TRANSFORMASI BISNIS *WAROENG STEAK AND SHAKE* YOGYAKARTA TAHUN 2000-2022 M

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Humaniora (S.Hum)

Oleh:

Muflih Fathani Putra
18101020033

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI SEJARAH DAN KEBUDAYAAN ISLAM

FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muflih Fathani Putra

NIM : 18101020033

Program Studi : Sejarah dan Kebudayaan Islam

Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Transformasi Bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta Tahun 2000-2022 M" secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 4 Januari 2025

Penulis,

Muflih Fathani Putra

NIM : 18101020033

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ii

NOTA DINAS

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas
Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh.

Setelah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi seperlunya terhadap naskah skripsi yang berjudul **"Transformasi Bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta Tahun 2000-2022"** yang ditulis oleh:

Nama	: Muflih Fathani Putra
NIM	: 18101020023
Program Studi	: Sejarah dan Kebudayaan Islam

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 4 Januari 2025
Dosen Pembimbing

Dr. Imam Muhsin, M.Ag.
NIP. 197301081994031002

iii

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513949 Fax. (0274) 552883 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-442/Un.02/DA/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : TRANSFORMASI
BISNIS WAROENG STEAK AND SHAKE YOGYAKARTA TAHUN 2000-2022 M

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUFLIH FATHANI PUTRA
Nomor Induk Mahasiswa : 18101020033
Telah diujikan pada : Kamis, 20 Februari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Imam Muhsin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 67ce8e52850ad

Penguji I

Dra. Soraya Adnani, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 67ce8da53406a

Penguji II

Fatiyah, S.Hum., M.A
SIGNED

Valid ID: 67c8077ec7af8

Yogyakarta, 20 Februari 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya

Prof. Dr. Nurdin, S.Ag., S.S., M.A.
SIGNED

Valid ID: 67cf9ff6d7ce0

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO HIDUP

“Sedekah Membuat Usaha Kita Semakin Besar”

(Jody Brotosuseno)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku tercinta Bapak Drs. Dalhar Dawam & Ibu Sarmini Yang selalu hadir menyemangatiku, mengulurkan tangannya untuk selalu membantuku, dan tempatku pulang.

Untuk saudara-saudaraku Tisti Falihatun Nisa dan Zada Muhadzdzib Wikardo, keluarga, sahabat, dan teman-teman yang senantiasa memberi semangat, dan bantuan. Semoga menjadi pahala yang akan dibalas berlipat oleh Allah SWT.

Kepada para dosen yang tak pernah lelah untuk membimbingku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Waroeng Steak And Shake (WSS) adalah salah satu bisnis kuliner yang berpusat di Yogyakarta yang mengusung konsep restoran *steak* dengan tempat yang nyaman, namun dengan harga murah. WSS resmi berdiri pada 4 September 2000 di Jalan Cendrawasih Demangan Yogyakarta, sama seperti bisnis konvensional pada umumnya. Namun seiring pertumbuhannya, WSS mulai bertransformasi dari yang awalnya konvensional beralih ke *spiritual company*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap proses dan faktor apa saja yang mempengaruhi transformasi WSS dari bisnis konvensional ke *spiritual company*, serta apa saja dampak dari transformasi WSS bagi karyawan dan masyarakat sekitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan antropologi ekonomi dalam menganalisis kekuatan kebudayaan jika dihadapkan dengan munculnya perilaku dan perubahan ekonomi. Peneliti menggunakan teori antropologi ekonomi yang dikemukakan oleh Karl Paul Polanyi, bahwa ekonomi tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan budaya masyarakat. Pemilihan pendekatan ini bertujuan untuk melihat gejala ekonomi apa saja yang muncul dan bukan berfokus pada aspek material dan perilaku yang terlihat saja, tetapi juga pada motivasi dan latar belakang yang membentuk perilaku tersebut. Adapun teknik penulisannya menggunakan metodologi sejarah yang terdiri dari empat langkah sistematis, yakni pengumpulan sumber (*heuristik*), pengujian keabsahan sumber melalui kritik intern dan ekstern (*verifikasi*), pemaknaan terhadap data-data yang didapatkan (*interpretasi*) dan penulisan sejarah (*historiografi*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, WSS didirikan oleh pasangan suami istri Bapak Jody Brotosuseno dan Ibu Siti Haryani Nur Utami di teras depan rumah yang ia sewa. Kedua, WSS bertransformasi dalam tiga fase yakni, fase konvensional (2000-2007 M) merupakan masa perusahaan berorientasi pada keuntungan, fase transisi (2007-2010 M) merupakan masa-masa proses peralihan dari konvensional ke *spiritual company*, dan fase *spiritual company* (2010-2022) merupakan masa sepenuhnya WSS menjalankan *spiritual company*. Ketiga, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat transformasi WSS dari konvensional ke *spiritual company*. Transformasi ini berdampak positif pada pertumbuhan perusahaan, tercermin dari ekspansi gerai yang mencapai 107 cabang pada tahun 2022 serta peningkatan kesejahteraan karyawan dan masyarakat melalui berbagai program keagamaan dan sosial.

Kata Kunci : *Transformasi, Spiritual Company, Etika Bisnis*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اَلِهِ وَاَصْحَبِهِ أَجْمَعِيْنَ

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rezeki, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam tak pernah lupa selalu tercurahkan kepada junjungan umat, Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul "Transformasi Bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta Tahun 2000-2022 M" merupakan upaya penulis untuk memahami lebih dalam tentang *Waroeng Steak And Shake* dan proses perubahannya. Dalam kenyataannya proses penulisan penelitiannya tidak semudah yang dibayangkan. Peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak yang tulus membantu. Dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ketua Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Fatiyah, S.Hum, M.A.
5. Bapak Dr. Imam Muhsin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya maupun pemikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen pengajar Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam serta para staf bagian Tata Usaha Fakultas Adab dan Ilmu Budaya yang telah melayani dengan baik.
7. Seluruh keluarga tercinta khususnya kedua orang tua atas dukungan semangat dan kasih sayang yang penuh selama ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

8. Semua teman-teman prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam angkatan 2018 khususnya Ibnu Majah, Bintang, Ria, Ummi Wafiatun, Dimas Fahri Husaini dan Salma Yumna yang telah mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Bapak Jody Brotosuseno, Bapak Agung Priyono, Ustaz Muhammad Syamsuri dan Bapak Shohibul Halim yang bersedia meluangkan waktu untuk saya wawancarai.
10. Terakhir, kepada siapapun yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Demikianlah ucapan terima kasih dan hormat penulis, semoga kebaikan dan dukungan dari semua pihak Allah balas dengan pahala yang berlipat. Penulis sadar bahwa skripsi ini banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat di harapkan.

Yogyakarta, 4 Januari 2025

Penulis,

Muflih Fathani Putra

NIM: 18101020023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

NOTA DINAS ..... **iii**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... **iv**

MOTTO HIDUP ..... **v**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**

ABSTRAK ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan dan Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 8
D. Tinjauan Pustaka 9
E. Landasan Teori 12
F. Metode Penelitian 14
G. Sistematika Pembahasan 18

BAB II PROFIL WAROENG STEAK AND SHAKE YOGYAKARTA **20**

A. Sejarah *Waroeng Steak And Shake* 20
   1. Latar Belakang Pendiri Waroeng Steak And Shake Yogyakarta 22
   2. Visi & Misi Waroeng Steak And Shake Yogyakarta. 28
B. Perkembangan *Waroeng Steak And Shake Yogyakarta* 30

BAB III TAHAPAN TRANSFORMASI BISNIS WAROENG STEAK AND SHAKE **33**

A. Masa Konvensional (2000-2007 M) 33
B. Masa Transisi (2007-2010 M) 36

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

C. Masa *Spiritual Company* (2010-2022 M) 39
D. Faktor Pendukung Transformasi 42
1. Kepemimpinan yang Visioner 42
2. Dukungan dari Manajemen 44
3. Finansial yang Sehat 46
E. Faktor Penghambat Transformasi 47
1. Resistensi Terhadap Perubahan 48
2. Kompleksitas Integrasi Sistem 48
3. Perbedaan Tingkat Pemahaman dan Komitmen 49
BAB IV KEGIATAN SPIRITUAL COMPANY SERTA DAMPAKNYA BAGI MASYARAKAT SEKITAR 51
A. Aktivitas *Spiritual Company* bagi Karyawan 51
1. *Waroeng* Akademi 51
2. Salat Fardu Berjamaah 52
3. Membaca dan Menghafal Al-Quran 52
4. Pengajian Karyawan 53
5. Puasa Sunah 54
6. Berhenti Merokok 54
B. Aktivitas *Spiritual Company* bagi Masyarakat 55
1. Pengajian dengan Warga Sekitar Outlet 55
2. Tabligh Akbar 55
3. Desa Binaan 56
C. Kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility)* Waroeng Steak And Shake Yogyakarta 57
1. Program Sedekah Nasional 57
2. Donor Darah 59
3. Kajian Rutin Setiap Bulan 60
4. Menyantuni Anak Yatim 61
5. Bantuan Bencana Alam 63
6. Undian Umroh bagi Karyawan 64
D. Dampak Transformasi bagi *Spiritual Company* di Yogyakarta dan Masyarakat Sekitar 65
1. Menginspirasi bagi Perusahaan Lain 65
2. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Perekrutan Karyawan 68

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V PENUTUP 70

A. Kesimpulan 70

B. Saran 72

DAFTAR PUSTAKA 76

LAMPIRAN-LAMPIRAN 79

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 101

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Sertifikat Halal & Rekor Muri..... 79

Lampiran 2 : Daftar Cabang dan Alamat di Yogyakarta 80

Lampiran 3 : Angkatan dan Peserta Umroh Gratis 80

Lampiran 4 : Daftar Menu..... 81

Lampiran 5 : Dokumen Profil & *Spiritual Company*..... 82

Lampiran 6 : Program CSR..... 88

Lampiran 7 : Tabligh Akbar *Spiritual Company* 91

Lampiran 8 : Poster Kajian 92

Lampiran 9 : Poster Dakwah & Gerakan Sosial 93

Lampiran 10 : Dokumentasi Penelitian..... 97

Lampiran 11 : Daftar Informan Wawancara 100

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia mulai bangkit dan berkembang pasca orde baru, khususnya di sektor industri kuliner yang mengalami pertumbuhan pesat selama beberapa dekade terakhir. Perkembangan ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis, seiring dengan perubahan budaya, nilai-nilai, dan tuntutan konsumen yang semakin beragam. Salah satu perubahan menarik yang muncul dalam beberapa tahun terakhir adalah *transformasi bisnis*[1] dari model *konvensional*[2] menjadi konsep bisnis yang lebih kompleks dan berkelanjutan. Seiring dengan peningkatan kesadaran sosial dan pergeseran nilai-nilai dalam masyarakat, banyak perusahaan berusaha mencari cara untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan etika bisnis dalam standar operasional mereka.

Dalam perkembangan industri kuliner di Yogyakarta, *Waroeng Steak and Shake* muncul sebagai salah satu pelaku utama yang mencerminkan perkembangan tren tersebut. *Waroeng Steak And Shake* merupakan asal mula dari bisnis *Waroeng* Group yang menggurita bergerak di berbagai sektor dan memiliki banyak cabang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[1] Transformasi Bisnis merupakan proses perubahan yang diperlukan oleh perusahaan dari suatu kondisi ke kondisi lain untuk mencapai sesuatu yang bisa lebih baik dalam menghadapi dan beradaptasi dengan tantangan bisnis yang akan datang. Perubahan bisa dilatarbelakangi dari pengaruh luar atau dorongan dalam diri untuk suatu situasi yang lebih baik. Lihat Herminawaty Abubakar, *"Transformasi Bisnis dan kinerja Usaha"* (Purwokerto, Pena Persada, 2021) hlm. 38.

[2] Bisnis Konvensional adalah kegiatan ekonomi yang dilandasi untuk mencapai keuntungan maksimum dengan memanfaatkan sebesar-besarnya sumber daya manusia dan sumber daya alam tanpa memikirkan keberlanjutan di masa depan. Lihat Nurlina T. Muhyiddin, dkk. "*Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*." (Malang : Peneleh, 2020) hlm. 9.

di Indonesia. *Waroeng Steak and Shake* (WSS) menjadi ide usaha yang menarik karena stigma mahal pada kebanyakan masakan Eropa khususnya pada *steak.*[1] Masyarakat pada umumnya beranggapan bahwa steak merupakan makanan yang hanya bisa dinikmati kalangan menengah atas, dari stigma tersebut muncullah ide membuat tempat makan *steak* dengan harga kaki lima yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa dan masyarakat dengan ekonomi menengah bawah. Pemilihan nama *Waroeng* agar terdengar berbeda dengan umumnya yang diberi nama kafe atau restoran.[2] Daftar harga besar dipajang di depan warung agar pembeli bisa langsung mengetahui harga menu yang murah jika dibandingkan dengan *steak* lainnya. Ciri khas lain WSS jika dibandingkan dengan restoran *steak* konvensional yang biasanya menghidangkan kentang, kacang panjang, wortel atau sejenisnya sebagai pelengkap, WSS turut menyajikan nasi putih sebagai pendamping hidangan *steak.*[3]

Waroeng Steak and Shake resmi berdiri pada tanggal 4 September tahun 2000 oleh Jody dan istrinya di teras kontrakannya berukuran 9x5 meter di Jalan Cendrawasih no.30 Demangan Yogyakarta.[4] Alasan Jody memilih usaha *steak* tidak lepas dari pengaruh ayah Jody yang memiliki restoran *steak* bernama *Obonk Steak* dengan target market kelas menengah atas. Dari sinilah, mereka muncul ide bisnis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[1] Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, steak berarti daging sapi, babi, ikan, atau ayam yang dipotong lebar sebesar telapak tangan dengan ketebalan 1,5 cm dan dibumbui lada serta garam atau bumbu lainnya, lalu dipanggang atau digoreng dengan mentega.

[2] Wawancara dengan Bapak Agung di kantor PT. Waroeng Steak Indonesia, Jl. Nusa Indah No.38 Dusun Manggung Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta, 14 Januari 2025

[3] Edi Noersasongko, Dwiarso Utomo, Yohan Wismantoro.*"Kewirausahaan - Strategi Mengepung: Pelanggan Menjadi Puas, Pesaing Sesak Napas Perhatian".* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018) hal. 111.

[4] Dokumen, "Profil *Waroeng* Group", data diambil pada 02 Oktober 2024, pukul 12.30 WIB.

baru untuk membuka tempat makan *steak* yang menjangkau masyarakat menengah ke bawah, namun rasa tetap bintang lima.[5] Tepat ulang tahun yang ke-22 pada 4 September 2022 *Waroeng Steak and Shake* tercatat dalam Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai "Restoran Steak Halal Dengan Outlet Terbanyak (102 outlet)".[6] Cabang WSS berkembang ke seluruh Indonesia antara lain di Yogyakarta, Semarang, Solo, Magelang, Medan, Pekanbaru, Palembang, Lampung, Bandung, Sumedang, Jakarta, Bogor, Bali, Surabaya, Cirebon, Tegal, dan Makassar serta telah mempekerjakan lebih dari 1.800 karyawan. Walaupun sudah berkembang dengan pesat namun WSS tidak mewaralabakan untuk membuka cabang barunya.[7] Saat ini fokus utama WSS adalah pasar Indonesia, namun tidak akan membatasi jika ada kemungkinan untuk ekspansi ke luar negeri dengan sistem waralaba.

Perusahaan ini mengalami transformasi yang cukup signifikan. Mereka tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga mulai fokus menanamkan nilai spiritual, etika bisnis Islam, dan dampak sosial positif dalam operasional mereka. WSS perlahan mulai bertransformasi menjadi perusahaan *Spiritual Company (SC)*[8] yang mengintegrasikan prinsip-prinsip spiritual dan etika

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[5] Lucky Juwana, "*Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi pada Spiritual Company di Outlet-outlet Waroeng Group)*", skripsi dari Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2013, hlm. 46.

[6]Aylawati Sarwono, "*Museum Rekor Dunia Indonesia MURI volume XI",* (Jakarta, Elex Media Komputindo, 2023) hal. 44.

[7] Edi Noersasongko, Dwiarso Utomo, Yohan Wismantoro.*"Kewirausahaan - Strategi Mengepung: Pelanggan Menjadi Puas, Pesaing Sesak Napas Perhatian".* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018) hal. 111.

[8] Secara umum istilah *Spiritual Company* merujuk pada spiritualitas di tempat kerja, lebih tepatnya perusahaan yang memperhatikan aspek-aspek spiritual dengan tujuan akhirat, moralitas, kedamaian dan mengikuti suara hati nurani demi keberlanjutan bisnis jangka panjang. Anis Sofyan, "*Implemetasi Manjemen Sumber Daya Manusia Berbasis Spiritual Company di Waroeng Steak And*

dalam bisnis mereka. Di Yogyakarta terdapat beberapa bisnis yang serupa dengan *spiritual company* walaupun dengan penyebutan atau istilah yang digunakan berbeda serta kegiatan yang tidak sebanyak WSS. Bisnis yang berbasis etika Islam yang ada di Yogyakarta antara lain seperti, Preksu (Ayam Geprek Susu), *Waroeng* SS (Serba Sambal), dan Supermarket Pamella. Era *spiritual company* WSS dimulai pada masa kebangkitan organisasi yakni pada tahun 2007 saat Pak Jody selaku pemilik WSS diperkenalkan dengan Ustaz Yusuf Mansur. Kegiatan spiritual meliputi sholat fardhu, tahajud, dhuha, puasa sunnah, tilawatil quran, kajian, shodaqoh, dan hafalan surat pendek. Kegiatan spiritual wajib dijalankan oleh seluruh komponen mulai dari owner sampai jabatan terbawah organisasi. Sejak bertransformasi ke *spiritual company* pada tahun 2010 WSS berkembang pesat dari yang awalnya 43 outlet dan 800 karyawan dalam kurun waktu 4 tahun meningkat sampai 102 outlet dan 1500 karyawan.

Berbeda dengan beberapa perusahaan yang pada pencapaian keuntungan finansial, WSS lebih memilih untuk menekankan nilai-nilai *spiritual* pada seluruh karyawan termasuk owner dan atasan. Upaya tersebut memiliki tujuan untuk menghadirkan lingkungan kerja yang kondusif serta etos kerja Islami, yakni prinsip kerja yang didasari oleh konsep iman dan amal sholeh.[9] WSS menciptakan lingkungan yang mendukung, terdapat papan-papan kecil hiasan dinding di berbagai sudut outlet berisi ajakan kebaikan (Amar Ma'ruf) dengan redaksi

Shake Yogyakarta", skripsi dari Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2021, hlm. 60.

[9]Badaruddin, *Etos Kerja dan Paradigma Wirausaha Muslim : Perspektif Budaya*, (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2010), hlm. 30.

keislaman.[10] Meski para karyawan telah disibukkan dengan tugas masing-masing yang bekerja tanpa ada pergantian karyawan mulai pukul 11:00-22:00 kecuali hari Jumat buka jam 13:00, namun hal tersebut tidak menghalangi para karyawan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai spiritual yang telah diterapkan perusahaan.

WSS berusaha untuk menanamkan nilai-nilai spiritual ke setiap karyawan maka dibentuklah departemen sendiri dengan model *Spiritual Company* sebagai divisi dakwah perusahaan. *Spiritual Company* berupaya menjadikan motivasi karyawan lebih terarah pada nilai luhur Islam yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadis. Terdapat beberapa kualifikasi khusus yang harus dipenuhi oleh calon karyawan WSS, yakni laki-laki, beragama Islam, mampu membaca Al-Quran dan doa-doa Islam, serta memiliki karakteristik yang baik dalam pekerjaan dan pelayanan publik. Meskipun mereka belum fasih dalam keterampilan tersebut, mereka akan difasilitasi untuk dibimbing dan dilatih[11]. WSS tidak hanya memberikan program spiritual bagi para karyawan, namun juga mengadakan pengajian dua minggu sekali yang ditujukan kepada 200 masyarakat sekitar. Selain itu, bakti sosial pada momen tertentu, misalnya pada perayaan Islam serta terdapat program amal tahunan yang besar seperti pemberian 1000 piring *steak* untuk 1000

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[10]Arin Setiyowati, Kholifatu Azqiya, dan Umriyah. "The Behavior of Islamic Producer in Supplying Halal Food at Laziza and *Waroeng Steak and Shake* Surabaya", jurnal *Simposium Internasional Borobudur ke-1*, Vol. 436, No. 3, th. 2019, hlm. 119.

[11]Farihatul Qamariyah. "*Waroeng Steak* Spritual Company in the Context of Post-Capitalism", *Shirkah: Journal of Economics and Business*, Vol. 2, No. 2, tahun 2017, hlm. 243.

panti asuhan yang tersebar di seluruh kabupaten Indonesia melalui restoran cabang WSS.[12]

Studi transformasi bisnis WSS menjadi *Spiritual Company* adalah topik yang unik, terutama dalam konteks bisnis kuliner di Yogyakarta yang menerapkan konsep bisnis yang berbeda jika dibandingkan dengan restoran *steak* pada umumnya. Penelitian ini mencoba menjelaskan faktor-faktor apa saja yang melatar belakangi terjadinya perubahan, proses implementasi nilai-nilai spiritual dalam bisnis mereka, dan dampak dari transformasi ini terhadap keberlanjutan bisnis dan hubungan mereka dengan pelanggan. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan omset bisnis secara konsisten (dari 33 outlet pada 2010 menjadi 64 outlet pada 2013), tetapi juga membentuk budaya kerja berbasis tauhid, kejujuran, dan kepedulian sosial melalui inisiatif seperti *Waroeng* Akademi, *Waroeng* Peduli, dan desa binaan.

Adanya penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih mendalam tentang sejarah WSS mulai berdiri hingga menjadi *Spiritual Company*, serta menganalisis proses transformasi bisnis WSS periode 2000-2022, mengkaji peran konsep *spiritual company* dalam membangun identitas perusahaan, serta menjelaskan dampaknya terhadap penguatan budaya Islami internal dan kontribusi sosial eksternal, sebagai studi kasus integrasi nilai spiritual dalam bisnis modern di Indonesia.. Studi ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi pemilik bisnis lainnya serta alternatif model dalam pengelolaan bisnis dan pengembangan sumber

[12] *Ibid* 245.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

daya manusia. Melalui analisis mendalam terhadap WSS, penelitian ini akan membantu mengidentifikasi tren dan tantangan yang terkait dengan transformasi bisnis ke arah nilai-nilai spiritual dan etika, sehingga dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan dan masyarakat umum yang semakin sadar akan pentingnya tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini akan berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan penting tentang perjalanan WSS sebagai studi kasus dalam mengubah bisnis konvensional menjadi *Spiritual Company*, serta implikasinya dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam dunia bisnis kuliner.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulisan ini memfokuskan pada transformasi, dimulai dari asal mula perintisan hingga berkembang menjadi sebuah perusahaan yang banyak cabang di Indonesia. Fokus utamanya pada proses dan faktor-faktor transformasi bisnis WSS dari model konvensional ke *Spiritual Company*. Transformasi ini mencakup perubahan dalam nilai-nilai, praktik bisnis, dan dampak sosial perusahaan. Pengambilan batasan masalah pada tahun 2000 hingga 2022 supaya pembahasan tidak melebar dan lebih fokus. Pemilihan tahun 2000 adalah awal WSS mulai resmi berdiri. Tahun 2022 M merupakan batas akhir penelitian, karena pada tahun tersebut WSS sudah mulai mengevakuasi dan mengadaptasi kegiatan *spiritual company* tidak sepadat dulu saat awal pembuatan divisi *spiritual company*. Maka dari penjelasan diatas, penelitian ini berusaha menjawab beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1. Bagaimana sejarah berdirinya *Waroeng Steak And Shake*?
2. Bagaimana transformasi bisnis *Waroeng Steak And Shake*?
3. Bagaimana dampak transformasi bisnis *Waroeng Steak And Shake*?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai, antara lain:

1. Mengkaji lebih dalam sejarah berdirinya *Waroeng Steak and Shake*.
2. Memaparkan proses Waroeng *Steak and Shake* bertransformasi.
3. Menjelaskan dampak apa saja setelah *Waroeng Steak and Shake* bertransformasi ke *spiritual company*.

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat yang penting, diantarannya:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi tentang sejarah, khususnya sejarah ekonomi Islam.
2. Sebagai sumbangan peneliti terhadap khazanah keilmuan sejarah, terutama tentang bisnis yang revolusioner mengembangkan strategi bisnis yang bisa eksis sampai saat ini.
3. Sebagai panutan dalam kehidupan sehari-hari dan inspirasi dalam bisnis Islam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan pembahasan yang terstruktur mengenai hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Tujuan utamanya adalah untuk menampilkan kontribusi unik penelitian dan mencegah duplikasi penelitian yang telah ada. Saat ini telah banyak penelitian di berbagai bidang ilmu pengetahuan, termasuk perusahaan WSS. Terdapat beberapa penelitian memiliki subjek yang serupa mengenai perusahaan WSS, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki kesamaan pada beberapa penelitian sebelumnya. Walaupun dengan pendalaman dan perspektif analisis yang berbeda, sehingga dapat menjadi referensi atau pembanding dalam penelitian ini. Beberapa karya tersebut adalah:

Pertama, skripsi yang berjudul *"Implementasi Syariah Marketing di Waroeng Steak and Shake Yogyakarta"* yang ditulis oleh Muhammad Ihsan Maulani, mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga tahun 2014. Skripsi ini memaparkan implementasi karakteristik dan prinsip-prinsip syariah marketing di *Waroeng* Steak and Shake Yogyakarta. Pembahasan detail mulai tahap menyusun program, hingga mengevaluasinya. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada fokus studi sejarah dan transformasi bisnis *Waroeng Steak And Shake* dari konvensional ke *spiritual company* dalam kurun waktu 2000-2022 serta faktor perubahannya. Keterkaitan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada pembahasan perkembangan *Waroeng Steak And Shake* serta profil bapak Jody dan ibu Aniek selaku pemilik.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kedua, terdapat jurnal yang berjudul *"Pengembangan Organisasi Berbasis Spiritual (Studi Kasus: Waroeng Group Yogyakarta)"* karya Haruni Ode. Artikel ini diterbitkan oleh jurnal *URECOL, Vol. 3, No. 2, Februari 2018*. Jurnal tersebut membahas tentang pengembangan organisasi pada *Waroeng* Group berbasis *spiritual* sebagai penguatan dalam menghadapi tantangan dan persaingan. Dalam perjalanannya, peran pemimpin dengan perilaku *spiritual* wajib diikuti oleh seluruh komponen yang berpengaruh besar bagi perkembangan *Waroeng* Group. Adapun perbedaan antara jurnal ini dengan penulis ialah dari segi fokus kajian, penulis lebih berfokus pada sejarah, proses dan faktor transformasi model bisnis *Waroeng Ste*ak *And Shake* Yogyakarta dalam kurun waktu tahun 2000-2022, sedangkan jurnal tersebut berfokus pada perkembangan organisasi yang berbasis *spiritual company*. Keterkaitan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada pembahasan kegiatan *spiritual company* yang dijalankan WSS untuk mengembangkan sumber daya manusia.

Ketiga, sebuah skripsi dengan judul *"Spiritual Company Ayam Geprek Susu Yogyakarta (Perspektif Etika Bisnis)"* karya Alibaba, mahasiswa Program Filsafat Agama UIN Sunan Kalijaga tahun 2018. Skripsi ini fokus membahas tentang pelaksanaan kegiatan *spiritual company* ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Bentuk *spiritual company* diantaranya, sedekah makanan bagi yang berpuasa Senin Kamis, kajian Jumat pagi, shalat berjamaah, tadarus dan tahsin, bakti sosial, serta berpakaian syar`i. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada topik pembahasan tentang model bisnis restoran berlandaskan etika bisnis Islam. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yakni pada fokus kajian

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

proses transformasi model bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta mulai tahun 2000-2022 serta faktor apa saja yang mempengaruhi transformasi tersebut. Pembaharuan dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah untuk mengetahui faktor apa yang mendorong *Waroeng Steak And Shake* berkembang lebih besar dan lebih cepat dibandingkan perusahaan lain yang sama-sama menerapkan *Spiritual Company*.

Keempat, skripsi yang berjudul *"Perkembangan Bisnis Pamella Group di Yogyakarta Tahun 1975-2018 M"* yang ditulis oleh Anisah, mahasiswa Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam UIN Sunan Kalijaga tahun 2022. Skripsi ini memaparkan tentang sejarah Pamella Group berdiri, berkembang berlandaskan syariat dan norma Islam serta berdampak bagi masyarakat sekitar. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada fokus kajian sejarah dan transformasi model bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta dalam kurun waktu 2000-2022 serta faktor-faktor transformasi bisnis konvensional ke *spiritual company*. Keterkaitan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada pembahasan bisnis serta perkembangan yang dilakukan oleh seorang yang mampu berdampak besar bagi masyarakat luas khususnya dalam dunia bisnis Islam.

Karya ilmiah yang sudah disebutkan diatas, peneliti tidak menemukan penulisan yang membahas secara detail tentang sejarah, proses dan faktor pendukung transformasi bisnis konvensional ke *spiritual company*, latar belakang transformasi usaha yang berlandaskan norma, syariat serta etika Islam. Walaupun ada hanya sekilas saja dijelaskan dalam karya ilmiah, namun bukan menjadi fokus

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

utama. Pada penelitian ini, penulis memposisikan diri untuk melanjutkan karya ilmiah yang telah ada, terlebih fokus terkait proses serta faktor yang membuat bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta berkembang ke model *spiritual company* dalam kurun waktu tahun 2000 hingga tahun 2022.

E. Landasan Teori

Penelitian dengan judul "Transformasi Bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta Tahun 2000-2022 M" menggunakan pendekatan antropologi ekonomi. Penelitian ini berfokus pada sejarah serta faktor apa saja yang mendukung dan menghambat proses transformasi *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta dari model bisnis konvensional ke *spiritual company*. Pendekatan antropologi ekonomi bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebudayaan dapat mempengaruhi perubahan ekonomi dan munculnya perilaku, serta kajian antropologi ekonomi bersifat historikal dan diakronik.[13] Penting untuk dipahami bahwa gejala ekonomi tidak seluruhnya ditentukan oleh faktor ekonomi saja. Tetapi faktor non-ekonomi, seperti sosial budaya juga sangat berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku ekonomi masyarakat modern.[14]

Salah satu tolak ukur kesuksesan sebuah bisnis adalah berhasil dalam mengelola budaya perusahaan. Budaya perusahaan memiliki tiga bentuk, yakni: produk yang dihasilkan perusahaan (artefak), interaksi antar karyawan dan lingkungan (sistem perilaku), serta nilai-nilai perusahaan yang mencangkup

[13]Koentjaraningrat, *Sejarah Teori Antropologi II* (Jakarta: Penerbit UI Press, 2010), hlm. 174.

[14] Sjafri Sairin dkk., *Pengantar Antropologi Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 8.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

norma, etos kerja, visi, misi, strategi, dan spirit perusahaan (sistem nilai).[15]

Penelitian ini menggunakan teori antropologi ekonomi substantif yang dikemukakan oleh Karl Paul Polanyi yang menekankan hubungan erat antara ekonomi dengan aspek-aspek sosio-budaya. Menurut teori ini, bahwa kegiatan ekonomi bukan hanya pada tampak luarnya saja (produk dan perilaku yang tampak saja), namun memperhatikan juga pada pemikiran yang melatar belakangi terwujudnya produk dan perilaku tersebut. Melihat fenomena ekonomi seperti itu menyebabkan aliran substantif memberikan perhatian khusus pada struktur, fungsi dan makna simbolik dari pranata, perilaku dan organisasi sosial yang terkait dengan kegiatan ekonomi. Secara garis besar teori antropologi ekonomi substantif Polanyi mengkaji masalah ekonomi sekaligus secara bersamaan mengkaji aspek sosio-kultural yang melekat pada masalah tersebut. Polanyi berpendapat bahwa tugas antropolog adalah mengidentifikasi karakteristik yang khas dari setiap ekonomi dan menganalisis hubungannya dengan kebudayaan serta organisasi sosial.[16]

Penelitian ini berfokus pada pengaruh budaya Islam dalam perkembangan *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta. Untuk menganalisis transformasi bisnis WSS tidak cukup ditinjau dari aspek ekonomi atau material saja. Penting juga untuk memperhatikan pemikiran yang menjadi fondasi dalam menjalankan bisnis.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[15]Steven Sumolang, Dunia Bisnis dan Antropologi, diakses dari https://kebudayaan.kemdikbud.go.id pada 4 Oktober 2024.

[16]Sjafri Sairin dkk., *Pengantar Antropologi Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 109-114.

Relevansi dengan penjelasan di atas bahwa nilai-nilai Islam di perusahaan WSS mampu mempengaruhi perilaku dan mengubah bisnis WSS menjadi *Spiritual Company*.

F. Metode Penelitian

Penelitian dengan judul "Transformasi Bisnis *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta Tahun 2000-2022 M" merupakan jenis penelitian lapangan dan menggunakan metode penelitian sejarah. Menurut pendapat Louis Gottschalk yang dimaksud dengan metode sejarah adalah serangkaian tahapan-tahapan memeriksa dan menganalisis secara kritis catatan, dokumen, serta sisa-sisa masa lampau yang otentik dan dapat dipercaya, kemudian membuat interpretasi dan sintesis atas fakta-fakta tersebut menjadi kisah sejarah yang dapat dipercaya.[17] Dalam metode penulisan sejarah terdapat empat komponen yang harus dilalui secara bertahap, yakni: heuristik (pengumpulan sumber), verifikasi (kritik sumber), interpretasi (analisis data), dan historiografi (penulisan sejarah).[18]

1. Heuristik

Heuristik memiliki arti memperoleh atau menghimpun sumber yang berupa catatan, kesaksian dan fakta-fakta lain yang bisa memberikan penggambaran mengenai sebuah insiden yang menyangkut kehidupan manusia.[19] Heuristik merupakan tahap awal dalam metode sejarah, yang mana peneliti harus

[17] A. Daliman, *Metode Penelitian Sejarah* (Yogyakarta: Ombak, 2012), hlm. 27-28.

[18] Kuntowijoyo, *Pengantar Ilmu Sejarah,* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013). hlm.73-82.

[19] Dien Madjid dan Johan Wahyudi, *Ilmu Sejarah: Sebuah Pengantar* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hlm. 219.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

mengumpulkan sumber-sumber ataupun data informasi yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Pengumpulan sumber dalam penelitian ini menggunakan sumber-sumber lisan dan tulisan, baik data primer maupun sekunder. Sumber primer peneliti dapatkan melalui proses observasi ke outlet-outlet WSS di Yogyakarta, kantor pusat WSS, dan wawancara orang-orang yang terlibat dalam subjek penelitian. Adapun narasumber yang diwawancarai yaitu Bapak Jody Brotosuseno selaku pemilik usaha, Ustaz Muhammad Syamsuri selaku kepala divisi *Spiritual*, Bapak Agung Priyono selaku HRD, dan juga Bapak Shohibul Halim selaku Manajer Operasional. Sumber sekunder peneliti dapatkan dari media sosial serta spanduk yang terpampang di WSS, informasi yang terdapat di WSS cabang Demangan, dan catatan lainnya yang didapatkan dari Perusahaan WSS. Selain itu peneliti juga mengumpulkan sumber tertulis misalnya buku, jurnal, skripsi, artikel, surat kabar *online* dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Pencarian dilakukan dengan berkunjung langsung ke kantor pusat WSS yang berada di Jalan Nusa Indah No.38, Manggung, Condongcatur, Depok, Sleman. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Perpustakaan Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Perpustakaan Kota Yogyakarta, dan Perpustakaan FIB Universitas Gadjah Mada.

Selain sumber tertulis peneliti juga mengumpulkan sumber berupa foto-foto kegiatan program spiritual, foto daftar menu, dan bangunan cabang-cabang milik perusahaan. Peneliti juga mengikuti webinar, kajian atau acara lainnya via zoom meeting dan *live* youTube yang berkaitan dengan bisnis *Waroeng Steak And Shake*. Dalam mengumpulkan sumber, peneliti menghadapi beberapa kendala yakni

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

keterbatasan sumber-sumber primer berupa arsip. Hal in disebabkan oleh kurangnya perhatian perusahaan terhadap pentingnya pengelolaan arsip.

2. Kritik (Verifikasi)

Setelah seluruh sumber atau bukti historis terkumpul, tahapan selanjutnya ialah kritik atau verifikasi untuk mendapatkan keabsahan sumber agar tidak terjadi kesalahan dalam pemakaiannya. Dalam tahapan kritik yang harus diuji adalah otentisitas (keaslian sumber) yang bisa dilakukan dengan kritik ekstern, dan kredibilitas (kesahihan sumber) dapat ditelusuri dengan kritik intern. Misalnya membandingkan hasil wawancara tokoh utama dengan narasumber lain yang diwawancarai, mencocokkan dokumen pendukung penelitian dengan dokumen yang lain dan seterusnya hingga menemukan fakta.[20]

Peneliti melakukan kritik ekstern pada sumber lisan dengan cara mencari identitas narasumber, seperti posisi atau kedudukan dan umur narasumber. Kritik intern pada sumber lisan dengan mengkritisi serta membandingkan informasi yang diutarakan oleh narasumber dengan narasumber lainnya.

3. Interpretasi

Setelah melakukan kritik, baik itu kritik ekstern maupun intern hingga menemukan fakta, maka tahapan selanjutnya adalah menginterpretasi fakta yang didapatkan. Interpretasi, yaitu melakukan analisis dan penafsiran terhadap suatu peristiwa sejarah berdasarkan pada sumber-sumber yang telah dikritik.[21] Dalam

[20] Dudung Abdurrahman, *Metode Penelitian Sejarah Islam* (Yogyakarta: Ombak, 2011), hlm. 108.

[21] *Ibid*, hlm 103-104

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tahapan interpretasi sejarah, peneliti harus memahami faktor-faktor apa saja yang mengakibatkan terjadinya peristiwa tanpa meninggalkan sisi objektifnya.[22]

Dalam tahap ini, penulis menggunakan berbagai sumber sejarah terpercaya yang telah melewati tahap verifikasi. Selanjutnya, sumber-sumber tersebut diinterpretasikan, baik melalui analisis (menguraikan) maupun sintesis (mengumpulkan), sesuai dengan kebutuhan dalam pembahasan dan kemampuan penulis. Analisis dilakukan dengan cara menguraikan permasalahan yang diteliti dari sumber-sumber yang sudah didapatkan. Untuk pembahasan mengenai transformasi, penulis menganalisis hasil wawancara dengan jajaran penting direksi, pemilik usaha, staf pegawai serta masyarakat yang aktif berperan. Dalam penulisan ini, mulai dari tahap interpretasi, penulis dibantu dengan pendekatan, dan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya. Kemudian sintesis atau menggabungkan beberapa fakta sejarah yang ada sehingga menghasilkan kesimpulan yang menyeluruh (komprehensif), dengan didukung berbagai sumber sekunder sebagai pembanding. Untuk pembahasan profil perusahaan, penulis memadukan sumber lisan dan sumber tulisan agar informasi yang didapatkan lebih akurat dan faktual.

4. Historiografi

Setelah melalui tahap pengumpulan data, kritik sumber, interpretasi sumber, hal yang dilakukan dalam tahap terakhir adalah penulisan sejarah atau historiografi. Berdasarkan metode penulisan sejarah maka peneliti berusaha menjelaskan hasil penelitian yang membahas tentang transformasi Bisnis *Waroeng Steak And Shake*

[22] *Ibid.* hlm 114.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

secara sistematis dan kronologis (runtut) sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI). Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Seluruh informasi faktual yang telah melalui tahapan-tahapan metode penelitian sejarah pada akhirnya ditulis dan dapat disajikan menjadi sebuah karya penelitian yang objektif.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab untuk menguraikan dari setiap babnya secara mendetail dan sistematis, supaya menghasilkan pemahaman yang menyeluruh. Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari tujuh sub bab pembahasan yakni latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab ini bertujuan untuk menjawab alasan penting dilakukannya penelitian ini serta memberikan gambaran komprehensif tentang keseluruhan proses penelitian sekaligus pengantar untuk pembahasan pada bab-bab selanjutnya.

Pada bab kedua, menjelaskan tentang *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta meliputi latar belakang awal pendirian, visi misi, dan perkembangan. Penjelasan dalam bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran utuh tentang sejarah berdirinya *Waroeng Steak And Shake*, visi misi, dan perkembangan perusahaan. Poin selanjutnya membahas tentang *Waroeng Steak And Shake* dalam proses bertransformasi ke *spiritual company* yang berlandaskan etika bisnis Islam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pada bab ketiga merupakan bab inti kajian ini yang menjelaskan mengenai proses transformasi *Waroeng Steak And Shake* Yogyakarta. Uraian bab ini dimaksudkan untuk menjelaskan tahapan-tahapan transformasi *Waroeng Steak And Shake* ke dalam tiga periode yakni periode konvensional, transisi dan *spiritual company*. Hal ini perlu dijelaskan untuk menguraikan faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendorong bisnis *Waroeng Steak And Shake* bertransformasi. Untuk memberikan gambaran yang utuh tentang *spiritual company* maka detail kegiatan dan dampak transformasi akan dijelaskan pada bab selanjutnya.

Bab keempat, bab ini memaparkan detail kegiatan *spiritual company Waroeng Steak and Shake* Yogyakarta serta dampaknya bagi masyarakat sekitar. Pembahasan terbagi menjadi empat sub bab yakni kegiatan *spiritual company* bagi karyawan, kegiatan *spiritual company* bagi masyarakat sekitar, kegiatan CSR (*Courporate Social Responsibility)*, dan dampak transformasi bagi karyawan *Waroeng Steak and Shake* dan masyarakat luas.

Bab kelima, merupakan bagian akhir dari penulisan ini yang berisi penutup dan kesimpulan dari uraian pembahasan bab I sampai bab IV sehingga rumusan masalah dapat terjawab. Pada bab lima juga berisi lampiran yang diperlukan dalam penelitian ini, dan saran agar penelitian ini menjadi lebih baik serta rujukan bagi penelitian selanjutnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Merujuk pada temuan penelitian tentang transformasi bisnis WSS Yogyakarta dalam kurun waktu tahun 2000 sampai 2022 M, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, bisnis WSS berawal dari sebuah tempat makan *steak* yang berada teras kontrakan. WSS didirikan oleh pasangan suami istri, Bapak Jody Brotosuseno dan Ibu Siti Haryani Nur Utami atau yang sering di panggil Ibu Aniek. Pak Jody dan Ibu Aniek dengan konsistensinya membangun WSS dan terus melakukan ekspansi dengan mengajak saudara atau teman untuk membantu permodalan. Dalam perkembangannya bisnis WSS mampu bersaing dengan kompetitor karena memberikan harga yang relatif terjangkau. Strategi ini tepat sasaran dengan target pasar WSS yakni kelas ekonomi menengah ke bawah serta kalangan mahasiswa. WSS juga mempunyai lokasi yang strategis untuk menunjang keberhasilan mencapai target. Faktor lain karena WSS memiliki nilai jual lebih yakni dengan menyediakan nasi sebagai pendamping yang lebih cocok dengan lidah masyarakat Indonesia.

Kedua, pada mulanya WSS sama seperti perusahaan konvensional pada umumnya yang tidak begitu memperhatikan hal-hal religius. Namun seiring perkembangannya mulai bertransformasi ke *spiritual company* yang mendasarkan kegiatan kerja pada Al Quran dan Hadis. Inspirasi penerapan *spiritual company*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

datang dari Ustaz Yusuf Mansur yang menyarankan konsep berbasis *spiritual* seperti yang diterapkan AA Gym di Manajemen Qolbu. Transformasi ini kemudian dikembangkan melalui pembentukan departemen *spiritual company* yang dipimpin oleh Ustaz Muhammad Syamsuri sebagai Direktur *Spiritual Company.* Penerapan *spiritual company* di WSS mencakup beberapa program utama: (1) Pembinaan *spiritual* karyawan melalui pengajian rutin, pembelajaran Al Quran, dan kontrol ibadah, (2) Program Sedekah dan pemberdayaan ekonomi melalui *SedekahQU* dan pengelolaan infak, (3) Pembentukan *Waroeng* Akademi sebagai pusat pelantikan calon karyawan berbasis nilai-nilai Islam, (4) Pengembangan Rumah Tahfidz sebagai bentuk kontribusi sosial perusahaan, dan (5) Program pembinaan masyarakat melalui desa binaan dan pengajian untuk warga sekitar outlet.

Terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang memberikan pengaruh cukup besar pada transformasi *spiritual company* di WSS cabang Yogyakarta. Faktor pendukung transformasi bisnis WSS antara lain kepemimpinan yang visioner, dukungan penuh dari manajemen, dan kondisi finansial yang sehat untuk menopang pembiayaan berbagai kegiatan *spiritual company*. Faktor penghambat transformasi bisnis WSS terdiri dari adanya sikap karyawan yang resistensi terhadap perubahan, kompleksitas integrasi terhadap sistem yang baru, dan perbedaan tingkat pemahaman serta komitmen karyawan yang berbeda-beda. Mengelola SDM yang memiliki beragam latar belakang dan pemahaman Islam yang beragam membuat upaya transformasi *spiritual company* pada WSS harus memberi pemahaman yang lebih lanjut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Keempat, keberhasilan transformasi ini didukung oleh beberapa faktor: (1) Komitmen kuat dari pemilik perusahaan; (2) Pendekatan dakwah yang moderat dan inklusif; (3) Sistem pengembangan SDM yang terintegrasi dengan nilai-nilai spiritual; (4) Pengelolaan program yang terstruktur; dan (5) Dukungan finansial yang memadai dari perusahaan untuk program-program *spiritual company*.

Secara garis besar transformasi bisnis WSS menjadi *spiritual company* merupakan contoh nyata bagaimana nilai-nilai *spiritual* Islam dapat diintegrasikan ke dalam praktik bisnis modern. Transformasi bisnis WSS ini tidak hanya berdampak positif bagi perusahaan saja tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial-ekonomi masyarakat sekitar. Keberhasilan transformasi ini dapat menjadi rujukan bagi perusahaan lain yang ingin mengembangkan model bisnis serupa.

B. Saran

Sebagai upaya untuk transformasi *Spiritual Company* pada WSS Yogyakarta agar mampu mempertahankan identitasnya sebagai *Spiritual Company*, antara lain:

1. Upaya transformasi *Spiritual Company* pada WSS Yogyakarta yang dilakukan dengan menerapkan aturan-aturan bisnis islami, seharusnya bisa lebih dipertahankan seperti dulu yang masif dan padat akan agenda. Namun karena tuntutan akan manajemen supaya lebih efisien tidak dapat dipungkiri program-program spiritual mulai dipangkas dan hanya dijalankan yang pokok-pokok saja untuk menyiapkan menjadi perusahaan terbuka.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dan yang lebih utama ketika WSS bisa menjadikan dirinya sebagai perusahaan terbuka, maka WSS akan menjadi teladan bagi perusahaan-perusahaan lain bahwa penerapan *Spiritual Company* yang membentuk perusahaan menjadi perusahaan islami, akan memberikan dampak positif pada berlangsungnya usaha baik di dunia maupun di akhirat. Keberhasilan bertransformasi dari konvensional ke *spiritual company* mampu menjadikan WSS sebagai model perusahaan dengan keunggulan sistem bisnis islami-nya.

2. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, akan lebih baik jika dilakukan evaluasi berkala dengan memperhatikan komentar di media sosial, ojek daring dan google maps langsung di tinjak lanjuti atau setidaknya ada admin yang membalas dengan ramah. Evaluasi berkala membuat WSS sadar atas keinginan dan kebutuhan pelanggan serta membuat kesan selalu mendengar keluh kesah pelanggan. Hasil analisa kolom komentar yang bisa diolah menjadi kepuasan pelanggan ini juga akan mampu menjadi tolak ukur kepercayaan pelanggan terhadap usaha WSS dan menjadi salah satu pertimbangan untuk mengembangkan usaha sesuai dengan kondisi pasar.

Spiritual Company pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Yogyakarta diharapkan mampu menjadi tolak ukur bagi *Waroeng* Group agar mampu menghadapi perkembangan dan persaingan usaha di bidang kuliner. *Waroeng Steak and Shake* cabang Yogyakarta yang menjadi salah satu wajah *Waroeng* Group harus mampu berkompetisi dalam persaingan usaha dengan mempertahankan etika bisnis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Islam dalam usahanya sehingga tidak akan hilang jati dirinya sebagai bentuk bisnis yang Islami.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

ARSIP

Profil *Waroeng* Group Yogyakarta. Yogyakarta

Spiritual Company *Waroeng* Group. Yogyakarta

BUKU

Abdurrahman, Dudung. 2011. *Metode Penelitian Sejarah Islam.* Yogyakarta: Ombak.

Abubakar, Herminawaty. 2021. *"Transformasi Bisnis dan kinerja Usaha".* Purwokerto: Pena Persada.

Badaruddin. 2010. *Etos Kerja dan Paradigma Wirausaha Muslim: Perspektif Budaya*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta.

Daliman, A. 2012. *Metode Penelitian Sejarah.* Yogyakarta: Ombak.

Koentjaraningrat. 2010. *Sejarah Teori Antropologi II.* Jakarta: Penerbit UI Press.

Kuntowijoyo. 2003. *Metodologi Sejarah.* Yogyakarta: Tiara Wacana.

_____. 2013. *Pengantar Ilmu Sejarah.* Yogyakarta: Tiara Wacana.

Noersasongko, Edi dkk. 2018. *Kewirausahaan-Strategi Mengepung: Pelanggan Menjadi Puas, Pesaing Sesak Napas Perhatian*. Yogyakarta: ANDI.

Sairin dkk, Sjafri. 2002. *Pengantar Antropologi Ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sarwono, Aylawati. 2023. *Museum Rekor Dunia Indonesia MURI volume XI*. Jakarta: Alex Media Komputindo.

SKRIPSI

Juwana, Lucky. 2013. "*Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi pada Spiritual Company di Outlet-outlet Waroeng Group)*". Skripsi dari Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Layaliya, Nuwairotul. 2016. "*Penanaman Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Spiritual Company Dan Implikasinya Terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan Waroeng Steak And Shake Yogyakarta".* Skripsi dari Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Maulani, Muhammad Ihsan. 2014 "*Implementasi Syariah Marketing Di Waroeng Steak And Shake Yogyakarta*", skripsi dari Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Sofyan, Anis. 2021. *"Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Spiritual Company Di Waroeng Steak And Shake Yogyakarta".* Skripsi dari Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

JURNAL

Arin Setiyowati, Kholifatu Azqiya, dan Umriyah. 2019. "The Behavior of Islamic Producer in Supplying Halal Food at Laziza and *Waroeng Steak and Shake* Surabaya", jurnal *Simposium Internasional Borobudur ke-1*. Vol. 436, No. 3, hlm. 117-121.

Arin Setiyowati. 2019. "Kampanye Bisnis Islami: Konsep Pembudayaan dan Pemberdayaan Ekonomi Islam di Waroeng Steak And Shake Yogyakarta", *Shirkah: Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 4, No. 2, hal 1-24. https://doi.org/10.30651/jms.v4i2.4272

Farihatul Qamariyah. "*Waroeng Steak* Spritual Company in the Context of Post-Capitalism", *Shirkah: Journal of Economics and Business*, Volume 2, No. 2, May-Agustus 2017, hlm. 239-253. https://doi.org/10.22515/shirkah.v2i2.165

Haruni Ode. Pengembangan Organisasi Berbasis Spiritual (Studi Kasus: *Waroeng* Group Yogyakarta), *Jurnal URECOL* Vol. 3 No. 2 Februari 2018. STIKES PKU Muhammadiyah Surakarta, hlm. 16-26.

Rizka Ar Rahmah. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada *Waroeng Steak and Shake* Medan. *Jurnal At-Tawassuth* Vol. 5 No. 2 Juli-Desember 2020, hlm. 246-267. http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v5i2.8091

Firawati, Y. 2013. Pengaruh Manajemen Spiritual Terhadap Kinerja Organisasi. Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta

Peristiwo, Hadi. 2015. "Paradigma Mangement Sumbar Daya Manusia Berbasis Spiritual", *Jurnal Islamic*, Vol. 6, No. 1, hlm. 18. https://journal.islamiconomic.or.id/index.php/ijei/article/download/27/28

Putri, W Nurul. 2018. Implementation of Islamic Corporate Social Responsibility on Spiritual company of *Waroeng* Group in The Perspective of Maqasid Al - Syariah. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

WAWANCARA

Beny. wawancara oleh Muflih Fathani Putra. di kantor *Waroeng Steak* cabang Gejayan, Jl. Karang Gayam Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta (8 Oktober 2024).

Brotosuseno, Jody. wawancara oleh Muflih Fathani Putra. di kantor PT. *Waroeng Steak* Indonesia, Jl. Nusa Indah No.38 Dusun Manggung Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta (8 Oktober 2024).

Halim, Shohibul. wawancara oleh Muflih Fathani Putra. di *Waroeng Steak And Shake* cabang Gejayan, Jl, Karang Gayam, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (20 Januari 2025).

Syamsuri, Muhammad. wawancara oleh Muflih Fathani Putra. di Masjid Agung Surakarta, Jl. Masjid Agung No.1 Dusun Kauman Pasar Kliwon Surakarta Jawa Tengah (10 Desember 2024).

Priyono, Agung. wawancara oleh Muflih Fathani Putra. di kantor PT. Waroeng Steak Indonesia, Jl. Nusa Indah No.38 Dusun Manggung Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta (14 Januari 2025).

INTERNET

Steven Sumolang, Dunia Bisnis dan Antropologi, diakses dari https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbsulut/dunia-bisnis-dan-antropologi-2, pada 4 November 2024.

https://sites.google.com/view/spiritualcompany/home/dokumen-sc-di-outlet diakses pada tanggal 07 November 2024.

https://sites.google.com/view/spiritualcompany/home/dokumen-haji-umrah diakses pada tanggal 07 November 2024.

https://sites.google.com/view/spiritualcompany/home/dokumen-csr-waroeng-peduli diakses pada tanggal 07 November 2024.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA