besar pada saat waktu-waktu tertentu, seperti pada saat perayaan hari-hari besar keagamaan maupun nasional. Bahkan ada hal menarik dari akun-akun media sosial yang dimiliki oleh Warung Makan Preksu, dimana selain untuk mempromosikan produk-produknya, akun media sosial tersebut juga kerap membagikan postingan-postingan berupa kajian-kajian Islami yang berorientasi dakwah. Hal ini bisa kita lihat melalui salah satu akun media sosial Warung Makan Preksu yang aktif yakni instagram. Kita juga dapat mengetahui bahwasannya Warung Makan Preksu memiliki program 20 porsi makan gratis setiap hari Senin dan Kamis bagi yang berpuasa, serta setiap hari Jum'at bagi yang sudah membaca Surah Al-Kahfi dengan syarat kejujuran.

Seiring berkembangnya sistem ekonomi Islam yang harus menjadi bahan inovasi agar produk yang ia miliki tetap memiliki daya saing dan mampu bersaing di pasar semakin menjelaskan bahwasannya sistem ekonomi tidak terlepas dari adanya perkembangan kapitalisme. Kapitalisme secara bahasa diartikan sebagai sistem dan paham ekonomi dengan modal bersumber pada

pribadi atau perusahaan swasta dalam pasar bebas.³ Kapitalisme berasal dari kata kapitalis tentang hubungan antara pemilik modal atau alat-alat produksi dengan para pekerja yang menjual jasa tenaga demi kehidupan pribadi.⁴ Sehingga dapat di ketahui bahwa kapitalisme merupakan sebuah sistem ekonomi antara pemilik modal dengan para pekerja melalui kegiatan produksi dan konsumsi barang-barang yang menggerakkan kehidupan untuk memperoleh keuntungan pada pasar bebas.

Sedangkan agama merupakan ajaran dengan sistem yang mengatur tata keimanan dan peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan antar sesama manusia di lingkungannya.⁵ Dalam kehidupan manusia, agama mempunyai makna sebagai pedoman hidup yang pokok dan memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam kehidupan sehari-hari. Agama juga memiliki peran sebagai sumber nilai dan menciptakan ikatan bersama yang menyatukan hubungan masyarakat dalam berkehidupan sosial. Akan tetapi, agama mengalami degradasi peran seiring berkembangnya waktu. Dimana, agama mengalami perubahan nilai yang awalnya sebagai pedoman hidup sumber nilai kemudian menjadi suatu nilai tukar yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia atas nama agama.

Masyarakat yang berorientasi pada pasar juga mempunyai pandangan yang berbeda terhadap agama. Agama tidak hanya dijadikan sebagai sumber nilai melainkan sebuah instrument dalam hidup. Pergeseran ini dapat dilihat

³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 505.

⁴Dudley Dillard, "Kapitalisme" dalam M.Dawam Raharjo (ed.), *Kapitalisme Dulu dan Sekarang* (Jakarta: LP3ES, 1987), hlm.15.

⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 12.

melalui praktik-praktik keagamaan, dimana banyak usaha-usaha yang menambahkan unsur-unsur agama dan muncullah sebuah istilah *Spiritual Management* atau *Celestial Management* yaitu ilmu manajemen berdasarkan interpretasi nilai-nilai dan prinsip-prinsip ilahi yang datang dari surga dalam bentuk spiritualitas melalui firman Tuhan terhadap semua aktivitas manusia di dunia, termasuk aktivitas komersial.⁶

Dari penjelasan-penjelasan di atas, agaknya konsep *Celestial Management* ini berkaitan dengan konsep managerial yang di terapkan oleh Warung Makan Preksu, dimana agama dijadikan sebagai basis utama dalam menjalankan roda perusahaan. Sehingga, hal ini menjadi suatu hal atau fenomena yang menarik untuk diteliti. Dalam mengamati fenomena ini, peneliti membalutnya dengan judul ***Celestial Capitalism : Agama Dalam Bisnis Preksu di Yogyakarta***, dimana unsur agama yang ada di warung makan Preksu ini menjadi sebuah nilai jual atau menjadi daya tarik tersendiri oleh Preksu. Sehingga penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasikan bagaimana agama diterapkan sebagai bagian model bisnis dan mencoba mengulik alasan atau tujuan agama dijadikan basis dalam model bisnis di Warung Makan Preksu.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka muncul rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian sebagai berikut :

⁶ A. Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah: Teori dan Praktik The Celestial Management*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), hlm. 70-90.

1. Bagaimana agama diterapkan sebagai *Celestial Capitalism* di Warung Makan Preksu?
2. Mengapa agama menjadi basic *Celestial Capitalism* di Warung Makan Preksu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam peneletian ini, yakni :

1. Untuk mengidentifikasi bagaimana agama diterapkan sebagai *Celestial Capitalism* dalam bisnis di Warung Makan Preksu.
2. Untuk menganalisis tujuan agama dijadikan basis dalam *Celestial Capitalism* di Warung Makan Preksu.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis, berikut penjabarannya :

1. Secara teoritis,
 - a. Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi rujukan atau bahan pendukung untuk penelitian selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan serta penelitian tentang *Celestial Capitalism* dan komodifikasi agama.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Sosiologi Agama, Sosiologi Organisasi dan bidang Sosio-Ekonomi.
2. Secara praktis,

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memahami dan menjelaskan bagaimana sebenarnya teori kapitalisme bekerja pada objek-objek penelitian. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan wawasan baru bagi para pembaca mengenai unsur-unsur agama yang diterapkan dalam sebuah perusahaan menjadi sebuah model bisnis atau nilai tukar.

E. Tinjauan Pustaka

Setelah menelusuri beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya, ditemukan beberapa penelitian yang memiliki keterikatan dengan penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut digunakan sebagai pembanding dan pendukung penelitian ini guna menghindari adanya persamaan yang sangat signifikan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya. Penelitian tersebut diantaranya:

Pertama, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan yang di tulis oleh Hasan Baharun dan Harisatun Niswa dengan judul “Syariah Branding: Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0”. Dalam jurnal tersebut membahas mengenai adanya komodifikasi agama dalam dunia bisnis yakni dengan branding syariah yang dijadikan sebagai nilai jual untuk memperoleh perhatian dari konsumen. Jurnal ini mencoba mengulik tentang Kopotren Basmalah yang berada di Pesantren Sidogiri yang ingin menjudge bahwa sebuah pesantren juga mampu bersaing dalam dunia perekonomian. Pesantren ini memodifikasi ilmu agama dan ilmu ekonomi melahirkan sebuah usaha yang beratas namakan syariah. Sehingga agama dijadikan sebagai alat

jual produk tersebut.⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada objek formal dan variabel yang digunakan.

Kedua, Laporan penelitian oleh Miftahul Huda yang berjudul “Laporan Penelitian Antara Komodifikasi Agama dan Penguatan Identitas, Studi Atas Maraknya Kompleks Hunian Muslim di Lombok”. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa motivasi pembangunan kompleks klaster khusus muslim ini tampaknya lebih didominasi pertimbangan bisnis dan secara umum maraknya perkembangan sikap-sikap eksklusif komunitas muslim terhadap komunitas agama lainnya. Keberadaan perumahan klaster khusus muslim tidak membawa pengaruh yang signifikan terhadap dinamika proses-proses integritas masyarakat yang beragam budaya (multikultural).⁸

Ketiga, penelitian oleh Noni Mirantika dan Saortua yang berjudul “Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena”. Penelitian ini menjelaskan bahwa mukena sebagai bagian dari ibadah yang sulit dicapai secara individu. Ideologi pasar hadir dengan pengaruhnya yang membuat masyarakat berpikir praktis, efektif, efisien dan cepat dalam pelaksanaan ibadah. Kondisi ini memungkinkan produsen untuk mengembangkan sektor penjualan mukena. Menghasilkan uang tidak hanya memuaskan modal seperti budaya, simbolik, sosial dan ekonomi. Modal

⁷ Hasan baharun dan Harisatun Niswa, “Syariah Branding : Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0”, *Jurnal vol.13, No.1 Juni 2019*, Universitas Nurul Jadid, Paiton, Indonesia.

⁸ Miftahul Huda, *Laporan Hasil Penelitian Antara komodifikasi Agama dan Penguatan Identitas Studi Atas Maraknya Kompleks Hunian Muslim di Lombok*, Laporan Penelitian Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Negeri Mataran, 2018.

tersebut kemudian dikumpulkan melalui partner atau pemasok mukena siap dijual ke konsumen. Beragam modal yang berbeda ini bersinergi dan selanjutnya mengarah pada komodifikasi.⁹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini lebih fokus penyebab dan melihat sisi pandangan agama mengenai komodifikasi mukena.

Keempat, Skripsi dari Muhammad Hadyan Dwitama yang berjudul “Al-Qu’ran dan Kelangsungan Bisnis (Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah Membaca Surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta). Penelitian ini menjelaskan hubungan antara praktik keagamaan dengan kelangsungan bisnis di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta. Peneliti mengkaji alasan pemberian paket Al-Kahfi pada hari jum’at serta bagaimana implikasinya terhadap Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta. Dari penelitian tersebut, diketahui bahwasanya Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta bertujuan sebagai bentuk sedekah bagi perusahaannya dan implikasi dari paket Al-Kahfi ini justru menambah ramai pelanggan Preksu sehingga preksu juga tidak mengalami kerugian. Hal ini sejalan dengan teori komodifikasi agama sebab adanya penggunaan unsur agama dalam paket Al-Kahfi.¹⁰ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada focus penelitian.

⁹ Noni Mirantika dan Saortua Marbun. “Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena”, *Jurnal Studi Kultural*, 2016.

¹⁰ Muhammad Hadyan Dwitama . “Al-Qur’an dan Kelangsungan Bisnis (Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah Membaca Surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta”, Skripsi Program Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian tersebut telah mengkaji unsur-unsur agama dalam praktik bisnis sehari-hari. Meskipun memiliki kajian dan isu yang hampir sama yakni bagaimana unsur-unsur agama dalam sebuah bisnis menjadi nilai tukar atau model bisnis untuk meraih keuntungan, bahkan ada satu kajian yang memiliki kesamaan dalam tempat penelitian. Akan tetapi penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berbeda dengan penelitian tersebut. Dimana dalam penelitian tersebut hanya berfokus pada salah satu program yang ditawarkan oleh warung makan Preksu sedangkan penelitian ini akan membahas secara menyeluruh terkait unsur-unsur agama yang ada di warung makan Preksu. Peneliti juga menawarkan kajian penelitian yang berbeda yakni peneliti ingin mengkaji bagaimana agama diterapkan menjadi bagian dalam model bisnis dan mengungkap alasan mengapa agama dijadikan basis dalam model bisnis untuk meraih keuntungan di warung makan Preksu.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan pisau analisis yang digunakan sebagai alat untuk menjawab permasalahan yang diajukan oleh penelitian ini. Teori digunakan sebagai landasan dan pola pikir untuk menganalisis masalah yang kemudian dijadikan sebagai kesimpulan berdasarkan data di lapangan.

1. Celestial Capitalism

Celestial Capitalism merupakan konsep yang terinspirasi oleh konsep *Celestial Management* yang dikemukakan oleh A. Riawan Amin. *Celestial management* merupakan ilmu manajemen yang didasarkan pada

nilai-nilai dan prinsip-prinsip ketuhanan yang diturunkan dari Surga dalam bentuk spiritualitas melalui firman Tuhan dan sabda utusannya yang diaplikasikan dalam setiap aktivitas manusia di dunia, termasuk di dalamnya aktivitas komersial (bisnis).¹¹ *Celestial menagement* menciptakan nilai-nilai dalam kerangka spiritual sebagai motivasi dan semangat bisnis dalam sebuah perusahaan. *Celestial menagement* terdiri dari 3 bagian utama dan ketiga domain tersebut dijabarkan lagi dalam akronim : ZIKR, PIKR, dan MIKR.¹²

Konsep pertama yakni ZIKR (Zero base, Iman, Konsisten dan Result Oriented) dimana konsep ini merupakan sebuah perwujudan dari tempat ibadah, sebab dalam konsep ini Zero base cerminan dari sebuah keikhlasan, iman adalah beriman pada rancangan Tuhan, konsisten berarti istiqomah, dan Result Oriented adalah realiasisai dari sabar. Sedangkan dalam konsep kedua yakni PIKR (Power sharing, Information, Knowledge sharing, dan Reward) merupakan perwujudan dari tempat kekayaan, sebab dalam sebuah manajemen pembagian kekuasaan dan informasi pengetahuan jika dilakukan dengan benar maka akan menghasilkan sebuah penghargaan yang akan meningkatkan semangat untuk terus bersaing menjadi yang terbaik. Dan terakhir adalah konsep MIKR (Militan, Intelektual, Kompetitif dan

¹¹ Abim Rizqi Rohmawan, "Implementasi The Celestial Management Pada Rumah Makan Preksu Ayam Geprek dan Susu di Yogyakarta Tahun 2019", Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, hlm. 12-13.

¹² A. Riawan Amin, *The Celestial Management* (Jakarta; Senayan Abadi Publishing, 2004), hlm. 1-12.

Regeneratif) dimana dijelaskan bahwa orang yang pantang menyerah adalah aset yang sangat berguna untuk maju.

Celestial sendiri memiliki makna surgawi. *Celestial* atau surgawi tentu saja berkaitan erat dengan ajaran agama atau spiritual. Sebab agama merupakan pedoman hidup yang ditetapkan oleh Tuhan yang mengatur tata cara ibadah manusia terhadap tuhanNya dan wajib dilaksanakan sesuai syariah yang ditetapkan.¹³ Agama juga merupakan sumber nilai bagi segala nilai yang mengakar dan menjadi ketentuan atau pedoman bagi kehidupan penganutnya, sebab agama dipahami sebagai teori atau doktrin yang tercantum dalam kitab suci untuk mencapai kehidupan surgawi.

Spiritual dalam ekonomi dan bisnis menjadi pedoman bagi transendensi bisnis dan ekonomi. Akan tetapi konsep spiritual dalam ekonomi, tidak akan terlepas dari adanya sebuah komodifikasi. Komodifikasi adalah objek utama perdagangan dan modifikasi berbagai bentuk dan ukuran menjadi bentuk dan ukuran baru. Komodifikasi secara konkrit adalah proses peralihan nilai kehidupan ke nilai pasar.¹⁴ Komodifikasi terkait erat dengan kapitalisme. Di mana, kapitalisme adalah sistem yang digerakkan oleh uang. Sistem ini menawarkan kepada pemilik modal untuk mengeksploitasi kekayaan. Para pengusaha akan berlomba-lomba mengumpulkan modal dengan menghalalkan segala cara yang

¹³ Hasan baharun dan Harisatun Niswa, "Syariah Branding : Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0", *Jurnal vol.13, No.1 Juni 2019*, Universitas Nurul Jadid, Paiton, Indonesia, 2019, hlm 80.

¹⁴ Hasan baharun dan Harisatun Niswa, "Syariah Branding : Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0", *Jurnal vol.13, No.1 Juni 2019*, Universitas Nurul Jadid, Paiton, Indonesia, 2019, hlm.79.

diperlukan. Kapitalisme menggerakkan kegiatan komersial untuk memperoleh keuntungan materi.

Max Weber memberikan pemahaman yang berbeda tentang kapitalisme, baginya kapitalisme adalah suatu sistem produksi komoditi berdasarkan kerja upahan yang harus dijual dan diperdagangkan guna mencari keuntungan. Karakteristik produksi upahan buruh dan pencarian keuntungan itu adalah karakteristik dasar kapitalisme. Menurut Weber, Karakteristik yang paling mendasar tentang kapitalisme adalah sistem pertukaran barang di pasar.¹⁵ Kemudian pasar ini dijadikan sebagai tempat untuk mencari untung dan bagaimana setiap orang mengumpulkan modal terus menerus untuk mengambil keuntungan yang besar. karena manusia didominasi oleh keinginan memperoleh uang untuk memenuhi kebutuhan materinya.

Sehingga dari uraian-uraian tersebut, *Celestial Capitalism* merupakan sebuah konsep dimana agama atau isu surga dijadikan sebagai model dari nilai bisnis. Agama diposisikan sebagai unsur yang nilai fungsi spiritualnya diubah menjadi komoditas yang layak dikonsumsi oleh masyarakat. Sehingga, *Celestial Capitalism* ini memiliki dua sisi, yakni sisi surgawi dan sisi duniawi. Kedua sisi tersebut membutuhkan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan material dan spiritual.

¹⁵ Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme* Terj. TW. Utomo (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2006), hlm. XXXV.

Dengan meminjam konsep *Spirit of Capitalism* oleh Max Weber, pada dasarnya setiap individu melahirkan tindakan-tindakan sosial yang berdasarkan sebuah pemahaman atas perilaku orang lain. Akan tetapi, dalam sebuah tindakan sosial, seorang individu tidak hanya melakukan tindakan sosial secara rasional melainkan juga secara non-rasional. Tindakan sosial non-rasional ini sejalan dengan nilai-nilai yang dianut oleh orang beragama. Sebagai contoh, di kalangan muslim beranggapan bahwa bekerja merupakan sebagian dari ibadah. Sehingga dalam dunia ekonomi, menurut Weber agama lah yang mempengaruhi ekonomi. *Spirit of capitalism* juga diartikan sebagai perintah Tuhan kepada seorang individu untuk semangat bekerja keras, bukan mengumpulkan kekayaan akan tetapi lebih pada manfaatnya. Dalam pandangan Weber, bekerja merupakan perintah tuhan yang harus dijalankan oleh seorang individu untuk keselamatan di dunia dan Akhirat. Sebab, Keberhasilan di dunia adalah tanda keselamatan di Akhirat.

Kerangka operasional dari teori *Celestial Capitalism* ini akan digunakan peneliti untuk mengidentifikasi bagaimana aktifitas-aktifitas keagamaan atau unsur-unsur agama yang diterapkan oleh manajemen warung makan Preksu menjadi sebuah model bisnis yang digunakan dan dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnisnya. Peneliti juga akan melihat dan menganalisis unsur-unsur keagamaan tersebut melalui atribut-atribut atau simbol-simbol keagamaan yang ada di lokasi warung makan Preksu, serta program-program keagamaan yang ditawarkan oleh warung makan Preksu. Kemudian peneliti akan menganalisis lebih lanjut bagaimana unsur-

unsur agama dan aktifitas-aktifitas keagamaan tersebut menjadi sebuah bagian dari model bisnis dalam pasar yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dengan demikian akan diketahui bagaimana agama diterapkan sebagai *Celestial Capitalism* di Warung Makan Preksu Yogyakarta. Dan dengan meminjam konsep *Spirit of Capitalism* oleh Max Weber, peneliti juga akan mengungkap alasan atau tujuan agama dijadikan basis dalam model bisnis yang diterapkan oleh warung makan Preksu.

2. Modal Sosial

Modal sosial merupakan konsep yang menggambarkan nilai dari hubungan sosial dalam sebuah komunitas atau organisasi. Modal sosial tidak hanya berupa aset ekonomi tetapi lebih kepada jaringan sosial, norma dan kepercayaan yang terjalin antarindividu dalam suatu kelompok. Teori ini menjelaskan bahwa hubungan yang kuat dan saling percaya antara anggota komunitas atau organisasi dapat meningkatkan kerjasama, efisiensi, dan produktivitas. Dalam konteks bisnis, modal sosial membantu dalam membangun loyalitas, memperkuat solidaritas dan menciptakan rasa memiliki di antara para pemangku kepentingan.

Modal sosial memiliki berbagai macam komponen penting untuk menerapkan dalam sebuah aktifitas sosial diantaranya:

- a. Jaringan (Network)
- b. Norma (Norms)
- c. Kepercayaan (Trust)

Jaringan mencakup hubungan interpersonal yang memungkinkan akses informasi, dukungan dan sumber daya. Norma berfungsi sebagai pedoman perilaku yang mengarahkan anggota komunitas dalam bertindak sesuai dengan harapan kolektif. Kepercayaan sebagai elemen penting sangat memfasilitasi kerjasama yang lebih efektif karena adanya keyakinan bahwa pihak-pihak yang terlibat akan bertindak dengan integritas dan tanggung jawab.¹⁶

3. Pemasaran Religius

Teori pemasaran religius (religious marketing) adalah pendekatan pemasaran yang mengintegrasikan nilai-nilai dan simbol-simbol agama dalam strategi bisnis untuk menarik konsumen yang memiliki afiliasi atau ketertarikan religius.¹⁷ Hal tersebut menerapkan bahwa agama menjadi lebih dari sekadar aspek personal, melainkan berfungsi sebagai sarana untuk menciptakan hubungan emosional dan spiritual antara perusahaan dan konsumen. Pemasaran religius tidak hanya fokus pada produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut dapat mencerminkan, mendukung atau memperkuat keyakinan dan praktik keagamaan pelanggan.

Strategi pemasaran religius melibatkan penggunaan pesan, praktik dan simbol-simbol agama dalam branding, promosi serta operasional bisnis. Seperti contoh perusahaan dapat memasukkan nilai-nilai kejujuran,

¹⁶ Alfiansyah, R. (2023). Modal Sosial sebagai Instrumen Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41-51.

¹⁷ Shaleha, W. M. (2023). *Workplace Spirituality dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Karyawan Perbankan Syariah*. Penerbit NEM. hlm, 47.

integritas dan filantropi yang didasarkan pada ajaran agama sebagai bagian dari identitas merek. Tujuannya adalah menciptakan loyalitas konsumen yang bukan hanya berdasarkan manfaat fungsional, tetapi juga karena adanya kesesuaian antara nilai-nilai spiritual perusahaan dan keyakinan konsumen.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara bagaimana data itu di kumpulkan dan di analisis secara terencana, terstruktur dan sistematis sehingga menghasilkan data yang tepat dan akurat sesuai dengan fakta.¹⁸ Adapun metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian Ilmu-ilmu Sosial, dimana hasil dari penelitian ini berupa narasi, tulisan dan perbuatan-perbuatan manusia yang dapat di amati serta data yang diperoleh tidak dianalisis menggunakan angka-angka.¹⁹ Dalam memperoleh data yang dibutuhkan, penelitian ini juga menggunakan penelitian Lapangan (Field Research), dimana peneliti akan terjun langsung ke lapangan agar mendapatkan data yang lebih akurat berdasarkan data yang ada di lapangan.

2. Sumber Data

¹⁸ Dr.J.R.Raco, ME., M.Sc, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta : Grasindo, 2010), hlm.5.

¹⁹ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif sebagai Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm.13.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama di lapangan.²⁰ Sumber data ini peneliti peroleh dari hasil observasi mengenai simbol-simbol keagamaan yang ada di warung makan Preksu, aktivitas-aktivias atau program-program keagamaan dan wawancara dengan manager, pegawai, serta beberapa konsumen atau pelanggan Preksu.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur-literatur yang berkaitan dengan obek penelitian dan digunakan sebagai pendukung atau pelengkap dalam menganalisis permasalahan yang di teliti. Data yang digunakan berupa segala bentuk dokumentasi yang berkaitan dengan gambaran kondisi Preksu. Data ini diperoleh melalui unggahan-unggahan media sosial warung makan Preksu.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data tentu saja peneliti menggunakan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data adalah salah satu langkah yang harus dilakukan dalam suatu penelitian agar data yang diperoleh sesuai dengan apa yang menjadi fokus peneletian sehingga hasil dari penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan di kemudian

²⁰ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya : Angkasa Prima, 2001), hlm.172.

hari. Sehingga peneliti menggunakan metode teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan mendalam, cermat dan teliti secara langsung di lapangan. Bahkan mungkin peneliti akan menangkap atau mendapatkan data-data yang mungkin saja tidak didapatkan oleh peneliti selama melakukan wawancara dengan narasumber atau partisipan.²¹ Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan *Celestial Capitalism* yang diterapkan oleh Preksu. Sehingga peneliti memilih menggunakan metode observasi partisipasi, dimana peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian untuk mendapatkan hasil yang nyata dan lengkap sesuai dengan yang peneliti butuhkan. Beberapa hal penting yang dijadikan obyek observasi yaitu keberadaan Atribut-atribut atau simbol-simbol keagamaan yang digunakan, aktivitas-aktivitas keagamaan yang diterapkan oleh manajerial preksu untuk karyawan Preksu, dan program-program keagamaan yang ditawarkan oleh warung makan Preksu.

b. Wawancara

²¹Dr.J.R.Raco, ME., M.Sc, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (Jakarta : Grasindo, 2010), hlm.114.

Wawancara (Interview) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara pewawancara dan narasumber dengan menggunakan pedoman wawancara.²² Sebelum melakukan wawancara, peneliti lebih dahulu menuliskan rumusan-rumusan pertanyaan yang diajukan kepada narasumber guna memperoleh data penelitian. Wawancara ini peneliti lakukan dengan cara wawancara pribadi dengan manajer Preksu, dan 5 pegawai Preksu. Selain menggunakan rumusan-rumusan pertanyaan inti data yang dikumpulkan, wawancara juga dilakukan secara mengalir mengikuti jawaban dari narasumber sehingga wawancara tidak terkesan formal.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara pengumpulan data yang digunakan sebagai alat bukti penguat dan menyatakan bahwasannya penelitian ini sudah dilaksanakan dengan benar.²³

Teknik penumpulan data ini disajikan berupa foto atau gambar visual yang bisa dilihat secara langsung oleh para pembaca.

Dokumentasi dalam penelitian ini didapatkan dari setiap unggahan-unggahan dari media sosial warung makan Preksu terkait dengan promosi yang berkaitan dengan nuasa islami.

4. Teknis Analisis Data

²² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Prenada Media Group), hlm.111.

²³ Moh. Soehada, *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama* (Yogyakarta : Bidang Akademik, 2008), hlm.95.

Selanjutnya setelah data terkumpul dilakukan tabulasi dan analisa, untuk selanjutnya ditemukan pola-pola komodifikasi dan kategori motif. Sedangkan alur analisis data meliputi²⁴:

- a. Reduksi data adalah proses menyeleksi data yang di peroleh selama penelitian dan menyederhanakan konsep agar mudah dipahami. Adapun cara mereduksi data yaitu memilah-milih data, meringkas, dan mengklasifikasikan data ke dalam model yang lebih luas.
- b. Penyajian data adalah proses penyusunan informasi dan menyajikan data secara deskriptif setelah mengumpulkan beberapa data dan fakta selama penelitian.
- c. Penarikan kesimpulan adalah proses penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh di lapangan. Proses ini dilakukan secara terus menerus selama penelitian, bersifat terbuka dan lebih rinci, yang mana akan menjawab problem akademik yang telah diutarakan pada bagian latar belakang dan rumusan masalah.

5. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan Sosiologi Agama, dengan memfokuskan objek kajian penelitian pada proses sosial keagamaan mempengaruhi perilaku individu. Sosiologi Agama memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang menyeluruh, kompleks,

²⁴ Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Pres, 1992), hlm.15.

dan dinamis.²⁵ Pendekatan ini digunakan untuk mengungkap bagaimana agama diterapkan sebagai *Celestial Capitalism* dan alasan mengapa agama dijadikan basic dalam model bisnis di warung makan Preksu.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan laporan penelitian ini sekaligus sebagai sistem penulisan. Sistematika pembahasan dalam laporan penelitian ini disusun dalam beberapa bab. Yaitu :

Bab I yaitu pedahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang gambaran umum mengenai Warung Preksu Yogyakarta, yang meliputi profil perusahaan, sejarah, visi dan misi, struktur kepengurusan manajemen Preksu dan kondisi perusahaan Preksu. Selain itu juga akan dipaparkan mengenai program-program keagamaan yang ada di Preksu Yogyakarta serta daftar cabang perusahaan Preksu di Yogyakarta.

Bab III berisi tentang pembahasan rumusan masalah yang pertama yaitu penerapan agama sebagai *Celestial Capitalism* di warung makan Preksu. Dalam bab ini akan membahas mengenai tahapan dan proses agama diterapkan sebagai *Celestial Capitalism* di warung makan Preksu. Selain itu juga akan memaparkan bagaimana bentuk-bentuk penerapan agama sebagai *Celestial Capitalism*

²⁵ Christomy & Yuwono, *Semiotika Budaya* (Depok : Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia, 2004), hlm.99.

melalui aktifitas-aktifitas atau program-program keagamaan yang ada di warung makan Preksu.

Bab IV berisi tentang pembahasan rumusan masalah yang kedua yaitu untuk menganalisis alasan atau tujuan agama dijadikan basic *Celestial Capitalism* di Warung Makan Preksu. Dengan menggunakan teori *Celestial Capitalism* yang meminjam konsep *Spirit of Capitalism* oleh Max Weber, Tahapan ini akan mengungkap alasan mengapa agama dijadikan basic dalam mengelola bisnis perusahaan di warung makan Preksu.

Bab V sebagai penutup dimana dalam bab ini dihasilkan sebuah kesimpulan dalam penelitian serta kritik dan saran dalam kepenulisan laporan penelitian ini. Dalam bab ini merupakan bab penting karena merupakan simpulan dari paparan data beserta analisis data yang terjadi selama penelitian berlangsung. Dalam bab ini juga terdapat rekomendasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai penerapan celestial capitalism di Warung Makan Preksu Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa integrasi nilai-nilai agama dalam operasional bisnis terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta membangun solidaritas karyawan. Hal tersebut juga menciptakan keseimbangan antara aspek material dan spiritual dalam manajemen bisnis. Konsep celestial capitalism yang diterapkan oleh Preksu tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan ekonomi, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keagamaan yang kuat baik di antara karyawan maupun pelanggan. Program-program seperti makan gratis bagi yang berpuasa sunah senin dan kamis atau bagi pelanggan yang sudah membaca surah Al-Kahfi setiap hari Jum'at, kajian rutin dan tadarus Al-Qur'an menjadi sarana efektif untuk memperkuat keterlibatan religius dalam setiap aspek bisnis.

Secara praktis bahwa penerapan nilai-nilai religius di Preksu telah menunjukkan dampak yang signifikan dalam meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen terutama di kalangan komunitas religius dan mahasiswa. Citra sebagai bisnis mengutamakan untuk berkomitmen pada nilai-nilai agama membantu menciptakan loyalitas dikalangan pelanggan. Sementara keterlibatan aktif karyawan dalam program-program keagamaan turut memperkuat ikatan sosial dan moral di tempat kerja. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip etika

bisnis Islami yang menekankan keseimbangan antara tujuan duniawi dan ukhrawi (spiritual).

Akan tetapi penerapan konsep tersebut tidak terlepas dari tantangan. Diantaranya ialah memastikan kejujuran pelanggan yang berpartisipasi dalam program-program berbasis agama dan mengatasi resistensi awal dari beberapa karyawan yang belum sepenuhnya memahami atau menerima konsep ini. Meski demikian hasil evaluasi menunjukkan bahwa nilai-nilai agama yang konsisten diterapkan mampu membentuk budaya kerja yang harmonis dan mendukung produktivitas. Tantangan lain adalah menjaga konsistensi dalam menjalankan program-program keagamaan di tengah tuntutan operasional bisnis secara dinamis.

Sehingga secara keseluruhan mengenai warung makan preksu di Yogyakarta menunjukkan bahwa penerapan *Celestial Capitalism* untuk berkembang secara finansial, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang positif. Integrasi antara nilai-nilai spiritual dan tujuan bisnis membuktikan bahwa kesejahteraan material dan spiritual dapat berjalan beriringan, untuk menciptakan ekosistem bisnis yang tidak hanya sukses secara ekonomi tetapi juga berkah dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan terdapat beberapa saran untuk diimplementasikan oleh warung makan preksu di Yogyakarta supaya lebih memaksimalkan penerapan konsep *celestial capitalism* dalam operasional bisnisnya diantaranya:

1. Perlu adanya peningkatan dalam sistem pengawasan dan evaluasi terkait kejujuran pelanggan dalam program-program berbasis keagamaan, seperti pada program makan gratis bagi yang berpuasa sunnah senin dan khamis atau bagi pelanggan yang sudah yang membaca surah Al-Kahfi setiap hari Jum'at. Mekanisme ini dapat melibatkan pencatatan yang lebih terstruktur atau pemberian bukti partisipasi agar tujuan program tidak hanya mencapai aspek religius tetapi juga menjaga keadilan dan ketertiban dalam pelaksanaannya.
2. Untuk memperkuat penerimaan konsep celestial capitalism di kalangan karyawan, Preksu dapat memperluas pelatihan dan pendidikan internal mengenai nilai-nilai agama yang diterapkan dalam bisnis. Hal ini penting mengingat tidak semua karyawan mungkin memiliki pemahaman yang sama tentang konsep ini. Pelatihan yang dilakukan secara rutin, termasuk pembinaan spiritual dan diskusi tentang penerapan nilai agama dalam pekerjaan sehari-hari akan membantu memperdalam pemahaman dan menciptakan keselarasan visi dan misi antara manajemen dan karyawan.
3. Preksu juga disarankan untuk lebih aktif dalam membangun kerjasama dengan komunitas dan lembaga keagamaan lokal. Sinergi ini tidak hanya membantu memperluas dampak sosial dari program keagamaan yang telah ada, tetapi juga memperkuat citra Preksu sebagai entitas bisnis berkomitmen pada kesejahteraan umat. Kolaborasi dengan masjid, organisasi amal atau lembaga pendidikan Islam dapat menjadi langkah

strategis untuk mencapai tujuan lebih luas, baik dalam hal dakwah maupun pengembangan bisnis.

4. Menjaga keseimbangan antara operasional bisnis yang efisien dan pelaksanaan program keagamaan tetap menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini, Preksu dapat melakukan penjadwalan yang lebih terintegrasi sehingga program-program spiritual tidak mengganggu kelancaran operasional, melainkan menjadi bagian yang saling melengkapi. Pendekatan seperti fleksibilitas waktu dan manajemen sumber daya yang lebih efisien akan membantu memastikan bahwa kegiatan keagamaan berjalan seimbang dengan aktivitas bisnis.
5. Tantangan dalam mengelola bisnis berbasis nilai spiritual, penting bagi Preksu untuk terus melakukan inovasi dalam program-program keagamaannya agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Penggunaan teknologi, seperti aplikasi khusus untuk kajian online atau platform digital untuk donasi dapat memperluas jangkauan dan partisipasi baik dari karyawan maupun pelanggan. Dengan demikian nilai-nilai agama menjadi pondasi *celestial capitalism* di Preksu akan terus bertumbuh dan memberikan dampak positif secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alfiansyah, R. (2023). Modal Sosial sebagai Instrumen Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41-51.
- Amin, A. Riawan. 2019. *Menggagas Manajemen Syariah: teori dan praktik the celestial management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Anwar Hidayat. “Populasi dan Sampel Adalah: Pengertian Populasi Adalah?”, dalam <https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html>, diakses pada 14 Juni 2021.
- Arif, M. (2013). Perkembangan pesantren di era teknologi. *Jurnal Pendidikan Islam*, 28(2), 307-322.
- As-Sirjani, R. (2015). *Solidaritas Islam Untuk Dunia*. Pustaka Al-Kautsar. hlm, 54.
- Baharun, H., & Niswa, H. 2019. “Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0”. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1). Universitas Nurul Jadid, Paiton, Indonesia.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Christomy & Yuwono. 2004. *Semiotika Budaya*. Depok : Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia.
- Hapsari, R., Ratnawati, K., & Anggraeni, R. (2020). *Entrepreneurial Marketing*. Universitas Brawijaya Press. Hlm, 65.
- Hendrawan, S. (2009). *Spiritual Management*. PT Mizan Publika.
- Huda, M. (2011). *Corporate social Responsibility: kunci meraih kemuliaan Bisnis*. Samudra Biru. Hlm, 78.
- Larasati Rizki, “Preksu, Bisnis Kuliner Penyebar Dakwah di Enam Cabangnya”, dalam wargajogja.net, diakses pada 10 Oktober 2021.
- Mardhatillah, A., Fitriani, E. N., Ma’rifah, S., & Adiyono, A. (2022). Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan

Mutu Pembelajaran Di Sma Muhammadiyah Tanah Grogot. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Kearifan Lokal*, 2(1), 1-17.

Miftahul Huda. 2018. *Laporan Hasil Penelitian Antara komodifikasi Agama dan Penguatan Identitas Studi Atas Maraknya Kompleks Hunian Muslim di Lombok*. Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Negeri Mataran.

Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Pres.

Mirantika, N., & Marbun, S. 2016. *Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena* (Vol. 1).

Moh, Soehada. 2008. *Metode Penelitian Sosiologi Agama (Kualitatif)*. Yogyakarta: SUKA Press.

Profil Warung Preksu, Arsip Warung Preksu Yogyakarta, 2019.

Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik, dan keunggulannya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Rohmawan, Abim Rizqi. 2019. "Implementasi The Celestial Management Pada Rumah Makan Preksu Ayam Geprek dan Susu di Yogyakarta Tahun 2019". *Skripsi*. Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Shaleha, W. M. (2023). *Workplace Sprituality dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Karyawan Perbankan Syariah*. Penerbit NEM. hlm, 47.

Siregar, N., & Hakim, F. (2018). Pengaruh pencitraan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan kampoeng Deli Medan. *Jumant*, 8(2), 87-96.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberty. hlm, 76.

Tawney, R. H. 2015. *Max Weber: Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wawancara dengan Pegawai Warung Preksu pada Tanggal 7 Agustus 2024