

**KONSEP MANAJEMEN DAKWAH
DI WAROENG GROUP TIMOHO YOGYAKARTA
(Studi Pada *Spiritual Company* di Outlet-outlet Waroeng Group)**



SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk memenuhi sebagian syarat-syarat memperoleh gelar
Sarjana Strata I Ilmu Sosial Islam (S.Sos.I)*

Oleh :

Lucky Juwana
NIM : 08240024

Pembimbing :

Andy Dermawan, M. Ag
NIP : 19700908 200003 1 001

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2013**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH**

Jl. Marsda Adisucipto Tlp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

HALAMAN PENGESAHAN

Nomor: UIN.02/DD/PP.009/452/2013

Skripsi dengan judul :

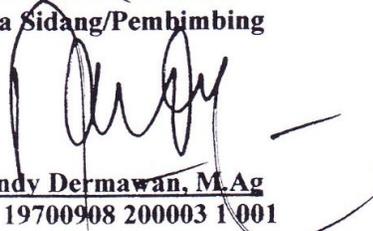
**Konsep Manajemen Dakwah Di Waroeng Group Timoho Yogyakarta
(Studi Pada *Spiritual Company* di Outlet – outlet Waroeng Group)**

Yang disampaikan dan disusun oleh :

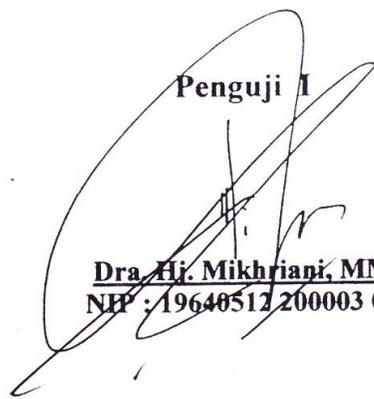
Nama : Lucky Juwana
NIM : 08240024
Telah dimunaqosyahkan pada : Kamis, 28 Februari 2013
Nilai Munaqosyah : A

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

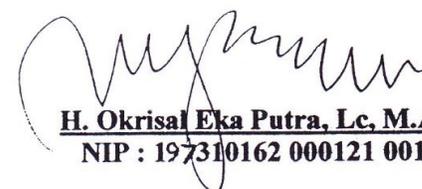
**TIM MUNAQASYAH:
Ketua Sidang/Pembimbing**


H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP : 19700908 200003 1 001

Penguji I


Dra. Hj. Mikhriani, MM
NIP : 19640512 200003 001

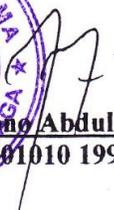
Penguji II


H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP : 197310162 000121 001

Yogyakarta, 25 Maret 2013
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah

DEKAN




Dr. H. Waroyo Abdul Ghafur, M.Ag.
NIP : 19701010 199903 1 002



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada;
Yth. Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Lucky Juwana
NIM : 08240024
Judul Skripsi : Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi Pada *Spiritual Company* di outlet-outlet Waroeng Group)

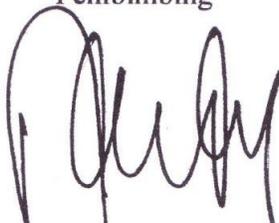
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Jurusan / Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatainnya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 19 Februari 2013

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Pembimbing


H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP : 19700908 200003 1 001


Dra. Siti Fatimah, M.Pd
NIP : 19690401 199403 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Lucky Juwana
NIM : 08240024
Fakultas : Manajemen Dakwah
Jurusan : Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi Pada *Spiritual Company* di outlet -outlet Waroeng Group)** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan peneliti tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti.

Yogyakarta, 19 Februari 2013
Yang menyatakan,



Lucky Juwana
NIM. 08240024

Persembahan

Karya ini kupersembahkan kepada :

Jurusan Manajemen Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

MOTTO

“Belajar, berlatih, berjuang, dan berdoa di jalan-Nya”

KATA PENGANTAR



*Dengan tulus dan ikhlas, peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT melalui ungkapan **Alhamdulillah** ‘**ālamīn**, yang tidak mampu peneliti sebutkan satu-persatu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group (Studi pada Spiritual Company di Outlet-outlet Waroeng Group)**. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada pujaan hati penulis Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat serta para pengikutnya sampai hari akhir.*

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Sebagai wujud syukur, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

- 1. Bapak Dr. H. Waryono Abdul Ghafur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*
- 2. Ibu Dra. Siti Fatimah, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*
- 3. Dr. H. Andy Dermawan, M.Ag, atas kesabarannya dalam membimbing peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.*

4. *Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., MM, selaku Pembimbing Akademik, beserta seluruh Dosen dan Karyawan di lingkungan Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga.*
5. *Keluarga_anugerah terindah (Ibu, Bapak, Mas Pungky, Aa Andy, Dany, Puput dan Hanif Julian) yang dengan tulus ikhlas menjadi bagian dalam perjalanan hidup peneliti.*
6. *Bapak Jody Brotosuseno selaku owner Waroeng Group, Ustad Syamsuri selaku Direktur Spiritual Company, Mas Agung, Pak Wahyu, Mas Ali Hartawan, Mas Aris (Dapoer Kantor), Mas Tama, Mas Andry, beserta seluruh staff Waroeng Group Management Timoho Yogyakarta atas bantuan setulus - tulusnya.*
7. *Ustad Aan mantan staff PPPA Daruul Qur'an Yogyakarta, karena perantara beliau hingga akhirnya peneliti memiliki intuisi untuk membuat skripsi ini.*
8. *Keluargaku tercinta di Jogja; Kel.Bpk.Sudino (Kepurun – Klaten), Kel. Bpk Jadi Suhardjono (Kemiri-KP), dan Kel. Emmoh Uci'. Terima kasih atas kasih sayang dan perhatiannya.*
9. *Gustryheny Kasityadiningrum (Uci') atas ketulusan kasih sayang serta dukungannya yang sangat istimewa.*
10. *Rencang-rencang terbaik KKN Kemiri angkatan-74 (Gus Hanif beserta Jama'ahnya : Adi, Imam, Dhidha, Shinta, Erna, Indri dan Nia) atas keceriaan dan teamwork yang apiks. semoga tetap kompak, semoga persahabatan dan silaturahmi kita tetap terjaga sampai akhir hayat.*

11. *Teman-teman MD '08 Tercinta (Dian, Tombro, Tofe, Ican, Arul, Na-one, Gilman, Adi Khentir, Amre, Ginang, Syafiq, Suman, Bobby, Maula, Azza dan lain-lain) atas kesetiakawanan kalian. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.*
12. *Hanif Mudhoffar, sahabat yang dipertemukan oleh Allah swt. atas cahaya Ilmu Agamanya yang luas dan tidak henti-hentinya peneliti serap serta insyaAllah amalkan di sepanjang hidup.*
13. *Segenap pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.*

Kepada mereka, peneliti hanya bisa memanjatkan doa kepada Allah swt. semoga setiap kebaikan dan bantuan dalam segala bentuk, jenis dan jumlahnya mendapatkan balasan dan imbalan dengan yang jauh lebih baik dari Allah swt.

*Dengan selesainya penulisan skripsi ini, peneliti sangat mengharapkan adanya masukan, kritik dan saran konstruktif dari semua pihak. Karena dengan masukan dan kritik itulah, peneliti dapat memperbaiki diri, demi kemaslahatan di masa-masa yang akan datang. Akhirnya, peneliti menyampaikan pertaubatan kepada Allah, serta permohonan maaf kepada semua pihak, atas segala bentuk kekhilafan dan keteledoran yang telah peneliti perbuat. Semoga skripsi ini berkah dan bermanfaat. **Āmīn, āmīn, āmīn, yā Rabbal 'ālamīn.***

Yogyakarta, 19 Februari 2013

Peneliti,

Lucky Juwana
NIM. 08240024

ABSTRAK

Lucky Juwana, (08240024), Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho, Yogyakarta (Studi Pada Spiritual Company di outlet-outlet Waroeng Group) Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Januari 2013.

Maraknya lembaga, organisasi maupun perusahaan yang berkibar dengan tujuan berdakwah, hendaknya dalam mengelola manajemen dilakukan melalui manajemen dakwah. Manajemen dakwah sebaiknya memiliki konsep yang baik dan matang untuk mencapai tujuan dakwah perusahaan, akan tetapi konsep tersebut kadang kurang direalisasikan secara maksimal dalam bentuk sistem seperti yang diharapkan. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsep manajemen dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi pada spiritual company di outlet-outlet Waroeng Group)

Pemilihan judul ini di dasari oleh Waroeng Group sebagai perusahaan yang bergerak dibisnis kuliner, namun mampu menerapkan konsep manajemen dakwah melalui adanya spiritual company di outlet-outlet Waroeng Group.

Penelitian ini masih bersifat baru. Peneliti belum menemukan karya atau hasil penelitian yang secara khusus meneliti manajemen dakwah sebuah perusahaan, apalagi yang dilakukan di Waroeng Group Timoho Yogyakarta. Adapun yang dimaksud manajemen dakwah di sini adalah penerapan fungsi – fungsi manajemen oleh perusahaan yang diatur secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif-kualitatif. Dalam teknisnya, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan studi dokumen. Setelah data-data terkumpul, dilakukan klasifikasi, editing dan penyajian data sesuai karakter dan jenis masing-masing data. Sebelum data yang terkumpul tersebut dianalisa, terlebih dahulu dilakukan pengecekan keabsahannya melalui metode triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa spiritual company merupakan suatu sistem yang diterapkan oleh Waroeng Group sebagai konsep manajemen dakwah. Sistem spiritual company memiliki program - program dakwah Islam yang ditujukan bagi internal perusahaan, yaitu di outlet – outlet Waroeng Group beserta seluruh karyawan, kemudian bagi eksternal perusahaan yang meliputi konsumen serta masyarakat umum. Peneliti menemukan beberapa faktor pendukung dalam penerapan sistem spiritual company di outlet – outlet Waroeng Group, seperti dukungan militan dari pemilik perusahaan serta sumber dana yang memadahi untuk menyelenggarakan serangkaian program dakwah perusahaan. Adapun hal yang menjadi faktor penghambat, yaitu Sumber daya manusia perusahaan dari para karyawan outlet yang masih belum disiplin dalam aspek ibadah.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada buku “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tertanggal 22 Januari 1988, nomor. 158 Tahun 1987 dan nomor. 0543b/U/1987. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

1. Konsonan Tunggal

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
1	أ	Alif	<i>tidak dilambangkan</i>	<i>tidak dilambangkan</i>
2	ب	Bā'	<i>B</i>	<i>Be</i>
3	ت	Tā'	<i>T</i>	<i>Ye</i>
4	ث	Šā'	<i>Š</i>	<i>es titik di atas</i>
5	ج	Jīm	<i>J</i>	<i>Je</i>
6	ح	Hā'	<i>Ḥ</i>	<i>ha titik di bawah</i>
7	خ	Khā'	<i>Kh</i>	<i>ka dan ha</i>
8	د	Dal	<i>D</i>	<i>De</i>
9	ذ	Žal	<i>Ž</i>	<i>zet titik di atas</i>
10	ر	Rā'	<i>R</i>	<i>Er</i>
11	ز	Zai	<i>Z</i>	<i>Zet</i>
12	س	Sīn	<i>S</i>	<i>Es</i>
13	ش	Syīn	<i>Sy</i>	<i>es dan ye</i>
14	ص	Šād	<i>Š</i>	<i>es titik di bawah</i>
15	ض	Dād	<i>Ḍ</i>	<i>de titik di bawah</i>
16	ط	Tā'	<i>Ṭ</i>	<i>te titik di bawah</i>

17	ظ	Zā'	Ẓ	zet titik di bawah
18	ع	'Ayn	... '...	koma terbalik (di atas)
19	غ	Gayn	G	Ge
20	ف	Fā'	F	Ef
21	ق	Qāf	Q	Qi
22	ك	Kāf	K	Ka
23	ل	Lām	L	El
24	م	Mīm	M	Em
25	ن	Nūn	N	En
26	و	Wawu	W	We
27	ه	Hā'	H	Ha
28	ء	Hamzah	... '...	Apostrof
29	ي	Yā	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap (Syaddah)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf dobel, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: المنور ditulis al-Munawwir

3. Tā' Marbūtah

Transliterasi untuk Tā' Marbūtah ada dua macam, yaitu:

a. Tā' Marbūtah hidup

Tā' Marbūtah yang hidup atau mendapat ḥarakat fathāh, kasrah atau ḍammah, transliterasinya adalah, ditulis t:

Contoh: نعمة الله ditulis ni'matullāh

زكاة الفطر ditulis zakāt al-fiṭr

b. Tā' Marbūtah mati:

Tā' Marbūtah yang mati atau mendapat ḥarakat sukun, transliterasinya adalah, ditulis h:

Contoh: هبة ditulis hibah

جزية ditulis jizyah

4. Vokal

Vokal bahasa Arab, terdiri dari tiga macam, yaitu: vokal tunggal (monoftong), vokal (diftong) dan vokal panjang.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya adalah:

1) Fathāh dilambangkan dengan a

Contoh: ضرب ditulis ḍaraba

2) Kasrah dilambangkan dengan i

Contoh: فهم ditulis fahima

3) Dammah dilambangkan dengan u

Contoh: كتب ditulis kutiba

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang dilambangkan berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

1) Fathāh + Yā' mati ditulis T

Contoh: أيديهم ditullis aidīhim

2) Fathāh + Wau mati ditulis au

Contoh: تورات ditulis taurāt

c. Vokal Panjang

Vokal panjang dalam bahasa Arab disebut maddah, yaitu harakat dan huruf, transliterasinya adalah:

1) Fathāh + Alif ditulis ā (dengan garis di atas)

Contoh: جاهلية ditulis jāhiliyyah

2) Fathāh + Alif maqṣūr ditulis ā (dengan garis di atas)

Contoh: يسعي ditulis yas'ā

3) Kasrah + Yā' mati ditulis i (dengan garis di atas)

Contoh: مجيد ditulis maǰīd

4) Ḍammah + Wawu mati ditulis \bar{u} (dengan garis di atas)

Contoh: فروض ditulis furūḍ

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf Alif dan Lam. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah.

a. *Bila diikuti oleh huruf qamariyyah ditulis al-*

Contoh: القرآن ditulis al-Qur'ān

b. *Bila diikuti oleh huruf syamsiyyah, sama dengan huruf qamariyyah*

Contoh: السنة ditulis al-Sunnah

6. Hamzah

Hamzah ditransliterasi dengan tanda apostrof. Namun hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata saja. Bila hamzah itu terletak di awal kata, maka ia tidak dilambangkan, tetap ditransliterasikan dengan huruf a atau i atau u sesuai dengan ḥarakat hamzah di awal kata tersebut.

Contoh: الماء ditulis al-Mā'

 تأويل ditulis Ta'wīl

 أمر ditulis Am

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Tinjauan Pustaka.....	8
G. Kerangka Teoritik.....	10
H. Metode Penelitian.....	34
I. Sistematika Pembahasan.....	41
J. Alur Skema Penelitian	42
K. Alur Proses Penelitian	43
BAB II GAMBARAN UMUM WAROENG GROUP	44
A. Geografis Waroeng Group Yogyakarta	44
B. Sejarah Singkat Waroeng Group	44
C. Visi dan Misi Waroeng Group.....	52
D. Struktur Organisasi Waroeng Group.....	53

E. Struktur Kepengurusan Waroeng Group	54
F. Sarana dan Prasarana Waroeng Group	55
G. Kegiatan – kegiatan Nasional Waroeng Group.....	56
BAB III PEMBAHASAN.....	58
A. Spiritual Company Waroeng Group	59
1. Paradigma Spiritual Company.....	59
2. Lahirnya Spiritual Company.....	62
3. Departemen Spiritual Company	65
4. Nilai – nilai Spiritual Company	68
a. Prinsip Nilai	69
b. Prinsip Kepemimpinan	79
c. Prinsip Spiritual Manajemen	80
B. Aplikasi Fungsi Manajemen Dakwah	83
1. Perencanaan Dakwah	83
2. Pengorganisasian Dakwah	102
3. Pergerakan Dakwah	110
4. Pengendalian dan Evaluasi Dakwah	118
BAB IV PENUTUP.....	127
C. Kesimpulan	127
D. Saran-Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Dua Skenario	22
Gambar 1.2	Kelima Komponen Sistem Religi	23
Gambar 1.3	Affect Circumflex Model	26
Gambar 1.4	Model of emotions, attitudes, and behavior	28
Gambar 1.5	Tangga Kepemimpinan	33
Gambar 1.6	Triangulasi Pengumpulan Data	39
Gambar 1.7	Triangulasi Sumber Data	40
Gambar 1.8	Alur Skema Penelitian	42
Gambar 1.9	Alur Proses Penelitian.....	43
Gambar 2.1	Bagan Struktur Organisasi Waroeng Group	53
Gambar 3.1	Struktur Jabatan Waroeng Steak & Shake	87
Gambar 3.2	Skema Program – program Spiritual Company	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Daftar Kegiatan Nasional Spiritual Company Waroeng Group	56
Tabel 3.1	Rencana Program Kegiatan Spiritual Company.....	101
Tabel 3.2	Daftar Nama Ustadz Waroeng Group Manajemen	109
Tabel 3.3	Agenda Harian Karyawan outlet Waroeng Group.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menghindari kesalahan pemahaman dalam menginterpretasikan terhadap judul Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta (Studi Pada *Spiritual Company* di Outlet-outlet Waroeng Grup). Selain itu memudahkan pembaca memahaminya, maka peneliti merasa perlu memberikan batasan terhadap beberapa istilah dan maksud yang terkandung dalam judul tersebut.

1. Konsep

Menurut kamus ilmiah populer yang dimaksud dengan konsep adalah ide dasar, pengertian, pemikiran, rancangan, rencana dasar,¹ atau rancangan (cita-cita) yang telah dipikirkan.²

2. Manajemen Dakwah

Manajemen adalah suatu proses Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi, dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.³

Sedangkan dakwah ditinjau dari segi bahasa, berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam Bahasa Arab

¹ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arloka, 2001), hlm. 362

² Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), hlm.520

³ T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta: BPFE, 2003), hlm. 8

disebut *Mashdar*. Sedang bentuk kata kerja *fi'il* nya adalah *da'a – yad'u* yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.⁴ Dakwah juga dapat diartikan mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk. Menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁵

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diinterpretasikan bahwa manajemen dakwah adalah usaha penyampaian syariat agama Islam yang didasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Usaha itu memerlukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sehingga mencapai hasil yang telah ditetapkan. Lalu proses merencanakan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dakwah dan kemudian menggerakkannya ke arah pencapaian tujuan dakwah.⁶

3. Waroeng Group

Waroeng Group merupakan nama bendera perusahaan yang didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Haryani dengan mayoritas bidang usahanya bergerak di bisnis kuliner Nasional dan memiliki sejumlah gerai (*outlet*), diantaranya; Waroeng Steak & Shake, Bebaqaran, Feskul, Bebek H. Slamet, dan satu arena futsal bernama Soccer Futsal. Unit usaha ini telah mencapai lebih dari 60 outlet di seluruh Indonesia serta memiliki

⁴ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Bahasa Arab – Indonesia Al-Munawwir*, (Yogyakarta : YAPPI Krapyak, 1973), hlm. 449

⁵ Syeikh Ali Makhfuz, *Hidayatul Mursidin*, terj. Chadijah Nasution, (ttp: Penerbitan 3A, 1970), hlm. 17

⁶ A Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), hlm. 34

didasar 1.000 karyawan. Cikal bakal pendirian Waroeng Group berasal dari fungsi pusat operasi pengelolaan unit-unit bisnis dan outlet-outletnya. Setelah kurun waktu berjalan 10 tahun lebih, perusahaan ini kian melesat berkembang tidak hanya sebatas usaha kuliner semata. Perusahaan ini yang juga menyuarakan dakwah sesuai syariah Islam bagi para karyawannya dan seluruh umat pada umumnya.

4. Spiritual Company

Spiritual Company adalah nama yang digunakan dalam Manajemen Waroeng Group. Apabila dijabarkan menurut bahasa ilmiah, spiritual berasal dari kata spirit dengan bahasa latin *spiritus*, yaitu berarti nafas⁷, sedangkan secara bahasa, kata spiritual berarti hal-hal yang berkenaan dengan yang bersifat ruhani.⁸ Adapun kata *company* menurut Bahasa Inggris artinya kelompok, orang, organisasi atau perusahaan.⁹

Sedangkan defenisi *spiritual company* yang dimaksud di sini adalah perusahaan yang seluruh program, kegiatan serta susunan *Standart Operating Procedure* (S.O.P) menginternalisasikan nilai-nilai spiritual dalam operasional perusahaan. Sehingga mengembangkan *spirit* perusahaan menjadi motivasi seluruh karyawan untuk memiliki dasar yang jelas kembali kepada *Al-Qur'an* dan *Sunnah* serta kembali kepada

⁷ Tony Buzan, *The Power of Spiritual Intelligence : Sepuluh Cara Jadi Orang yang Cerdas secara Spiritual*, terj : Alex Tri Kantjono W dan Febrina Fialita (Jakarta: Gramedia, 2003), hlm. 20

⁸ Mas'ud Khasan dkk, *Kamus Istilah Pengetahuan Populer*, (Gresik: CV Bintang Pelajar, tt), hlm. 249

⁹ Salim's Ninth Collegiate, *English – Indonesian Dictionary*, (Jakarta: Moderen English Press, 2000), hlm. 315

nurani masing-masing karyawan. Sehingga suasana kerja menjadi kondusif dan perusahaan menjadi sehat secara finansial.¹⁰

Berdasarkan penegasan beberapa istilah dalam susunan judul yang dikemukakan di atas, maka yang dimaksud dengan "Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta (Studi Pada *Spiritual Company* di outlet-outlet Waroeng Grup), yaitu suatu penelitian yang ingin menyelidiki konsep Manajemen Dakwah yang terdiri dari fungsi-fungsi manajemen. Selanjutnya penelitian ini akan memfokuskan studi pada *spiritual company* sebagai konsep manajemen dakwah yang dilakukan oleh Waroeng Group di setiap outletnya.

B. Latar Belakang Masalah

Dakwah pada hakekatnya mengaktualisasikan nilai-nilai dan ajaran Islam ke dalam kehidupan sehari-hari, dalam lingkup pribadi, keluarga, masyarakat sehingga terwujudnya *khairu* ummat yang sejahtera lahir batin, bahagia dunia serta akhirat.¹¹ Begitu pula pelaksanaan dakwah secara efektif dan efisien, harus dilakukan secara sistemik dengan menerapkan aspek-aspek manajerial secara baik dan tepat.¹² Hal ini yang kemudian dikenal dengan manajemen dakwah, yang menjadi suatu perangkat organisasi dalam mengolah dakwah agar tujuan dakwah tersebut dapat lebih mudah tercapai sesuai dengan hasil yang diharapkan.

¹⁰ Pra Eliminary Study dengan Mas Agung, selaku staff Karyawan *Spiritual Company* Waroeng Group Yogyakarta, hari Senin tanggal 02 April 2012.

¹¹ Eneng Purwanti, "Manajemen Dakwah dan Aplikasinya Bagi Perkembangan Organisasi Dakwah", *Adzikra*, Vol. 1: 2 (Juli-Desember, 2010), hlm. 11

¹² *ibid*, hlm. 12

Waroeng Group adalah salah satu organisasi informal yang dengan aktif menerapkan manajemen dakwah. Waroeng Group adalah perusahaan yang mayoritas bergerak di bisnis kuliner, dimana usaha ini memiliki gerai-gerai (*outlet*) yang tersebar diseluruh Indonesia sejumlah lebih dari 60 gerai dan memperkerjakan karyawan di atas 1.000 orang. Perkembangan manajemen Waroeng Group tidak hanya berkembang di bidang kuliner, melainkan juga memberdayakan seluruh karyawannya dengan menanamkan muatan nilai-nilai spiritual. Upaya tersebut bertujuan untuk menciptakan suasana kerja yang kondusif dan etos kerja Islami, yakni prinsip kerja yang didasari oleh konsep iman dan amal soleh.¹³ Hal ini karena melihat salah satu aspek sumber daya manusia yang bergabung dalam waroeng group terdiri dari beragam latar belakang sosial dan budaya. Oleh karena itu aspek latar belakang tersebut yang diperhatikan perusahaan untuk mengatur konsep manajemen yang strategis agar perusahaan dapat menginternalisasikan nilai-nilai spiritual tadi ke dalam prosedur kerja di gerai-gerainya.

Waroeng Group merealisasikan pemberdayaan perusahaan dan karyawan dengan model *Spiritual Company* yang dibentuk memiliki departemen sendiri sebagai divisi dakwah perusahaan. Melalui *spiritual company* berupaya mengembangkan *spirit* perusahaan dan menjadikan motivasi karyawan dapat lebih terarah merujuk pada nilai-nilai Islam sesuai tuntunan al-Qur'an dan as-Sunnah.

Realisasi aktivitas dakwah dari *spiritual company* yang dilakukan Waroeng Group sebagai upaya penanaman nilai-nilai Agamis dalam

¹³ Badaruddin, *Etos Kerja dan Paradigma Wirausahawan Muslim : Perspektif Budaya*, (Yogyakarta : Kurnia Kalam Semesta, 2010), hlm. 30

operasionalnya sebagai wujud eksistensi spiritualitas karyawan, spiritualitas individu dalam bekerja. Maka wujud tersebut terkait dengan motivasi, sikap terhadap pekerjaan, perilaku karyawan, budaya perusahaan dan kepemimpinan, juga kinerja dan produktivitas individu dalam perusahaan.¹⁴ Selain itu, dalam aspek perencanaan manajemen dakwah, *spiritual company* memikirkan rujukan berbagai kajian Islam sebagai materi dakwah yang nantinya dapat diterapkan sebagai regulasi formal pada ranah prosedur kerja karyawan (S.O.P).

Spiritual company mengisyaratkan terciptanya revolusi spiritualisasi perusahaan kedalam pribadi-pribadi (karyawan), sehingga pantulannya berbuah baik dirasakan secara pragmatis bagi perusahaan itu sendiri, seluruh karyawan, *stakeholder*, *customer*, bahkan masyarakat di sekitarnya (umat). Proyek dunia-akhirat ini tidak dapat berjalan tanpa adanya karakter pemimpin perusahaan dengan integritas tinggi yang menularkan prinsip nilai tersebut ke dalam rangkaian manajemen. Sejatinya manajemen adalah mengerjakan segalanya dengan benar, sedangkan kepemimpinan adalah mengerjakan hal-hal yang benar.¹⁵

Pada konteks kegiatan manajemen dakwah yang dilakukan oleh Waroeng Group sangatlah penting membumikan nilai-nilai spiritualitas yang merupakan ruh suci yang bersumber dari *Illahi*, dan juga dalam pekerjaan sehari-hari. Oleh sebab itu, proses tersebut dapat diaplikasikan melalui

¹⁴ A Riawan Amin dan Tim PBES FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah : Teori dan Praktek The Celestial Management*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 60

¹⁵ Stephen R Covey, *The Seven Habbits of Highly Effective People*, Terj : Budijanto, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1997), hlm. 91

penerapan konsep manajemen dakwah yang teroganisir selain manajemen operasional yang ada.

Penerapan *spiritual company* di Waroeng Group merupakan praktik dakwah berkedok bisnis Islami berdasarkan spiritual manajemen, maka hal ini tidak terlepas dari suatu *masterpiece* konsep manajemen yang baik. Sehingga ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti konsep manajemen dakwah di Waroeng Group dengan fokus penelitian pada *spiritual company* sebagai divisi kegiatan dakwah. Divisi tersebut terpisah selain struktur formal manajemen Waroeng Group yang penerapannya diberlakukan pada seluruh outletnya.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian yang diberi judul : "KONSEP MANAJEMEN DAKWAH DI WAROENG GROUP TIMOHO YOGYAKARTA (STUDI PADA *SPIRITUAL COMPANY* DI OUTLET-OUTLET WAROENG GROUP).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta ?
2. Bagaimana penerapan nilai *Spiritual Company* di outlet – outlet Waroeng Group?

D. Tujuan Penelitian

Sebagai sebuah kajian ilmiah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta.
2. Mendeskripsikan penerapan *Spiritual Company* di outlet-outlet Waroeng Group.

E. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini secara teoritis berguna bagi peneliti pada khususnya dan para pembaca pada umumnya untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang manajemen dakwah di Waroeng Group melalui penerapan *Spiritual Company* di outlet-outletnya.
2. Penelitian ini diharapkan akan menjadi sumbangan bahan informasi terhadap organisasi dakwah maupun bidang-bidang usaha lainnya, khususnya konsep Manajemen Dakwah melalui *Spiritual Company*. Selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur apresiasi syariah Islam tentang ilmu pengetahuan, serta menambah khasanah pemikiran bagi pengusaha-pengusaha muslim.

F. Tinjauan Pustaka

Sebagai pemikiran dasar penulisan skripsi ini, peneliti melihat dan melakukan penelitian awal terhadap penelitian sejenis dalam beberapa karya tulis terkait dengan konsep manajemen dakwah. Oleh karena itu peneliti ingin membedakan penelitian yang dilakukan saat ini sehingga dapat dipertahankan keasliannya. Diantaranya :

1. Skripsi karya Feni Sudilasih yang berjudul Manajemen Dakwah di Lembaga Pengabdian Masyarakat Pondok Pesantren Pangeran Diponegoro Dusun Sambego Maguwoharjo Kabupaten Sleman Kota

Yogyakarta. Skripsi ini memfokuskan pada penerapan fungsi-fungsi manajemen sebagai alat bantu bagi aktivitas dakwah¹⁶ di lembaga tersebut.

2. Karya Abdul Muhaimin dengan judul *Manajemen Dakwah Kampus (Studi Model Dakwah Kampus Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia Komisariat UIN Sunan Kalijaga)* berupa konsep dakwah dan manajemen dakwah KAMMI. Pada hasil penelitian digambarkan, bahwa fungsi-fungsi manajemen tidak dapat diterapkan secara tegas mengingat ilmu manajemen merupakan sebagai alat bantu terhadap keilmuan dakwah, karena keduanya berangkat dari disiplin keilmuan yang berbeda.¹⁷
3. Skripsi milik Fatimatus Zahro Jihan Fitri dengan judul *Manajemen Dakwah Yayasan Majelis Muhtadin Kota Yogyakarta (Studi atas Fungsi Manajemen)*. Skripsi ini menjelaskan bahwa Yayasan Majelis Muhtadin Kota Yogyakarta dalam kegiatan dakwahnya telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi, perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan.¹⁸

Berdasarkan hasil tinjauan peneliti terhadap skripsi-skripsi sebelumnya, tampak bahwa penelitian yang akan peneliti lakukan berbeda

¹⁶ Feni Sudilasih, "*Manajemen Dakwah di Lembaga Pengabdian Masyarakat Pondok Pesantren Pangeran Diponegoro Dusun Sambego Maguwoharjo Kabupaten Sleman Kota Yogyakarta*", dalam skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dawkah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006, hlm. 106

¹⁷ Abdul Muhaimin, "*Manajemen Dakwah Kampus (Studi model Dakwah Kampus Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia Komisariat UIN Sunan Kalijaga)*", dalam skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dawkah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006, hlm. 85

¹⁸ Fatimatus Zahro Jihan Fitri, "*Manajemen Dakwah Yayasan Majelis Muhtadin Kota Yogyakarta (Studi atas Fungsi Manajemen)*", dalam skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dawkah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005, hlm. 86-87

dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Hal tersebut juga atas pertimbangan bahwa Waroeng Group ini belum ada penelitian yang berkaitan dengan Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta, studi pada *Spiritual Company* di outlet-outlet Waroeng Group.

G. Kerangka Teoritik

1. Pengertian Manajemen Dakwah

Dakwah yang berarti mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang dari satu situasi ke situasi lain yang lebih baik dalam pengertian menjadi lebih Islami.¹⁹ Dakwah merupakan sebuah proses yang terdiri dari berbagai aktivitas mensyaratkan manajemen dalam pencapaian tujuan nilai-nilai luhur tertentu. A Rosyad Shaleh memberikan gambaran dalam proses penyelenggaraan aktivitas dakwah.²⁰

Kemampuan untuk mengidentifikasi masalah, kemudian menyusun rencana yang tepat, mengatur dan mengorganisir para pelaksana dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu, selanjutnya menggerakkan dan mengarahkannya pada sasaran-sasaran atau mengawasi dan mengendalikan tindakan-tindakan dakwah, dapatlah disebut dengan istilah *management*.

Aktivitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif jika apa yang menjadi tujuan benar-benar dapat dicapai, dan dalam pencapaiannya dikeluarkan pengorbanan-pengorbanan yang wajar. Atau lebih tepatnya, jika kegiatan lembaga dakwah yang dilaksanakannya menurut prinsip-prinsip manajemen akan menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan. Hal ini pula yang akan

¹⁹ Andy Dermawan dkk, *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta : LESFI, 2002), hlm. 26

²⁰ A Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, hlm. 14

menumbuhkan citra profesionalisme dikalangan masyarakat.²¹ Jadi inti dari manajemen dakwah adalah sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.²²

Manajerial dalam dakwah merupakan sebuah aktivitas kelompok dakwah yang berusaha mewujudkan tujuan melalui; *pertama*, Pengumpulan sumber daya dakwah dan segala bentuk fasilitas. *kedua*, Orientasi serta pemanfaatan sumber daya secara optimal. Mengacu dari kedua aspek di atas, oleh karena itu penerapan fungsi manajemen dalam aktivitas dakwah meliputi :

a. Perencanaan Dakwah (*Takhthith*)

Secara alami perencanaan merupakan bagian dari *sunatullah*, yaitu dengan melihat bagaimana Allah SWT menciptakan alam semesta dengan hak dan perencanaan yang matang disertai dengan tujuan yang jelas.²³ Tugas utama dari sebuah perencanaan dakwah, yaitu menentukan langkah dan program dalam menentukan setiap sasaran, menentukan sarana dan prasarana atau media dakwah, serta personel juru dakwah yang akan diterjunkan. Menentukan materi yang cocok untuk sempurnanya pelaksanaan, membuat asumsi berbagai kemungkinan yang dapat terjadi kadang-kadang dapat mempengaruhi cara pelaksanaan program dan cara menghadapinya

²¹ Zaini Muhtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta : PT al-Amin Press, 1996), hlm. 37

²² M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Hlm. 36

²³ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, hlm. 78

serta menentukan alternatif - alternatif.²⁴ Terkait perencanaan sebagaimana dijelaskan dalam sebuah ayat Al-Qur'an berikut :

وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ

Artinya : "Hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat)"

Perencanaan dakwah merupakan proses pemikiran dan pengambilan keputusan yang matang serta sistematis, mengenai tindakan – tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang dalam rangka penyelenggaraan dakwah. Perencanaan dakwah dikatakan baik, jika memenuhi persyaratan sebagai berikut:²⁵

- 1) Didasarkan pada sebuah keyakinan bahwa apa yang dilakukan adalah baik. Standar baik dalam Islam adalah sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan as-Sunnah.
- 2) Dipastikan betul bahwa sesuatu yang dilakukan memiliki manfaat . manfaat ini bukan sekedar untuk orang yang melakukan perencanaan, tetapi juga untuk orang lain, maka perlu memperhatikan asas maslahat untuk umat, terlebih dalam aktivitas dakwah.
- 3) Didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan apa yang dilakukan. Untuk merencanakan sebuah kegiatan, maka da'i harus banyak mendengar, membaca, dan memiliki ilmu pengetahuan yang luas sehingga dapat melakukan aktivitas dakwah berdasarkan kompetensi ilmunya.
- 4) Dilakukan studi banding (*benchmark*). *Benchmark* adalah melakukan studi terhadap praktik terbaik dari lembaga atau kegiatan dakwah yang sukses menjalankan aktivitasnya.
- 5) Dipikirkan dan dianalisis prosesnya, dan kelanjutan dari aktivitas yang akan dilaksanakan.

Berdasarkan ukuran perencanaan yang baik, maka pada proses perencanaan dalam aktivitas dakwah menurut A Rosyad Shaleh akan meliputi langkah – langkah sebagai berikut :

²⁴ M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, hlm. 98

²⁵ *Ibid*, hlm. 99

- 1) Perkiraan dan perhitungan masa depan
- 2) Penentuan dan perumusan sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 3) Menetapkan tindakan - tindakan dakwah dan memprioritaskan pelaksanaannya.
- 4) Penetapan metode dakwah, Penetapan penjadwalan waktu, lokasi, penetapan biaya, fasilitas, serta faktor lainnya.

Berdasarkan jenisnya, maka jenis perencanaan dakwah meliputi :²⁶

- 1) Rencana Strategis vs Rencana Operasional, rencana strategis berlaku bagi seluruh organisasi dengan cara menentukan sasaran umum organisasi dan berusaha menempatkan organisasi tersebut kedalam lingkungannya. Sedangkan rencana operasional menempatkan rincian tentang cara mencapai keseluruhan tujuan organisasi.
- 2) Rencana Jangka Pendek vs Rencana Jangka Menengah, rencana jangka pendek dengan asumsi kerangka waktu paling tidak selama satu tahun, sedangkan rencana jangka panjang batas waktu tiga tahun ke atas. Rencana jangka menengah diantara keduanya.
- 3) Rencana yang Mengarahakan (*Directional*) vs Rencana Khusus, rencana khusus dirumuskan dengan jelas serta tidak menyediakan ruang bagi interpretasi, *directional* rencana yang fleksibel.
- 4) Rencana Sekali Pakai, disebut juga dengan "frekuensi penggunaan", yaitu digunakan sekali saja yang secara khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan situasi khusus dan diciptakan sebagai respon terhadap keputusan-keputusan yang tidak terprogram yang diambil oleh para pimpinan.

b. Pengorganisasian Dakwah (*Thanzhîm*)

Pengorganisasian adalah seluruh proses pengelompokkan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.²⁷

²⁶ *Ibid*, hlm. 111-112

²⁷ *Ibid*, hlm. 117

Pengorganisasian atau *al-thanzhîm* dalam pandangan Islam bukan semata-mata merupakan wadah, melainkan lebih menekankan bagaimana pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur dan sistematis. Hal ini sebagaimana di ilustrasikan dalam surat ash-Shâff ayat 4 berikut :

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنِينَ مَرَّصُونَ

Artinya : "Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

Adapun langkah-langkah pengorganisasian dakwah meliputi :

- 1) Membagi dan menggolongkan tindakan dakwah dalam kesatuan kesatuan tertentu.
- 2) Menentukan dan merumuskan tugas dari masing-masing kesatuan, serta menempatkan pelaksana (da'i) untuk melakukan tugas tersebut.
- 3) Memberikan wewenang kepada masing-masing pelaksana
- 4) Menetapkan jalinan hubungan

Pada proses pengorganisasian ini akan menghasilkan sebuah rumusan struktur organisasi dan pendelegasian wewenang dan tanggung jawab dengan tujuan pengorganisasian, di antaranya:²⁸

- 1) Membagi kegiatan-kegiatan dakwah menjadi departemen-departemen atau divisi-divisi dan tugas-tugas yang terperinci dan spesifik.
- 2) Membagi kegiatan dakwah serta tanggung jawab yang berkaitan dengan masing-masing jabatan atau tugas dakwah.
- 3) Mengkoordinasikan berbagai tugas organisasi dakwah.
- 4) Mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan dakwah ke dalam unit-unit.
- 5) Membangun hubungan dikalangan da'I, baik secara individual, kelompok, dan departemen.
- 6) Menetapkan garis-garis wewenang formal.
- 7) Mengalokasikan dan memberikan sumber daya organisasi dakwah.

²⁸ *Ibid*, hlm. 138

8) Dapat menyalurkan kegiatan-kegiatan dakwah secara logis dan sistematis.

c. Penggerakan Dakwah (*Tawjih*)

Penggerakan adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis.²⁹ Penggerakan dakwah merupakan inti dari manajemen dakwah, karena dalam proses ini semua aktivitas dakwah dilaksanakan, dimana semua fungsi manajemen akan bersentuhan langsung dengan para pelaku dakwah. Selanjutnya dari sini juga proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian, atau evaluasi akan berfungsi secara efektif.

Agar fungsi penggerakan dakwah ini dapat berjalan secara optimal, maka harus menggunakan tehnik-tehnik tertentu yang meliputi langkah – langkah di antaranya :³⁰

1) Pemberian Motivasi

Timbulnya kesediaan untuk melaksanakan tugas-tugas dakwah serta tetap terpeliharanya semangat pengabdian, hal itu disebabkan oleh adanya dorongan atau motif tertentu sesuai dengan sifat usaha yang didukungnya, yaitu dakwah Islam. Pelaku dakwah seharusnya mempunyai motif hanyalah semata-mata ingin mendapatkan ridha Allah SWT. walaupun demikian, mengingat para pelaku dakwah juga manusia biasa, pimpinan

²⁹ *Ibid*, hlm. 139

³⁰ A Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, hlm. 123

dakwah juga harus mempertimbangkan pemuasan kebutuhannya, berupa kebutuhan materi dan non-materi.³¹

2) Pembimbingan

Merupakan tindakan pimpinan yang menjamin terlaksananya tugas-tugas dakwah sesuai rencana, kebijakan dan ketentuan lain yang telah digariskan sehingga apa yang menjadi tujuan dan sasaran dakwah dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Pembimbingan terhadap pelaksana dakwah dilakukan dengan jalan memberikan perintah atau petunjuk serta usaha-usaha lainnya yang bersifat mempengaruhi dan menetapkan arahan tindakan mereka.

3) Penjalinan hubungan

Langkah ini menjamin terwujudnya harmonisasi dan sinkronisasi, usaha-usaha dakwah yang mencakup segi-segi yang luas itu, pelaksana dakwah memerlukan adanya penjalinan hubungan atau kordinasi. Penjalinan hubungan tersebut dapat berupa mencegah terjadinya kekacauan, kesamaan, kekosongan, dan sebagainya. Disamping itu, dengan penjalinan hubungan masing-masing pelaksana dakwah dapat menyadari bahwa segenap aktivitas yang dilakukan itu dalam rangka pencapaian sasaran dakwah.

4) Penyelenggaraan Komunikasi

Langkah ini merupakan salah satu upaya terpenting dalam dakwah. Komunikasi merupakan suatu transfer informasi dari seseorang kepada orang lain, baik perseorangan maupun kelompok sebagai suatu proses sosial secara langsung atau melalui apa yang mereka komunikasikan. Semakin baik komunikasi yang dilakukan seorang manajer dakwah, maka semakin baik pula wujud pekerjaan dan hasil mereka. Komunikasi yang berimbang dalam kegiatan manajemen akan dapat menyalurkan dan

³¹ Susilo Martoyo, *Pengetahuan Dasar Manajemen Kepemimpinan*, (Yogyakarta : BPFE, 1988), hlm. 117

menukarkan informasi di antara segenap pihak yang terlibat dalam proses manajemen.³²

5) Pengembangan dan peningkatan pelaksana

Pada masa kini terlebih lagi dimasa yang akan datang, dakwah Islam memerlukan para pendukung, yang disamping memiliki iman dan kesadaran yang tinggi, juga mempunyai kemampuan dan kecakapan sehingga para pelaksana dakwah akan berusaha meningkatkan dan mengembangkan kemampuan yang sepadan dengan beratnya tugas-tugas dakwah yang dihadapinya.

d. Pengendalian dan Evaluasi Dakwah (*Riqâbah*)

Proses ini merupakan proses terakhir dari tahapan-tahapan manajemen. Proses ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan dakwah yang dilakukan, apakah rencana dan target, apakah tugas-tugas yang diberikan kepada pelaksana berhasil atau tidak, apakah tidak terjadi penyimpangan, dan sebagainya. Langkah – langkah dalam pengendalian di antaranya:³³

- 1) Menetapkan standar atau alat pengukur.
- 2) Mengadakan pemeriksaan dan penelitian terhadap pelaksanaan tugas dakwah yang telah ditentukan.
- 3) Membandingkan antara pelaksanaan tugas dengan standar mutu yang telah ditetapkan.
- 4) Mengadakan tindakan perbaikan atau pembetulan.

Setelah dilakukan pengendalian semua aktivitas dakwah, maka aspek penting selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi dakwah dirancang untuk memberikan penilaian kepada orang yang dinilai dan orang yang menilai atau pimpinan dakwah tentang informasi mengenai hasil

³² Zaini Muchtarom, *Dasar – dasar Manajemen Dakwah*, hlm. 88-89

³³ A Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, hlm. 153

karya. Hal ini juga penting untuk mengetahui positif dan negatifnya pelaksanaan, sehingga dapat memanfaatkan yang positif dan meninggalkan yang negatif. Selain itu berupaya menghasilkan pengalaman praktis dan empiris yang dapat dipandang sebagai asset dakwah dan *harakah* yang harus diwariskan kepada generasi untuk dijadikan sebuah pelajaran. Maka secara spesifik tujuan dari evaluasi adalah :³⁴

- 1) Untuk mengidentifikasi sumber daya da'i yang potensial dalam sebuah spesifikasi pekerjaan manajerial.
- 2) Untuk menentukan kebutuhan pelatihan dan pengembangan bagi individu dan kelompok dalam sebuah lembaga atau organisasi.
- 3) Untuk mengidentifikasi para anggota yang akan dipromosikan dalam penempatan posisi tertentu.

2. Spiritual Company

Landasan teoritis mengenai *spiritual company* memang tidak punya batasan arti serta masih minim akan defenisi dalam bentuk literatur, karena *spiritual company* dapat diartikan sebagai perusahaan yang harmonis dengan seluruh *stakeholder*,³⁵ atau secara umum istilah *spiritual company* didasari dari spiriutalitas di tempat kerja, dimana perusahaan yang memperhatikan aspek spiritual dalam menjalankan aktivitas bisnis, lalu dapat berkembang pesat sehingga menjadi *sustainable company* di kategorikan perusahaan yang termasuk *spiritual company*.³⁶

³⁴ M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, hlm. 184

³⁵ Oka Widana, "*Spiritual Company*", <http://ahlikeuangan-indonesia.com/?p=100>, diakses 03 Juni 2012

³⁶ Muh. Arief Effendi, "*Abad 21: Era Spiritual Company*", <http://muharieffendi.wordpress.com/2010/04/07/abad-21-era-spiritual-company/>, diakses 26 Mei 2012

Melalui pendapat Ian. I. Mitroff dan E. Denton terkait Spiritualitas di tempat kerja sebagaimana dikutip oleh A. Riawan Amin yang menyatakan :

Spiritualitas ditempat kerja merupakan suatu peranan yang berkaitan dengan upaya untuk mencari tujuan akhir seseorang dalam kehidupan, untuk mengembangkan sebuah hubungan yang kuat terhadap rekan kerja dan orang lain yang terlibat dalam pekerjaan, serta untuk memperoleh konsistensi (atau kesesuaian) antara kepercayaan utama seseorang (*core beliefs*) dengan nilai-nilai yang diterapkan dalam perusahaan atau organisasi.³⁷

Pada perspektif lain, *spiritual company* menurut Sanerya Hendrawan juga dianggap sebagai spiritualisasi perusahaan, yaitu :

Langkah perusahaan menuju terbentuknya *God Corporate Governance*, sebuah sistem tata kelola perusahaan yang dalam perspektif Islam berdasarkan pada paradigma Tauhid (monoteisme murni) dengan konsep organisasi dan manajemen profetik yang serba melingkupi semua kegiatan, baik internal maupun eksternal, bisnis perusahaan. Didalamnya terkandung makna sistem, struktur, proses atau mekanisme, perilaku, dan budaya yang mengarahkan dan mengontrol perusahaan sehingga bekerja secara bertanggung jawab terhadap lingkungan dan para *stakeholder*.³⁸

Pilar utama dalam sebuah perusahaan adalah visi dan misi, oleh karena itu perusahaan yang menanamkan nilai-nilai spiritual memiliki visi dan misi spiritual perusahaan seperti perusahaan pada umumnya agar memberikan karakter atau kepribadian khas kepada perusahaan. Kemudian memberikan kekuatan untuk bersaing, sehingga visi dan misi

³⁷ A Riawan Amin dan Tim PBES FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah : Teori dan Praktek The Celestial Management*, hlm. 60

³⁸ Sanerya Hendrawan , *Spiritual Management*, hlm. 201

spiritual perusahaan mengandung perhatian pada tiga hal fundamental, di antaranya :³⁹

1. Perusahaan menjadi pencipta kesejahteraan bagi internal maupun external *stakeholder* , bumi dan seluruh ekosistem yang menopangnya.
2. Perusahaan bertanggung jawab pada pelestarian dan pengayaan keimanan dan kepercayaan, kehidupan, keturunan atau generasi yang akan datang, dan kekayaan.
3. Perusahaan harus dibangun di atas persaudaraan universal yang mengedepankan persamaan, cinta kasih, kebaikan, kewajiban menciptakan kesejahteraan orang lain, dan menciptakan keadilan sosial ekonomi.

Selanjutnya pilar kedua dalam membangun karakter *spiritual company* memperhatikan serangkaian sistem yang dibentuk dari prinsip - prinsip di antaranya :

a. Prinsip Nilai

Pada sebuah perusahaan, spiritual dimaksudkan sebagai makna, nilai-nilai, dan tujuan fundamental.⁴⁰ Nilai spiritual adalah nilai yang memberikan kebahagiaan abadi, yakni kebahagiaan karena memberi sesuatu. Dengan demikian nilai-nilai spiritual selain menjadi pemandu gerak, juga menjadi sumber energi yang abadi.⁴¹ Dalam pandangan ajaran Agama Islam, realisasi nilai tersebut menjadikan perusahaan dalam berbisnis agar lebih sehat tidak hanya bertujuan untuk keuntungan semata.⁴² Kemudian tidak hanya untuk kepentingan dunia bisnis, dan pekerjaan, atau tidak hanya untuk aspek spiritualitas saja,

³⁹ *Ibid*, hlm. 100 – 101

⁴⁰ Dinar Zohar dan Ian Marshall , *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*, hlm. 51

⁴¹ Ary Ginanjar Agustian , *Spiritual Company : Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampiun Bisnis Dunia*, (Jakarta : Arga, 2009), hlm. 76

⁴² Lihat terjemahan al-Qur'an Surat At-Taubah : 111, An-Nisa : 31, dan Al-Baqarah : 275

tetapi diselaraskan dalam kesatuan tauhid serta mekanismenya pun disesuaikan dengan pola *thawaf* alam, osilasi alam semesta.⁴³ Alam semesta merupakan sebuah ekosistem, jadi perusahaan yang secara sadar, mulai memasukkan elemen ekosistem alam raya. Hal ini juga termasuk kekuatan – kekuatan spiritual di dalam proses keputusan maupun operasional sehari - hari.⁴⁴ Adapun penjabaran tentang nilai – nilai yang dimaksud di antaranya :

1) Modal Spiritual (*Spiritual Capital*)

Melalui pendapat Danar Zohar, dengan menjalankan bisnis dalam konteks makna dan nilai yang lebih luas, maka dibutuhkan Modal Spiritual (*Spiritual Capital*). Modal spiritual dapat menghasilkan keuntungan yang diambil dari, dan ditambahkan pada, kekayaan jiwa manusia dan pada kesejahteraan umat manusia secara umum.⁴⁵ Hal ini merupakan khazanah pengetahuan dan kecakapan spiritual yang tersedia bagi seseorang atau suatu budaya.⁴⁶

Pada perusahaan yang memiliki modal spiritual, Danar Zohar dan Ian Marshall memberikan gambaran skenario perbandingan dengan bisnis pada umumnya, seperti berikut:

⁴³ Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power : Sebuah Inner Journey Melalui Al-Ihsan*, (Jakarta: Penerbit Arga, 2003), hlm. 44-47

⁴⁴ Wigrantoro Roes Setiyadi, "*Spiritual Company*", www.insteps.or.id/File/media/Spiritual%20Company.pdf. diakses pada tanggal 26 Mei 2012, jam 16.00 WIB.

⁴⁵ Danar Zohar dan Ian Marshall , *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*, hlm. 51

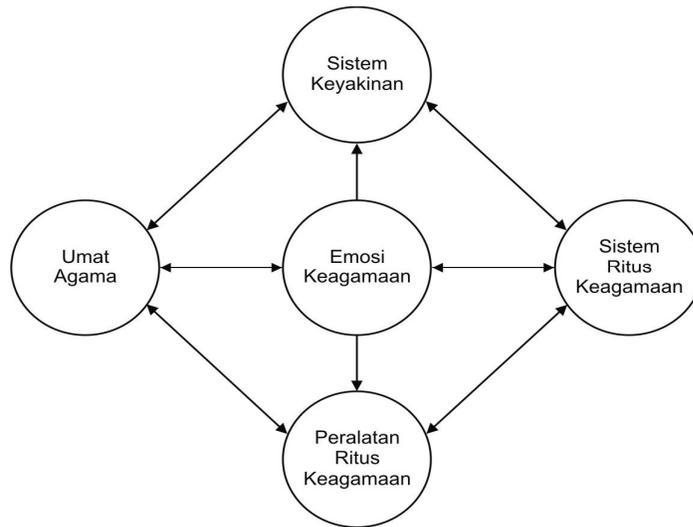
⁴⁶ *Ibid*, hlm. 61

Skenario 1 Bisnis-pada-umumnya	Skenario 2 Modal Spiritual (SC)
Memerosotkan Sumber Daya	Memelihara & memperbaharui sumber daya
Mengabaikan generasi mendatang	Melihat generasi mendatang sebagai stakeholder
Menyebabkan despritisasi personal	Mengilhami
Melahirkan kepemimpinan egoistik	Menyikapi kepemimpinan sebagai panggilan jiwa
Memicu stress	Mendatangkan kepuasan
Menonjolkan kepentingan diri	Menumbuhkan dedikasi
Menyulut terorisme dan kerusuhan	Menanggulangi kesenjangan dan kemarahan
Menimbulkan ketakutan	Melahirkan harapan

Gambar 1.1. Dua skenario ⁴⁷

Skenario yang digambarkan di atas tidak begitu saja terbentuk tanpa adanya modal spiritual seseorang berupa sistem keyakinan yang diyakini seseorang menjadi penggerak pada setiap aktivitas manusia. Sistem keyakinan disandarkan pada suatu religi (agama) yang mewakili kepercayaan masing-masing individu hingga juga dapat dijalankan secara kolektif pada suatu perusahaan. Tokoh antropologi Koentjaraningrat dalam bukunya Sejarah Teori Antropologi menjelaskan adanya lima komponen sistem religi manusia, seperti dalam bagan berikut :

⁴⁷ *Ibid*, hlm. 76



Gambar 1.2. Kelima Komponen Sistem Religi⁴⁸

Emosi keagamaan yang menyebabkan bahwa manusia mempunyai sikap serba religi, merupakan suatu getaran yang menggerakkan jiwa manusia hingga emosi tersebut menciptakan rasa kagum-terpesona terhadap hal-hal ketuhanan yang pada hakekatnya tidak dapat dijelaskan dengan akal manusia serta di luar jangkauannya. Oleh sebab itu, emosi keagamaan merupakan komponen utama dari gejala religi, yang membedakan suatu sistem religi dari semua sistem sosial budaya yang lain dalam masyarakat manusia. Pada sistem keyakinan dalam suatu religi berwujud pikiran dan gagasan manusia, yang menyangkut keyakinan dan konsepsi manusia tentang sifat-sifat Tuhan, sehingga sistem keyakinan juga menyangkut sistem nilai dan sistem norma keagamaan, ajaran kesusilaan, dan ajaran doktrin religi lainnya yang mengatur tingkah laku manusia. Komponen sistem ritus keagamaan dalam suatu religi

⁴⁸ Koentjaraningrat, *Sejarah Teori Antropologi*, (Jakarta : UI-Press, 1987), hlm. 82

berwujud aktivitas dan tindakan manusia dalam melaksanakan kebaktiannya terhadap Tuhan sehari - hari. Peralatan ritus keagamaan biasanya dipergunakan berbagai macam sarana dan prasarana termasuk ciri khas berpakaian yang dianggap mempunyai sifat suci. Sedangkan komponen yang kelima adalah umatnya, atau kesatuan sosial yang menganut sistem keyakinan dan menjalankannya.⁴⁹

Pada akhirnya babak selanjutnya dari nilai modal spiritual ini dapat mempengaruhi emosional seseorang dalam perannya di dunia pekerjaan maupun aktivitas sehari-hari.

2) Teologi Kerja

Penanaman nilai bahwa tempat bekerja dimaknai sebagai tempat ibadah. Bekerja bukan untuk mengabdikan kepada pimpinan atau materi, tetapi lebih dari itu, yaitu mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Melalui cara ini mungkin hasil yang diperoleh tidak banyak tetapi berkah.⁵⁰ Sehingga inilah nilai motif spiritual murni dalam bekerja, dengan mengerjakan seluruh amanat Sang Maha Pencipta penuh dengan kerelaan, kesadaran tinggi serta hanya mencari ridha Allah SWT.⁵¹

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 81

⁵⁰ A Riawan Amin dan Tim PBES FEUI, *Mengagas Manajemen Syariah : Teori dan Praktek The Celestial Management*, hlm. 72

⁵¹ Lihat Q.S. at-Taubah : 105

3) Integritas

Integritas adalah kejujuran atau ketulusan hati.⁵² Hal ini merupakan sebuah konsep yang menggambarkan bentuk kecerdasan manusia paling tinggi.⁵³ Suatu kesadaran terpadu yang canggih penghayatan mendalam atas suatu proses yang pernah di alami dengan melampaui kreativitas, nilai - nilai, keterampilan-keterampilan intuitif dan emosi, serta daya tarik analitik rasional. Panggilan untuk mendengarkan suara hati yang paling mendalam dan arahan untuk menghimpun keberanian guna menerapkannya dalam praktek.⁵⁴ Integritas tidak mungkin menipu, bebohong, dan tidak pamrih, sebab integritas adalah manifestasi dari prinsip malaikat (*angle principle*).⁵⁵

4) Emosional dan Kecerdasan emosional

Pengalaman emosional seseorang dikelompokkan menjadi enam kategori utama, hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Steven L. Mcshane & Mary Ann Von Glinow seperti berikut :

All emotions are clustered into six primary categories : anger, fear, joy, love, sadness, and surprise.⁵⁶

⁵² Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, hlm. 264

⁵³ Robert K Cooper & Ayman Sawaf , *Executive EQ : Kecerdasan Emosional dalam Kepemimpinan dan Organisasi*, (Jakarta : Gramedia, 2002), hlm. 302

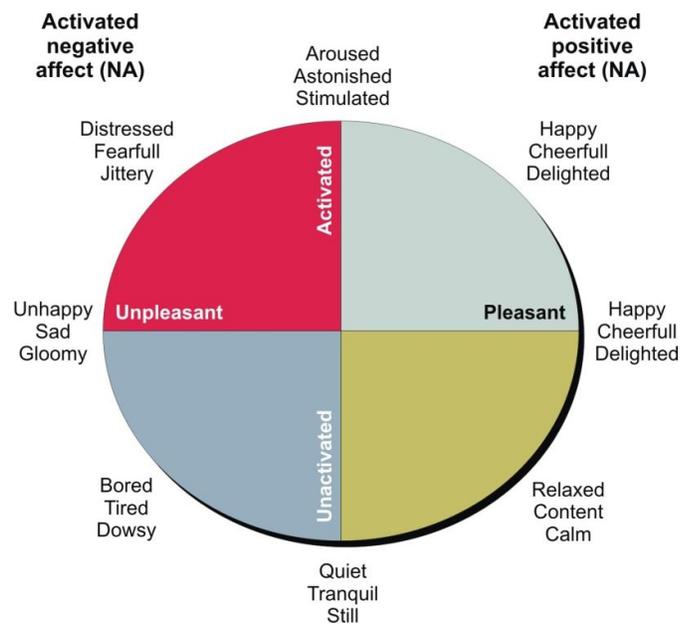
⁵⁴ *Ibid*, hlm. 304

⁵⁵ Ary Ginanjar Agustian , *Spiritual Company : Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampiun Bisnis Dunia*, hlm. 176

⁵⁶ Steven L. Mcshane & Mary Ann Von Glinow, *Organizational Behavior 3rd Edition*, (Boston : McGrawHill, 2005), hlm. 111

Artinya; seluruh emosional dikelompokkan menjadi enam kategori utama yaitu, amarah, rasa takut, kesenangan, kasih sayang, kesedihan dan adanya kejutan.

Berdasarkan penjelasan enam kategori emosional di atas, maka selanjutnya emosional tersebut memiliki dua dimensi pengaruh sebagaimana digambarkan pada bagan berikut :



Gambar 1.3. Affect Circumflex Model⁵⁷

Pada bagan di atas dijelaskan bahwa, emosional seseorang dipengaruhi atas dua keadaan yaitu perasaan senang dan tidak senang, dari keduanya melahirkan cabang-cabang emosional yang begitu kompleks terhadap sesuatu yang seseorang tersebut hadapi. Oleh karena itu, emosional juga dapat mempengaruhi seseorang di tempat kerja. Adapun kecerdasan emosional, menyangkut soal karakter, kapasitas untuk memahami diri sendiri, dan kapasitas

⁵⁷ J. Larson. E. Denier & R. E. Lucas, *Emotion : Models, Measures, and Differences*, (San Fransisco : Josey-Bass, 2002), hlm. 64.

untuk berhubungan dengan orang lain. Kecerdasan ini memperluas kemampuan, di antaranya; Mengenali emosi diri, Mengelola emosi, Memotivasi diri sendiri, Mengenali emosi orang lain dan Membina hubungan.⁵⁸ Sedangkan kecakapan emosi ialah kecakapan hasil belajar yang di dasarkan pada kecerdasan emosi, karena itu menghasilkan kinerja menonjol dalam pekerjaan.⁵⁹ Berdasarkan seluruh rangkaian emosional yang dijelaskan sebelumnya, bahwasanya emosional berperan penting dalam kebiasaan seseorang dalam bekerja, oleh sebab itu, untuk memahami emosional pada kebiasaan seseorang perlu mengetahui konsep yang disebut *attitudes*.

Attitudes represent the cluster of beliefs, assessed feelings, and behavioral intentions toward a person, object, or event (called an attitude object). Attitudes are judgments, whereas emotions are experiences. Attitudes involve logical reason, whereas we sense emotions. We also experience most emotions briefly, whereas our attitude toward someone or something is more stable over time.⁶⁰

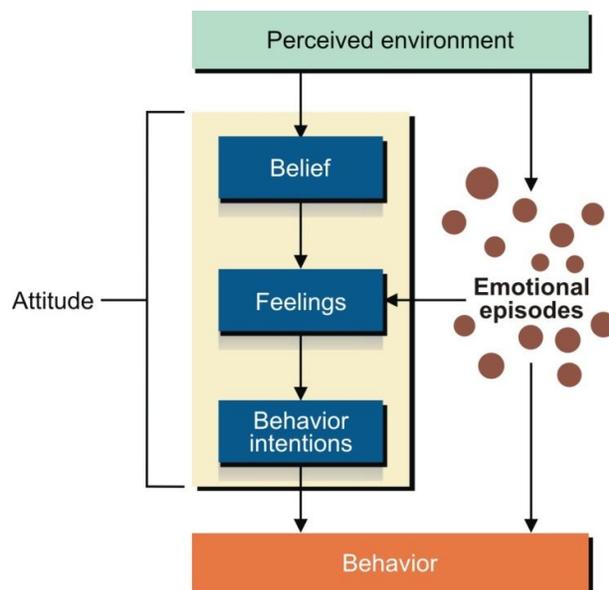
Artinya; Sikap mewakili sekelompok rasa keyakinan, menaksir perasaan, dan maksud perilaku yang mengarah kepada seseorang, obyek atau keadaan (disebut juga sebagai obyek dari sikap). Sikap merupakan pertimbangan-pertimbangan, sedangkan emosi adalah pengalaman-pengalaman. Sikap melibatkan alasan yang logis, sedangkan kita juga memiliki indra perasaan. Kita juga lebih berpengalaman perasaan dengan singkat.

⁵⁸ Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, terj. T. Hermaya (Jakarta: Gramedia, 2003), hlm. 58

⁵⁹ Daniel Goleman, *Working with Emotional Intelligence*, terj. Alex Tri Kantjono Widodo (Jakarta: Gramedia, 2003), hlm. 39

⁶⁰ Steven L. Mcshane & Mary Ann Von Glinow, *Organizational Behavior 3rd Edition*, hlm. 111

Sikap atau *attitude* terdiri dari tiga komponen, yaitu Keyakinan (*belief*), Perasaan (*feelings*), dan Maksud Prilaku (*behavioral intentions*).⁶¹ Keyakinan adalah pendirian seseorang dari pemahaman kita tentang suatu sikap, yaitu sesuatu yang kita yakini dapat menjadi kenyataan. Perasaan mewakili positif atau negatif penilaian kita terhadap suatu sikap. Sedangkan prilaku mewakili motivasi kita untuk selalu mengikutsertakan prilaku yang khusus dengan menghargai maupun mematuhi suatu sikap.⁶² Ilustrasi ketiga komponen *attitude* di atas digambarkan dalam sebuah model seperti berikut :



Gambar 1.4. Model of emotions, attitudes, and behavior⁶³

⁶¹ *Ibid*, hlm. 112

⁶² *Ibid*, hlm. 112

⁶³ *Ibid*, hlm. 113

Pada lingkungan dimana kita ingin merasa diperhatikan, maka dipengaruhi oleh keyakinan kita tentang sikap suatu obyek, kemudian kita memperhitungkan perasaan kita yang mengarah kepada sikap suatu obyek tersebut berdasarkan keyakinan yang kita miliki. Hasil dari mengevaluasi berbagai pertimbangan-pertimbangan (perasaan) menuntun kepada maksud atau tujuan perilaku, dan maksud perilaku menuntun untuk menjadi kelakuan atau kebiasaan yang sewajarnya. Pertama-tama kita memperhitungkan perasaan kita dari keyakinan yang kita miliki, proses ini dikenal dengan istilah *expectancy value model* (model nilai sebuah harapan). Kemudian perasaan tersebut dipengaruhi dari maksud perilaku kita. Seseorang yang memiliki persamaan rasa bisa jadi dari maksud perilaku yang berbeda berdasarkan keunikan pengalaman mereka dimasa lalu. Pada akhirnya maksud perilaku lebih baik daripada perasaan atau keyakinan dalam memprediksi perilaku seseorang.⁶⁴ Oleh sebab itu, pola dari model seperti ini menciptakan emosioal yang berkesinambungan menjadi suatu kebiasaan.

5) Kepedulian atau Kedermawanan

Kepedulian merupakan prinsip santun sosial yang berlandaskan pada dorongan suara hati yang menggerakkan upaya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan seluruh elemen perusahaan dan lingkungan terdekat. Kepedulian juga dapat diwujudkan dengan

⁶⁴ *Ibid*, hlm. 113

kedermawanan individu maupun kolektif sebagai rasa berbagi dari keuntungan finansial yang diperoleh perusahaan.

6) Kerjasama

Kerjasama adalah kebutuhan vital perusahaan untuk merealisasikan tugas – tugas kepemimpinan manusia dibumi. Hakikat kerja sama dalam perusahaan berupa persaudaraan, cinta, kasih sayang, dan kebaikan menjadi kekuatan spiritual yang menggerakkan kerjasama. Bukan lagi kekuatan-kekuatan produksi yang materil,⁶⁵ Maka setiap manusia, siapapun dia, apapun agamanya, apapun kebangsaannya, akan selalu punya keinginan atau dorongan untuk berkolaborasi dan bersatu.⁶⁶

7) Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan merupakan identitas atau kepribadian yang unik pada perusahaan yang berfungsi sebagai mekanisme internal yang memprogram sikap dan perilaku kolektif secara relatif seragam.⁶⁷ Budaya perusahaan pada organisasi spiritual, menurut S.P Robbins dan T.A. Judge dalam bukunya *Organizational Behavior* sebagaimana dikutip oleh A. Riawan Amin memberikan lima karakteristik kultural meliputi; *pertama*, memiliki kesadaran akan tujuan yang kuat. Membangun budaya mereka diatas tujuan yang bermakna, keuntungan merupakan sesuatu yang penting, tapi hal

⁶⁵ Sanerya Hendrawan , *Spiritual Management*, hlm. 236

⁶⁶ Ary Ginanjar Agustian , *Spiritual Company : Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampion Bisnis Dunia*, hlm. 158

⁶⁷ Sanerya Hendrawan , *Spiritual Management*, hlm. 233

tersebut bukanlah nilai yang paling utama bagi organisasi. *Kedua*, fokus pada pengembangan individu (*self development*). Organisasi mengakui harga dan nilai dari individu, mereka tidak hanya menyediakan pekerjaan, mereka mencari cara untuk menciptakan budaya dimana kru dapat berkembang dan belajar secara terus-menerus. *Ketiga*, rasa saling percaya dan keterbukaan, sehingga seorang manajer pun tidak takut mengakui kesalahannya. *Keempat*, praktik kerja yang humanistik. Jadwal kerja yang fleksible, adanya penghargaan (*reward*), jaminan terhadap hak kru, pemberdayaan kru, jaminan keamanan kru dan sebagainya. *Kelima*, toleransi atas ungkapan perasaan karyawannya. Tidak menahan emosi krunya, karena mereka mengizinkan krunya untuk menjadi dirinya sendiri untuk mengekspresikan suasana hati dan perasaan mereka tanpa perasaan takut dan menyesal.⁶⁸

8) Etos Kerja

Etos kerja merupakan karakter dan kebiasaan berkenaan dengan kerja yang terpancar dari sikap hidup manusia.⁶⁹ Sedangkan Etos kerja yang dimaksud disini adalah etos kerja muslim. Etos kerja muslim sebagai pancaran dari akidah yang bersumber pada sistem keimanan Islam, yakni sebagai sikap hidup yang mendasar berkenaan dengan etos kerja. Sehingga dapat dibangun paradigma

⁶⁸ A Riawan Amin dan Tim PBES FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah : Teori dan Praktek The Celestial Management*, hlm. 58

⁶⁹ Badaruddin, *Etos Kerja dan Paradigma Wirausahawan Muslim : Perspektif Budaya*, hlm. 18

etos kerja Islami.⁷⁰ Oleh karena itu harus didasari dengan konsep iman dan amal soleh kepada Allah SWT, dengan demikian prinsip kerja seperti ini melahirkan etos kerja yang berkualitas tinggi.

b. Prinsip Kepemimpinan

Kepemimpinan bukanlah berarti menguasai, melainkan seni meyakinkan orang untuk bekerja keras menuju sasaran bersama.⁷¹ Kepemimpinan harus dapat menjadi *powerfull leader* yang berbasis pada nilai-nilai spiritual atau dengan kata lain, seorang pemimpin yang tangguh namun memiliki hati nurani.⁷² Seorang *powerfull leader* senantiasa menyadari fisik, emosi dan spiritual yang menjadi modal dasar sangat penting untuk menjalankan kegiatan dan aktivitas bekerja. Berbeda dengan kepemimpinan konvensional, maka kepemimpinan di sini disebut kepemimpinan profetik (*prophetic leadership*). Kepemimpinan profetik mengisi kekosongan spiritual komunitas bisnis, terutama di tengah-tengah melimpahnya materi yang di akumulasi dengan cara-cara yang tidak *suistenable* dari sistem kapitalisme.⁷³

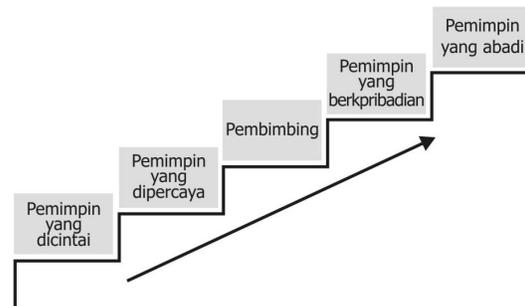
Pembahasan mengenai kepemimpinan oleh Ary Ginanjar dirangkum menjadi lima tangga kepemimpinan yang dapat membimbing sesuai dengan suara hati dan memiliki pengaruh besar yang sangat kuat dalam jangka panjang pada gambar sebagai berikut :

⁷⁰ Dochock Latief dalam Ahmad Janan, Asifuddin, *Etos Kerja Islami*, (Surakarta : UMS Press, 2004), hlm. V

⁷¹ Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, hlm. 212

⁷² Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power : Sebuah Inner Journey Melalui Al-Ihsan*, hlm. 7

⁷³ Sanerya Hendrawan , *Spiritual Management*, hlm 145



Gambar 1.5. Tangga Kepemimpinan⁷⁴

c. Prinsip Manajemen Berbasis Spiritual (*spiritual management*)

Spiritual management merupakan sebuah konsep terpadu antara manajemen modern dengan nilai-nilai spiritual (nilai-nilai suci dan nilai-nilai ketuhanan). Konsep tersebut dibangun dan digerakkan secara terpadu dengan landasan nilai-nilai spiritual.⁷⁵ Penerapan *spiritual management* memberikan tiga jenis kontribusi bagi kemajuan praktis bisnis dan manajemen. *Pertama*, kontribusi dimensi spiritualitas dalam memberikan pondasi yang kuat untuk membangun integritas moral yang kokoh bagi para pelaku bisnis (karyawan, pengusaha, kaum profesional). *Kedua*, kontribusi dimensi spiritualitas berkaitan dengan pengembangan etos kerja yang berorientasi pada kemajuan dan keunggulan kinerja (*excellent performance*). Ini artinya mengacu pada menjalankan 'teologi kerja' atau sebuah niatan suci untuk selalu menganggap pekerjaan kita sebagai suatu ibadah dan bentuk

⁷⁴ Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power : Sebuah Inner Journey Melalui Al-Ihsan*, hlm. 147

⁷⁵ L. Hakim dan E. Wijayanto, *Spiritual Based Management, Memimpin dan Bekerja Berbasis Spiritual*, (Jakarta : Hikmah, 2007), hlm. 21

pengabdian kepada Tuhan Yang Maha Esa. *Ketiga*, kontribusi dimensi spiritualitas dalam membangun apa yang kini sering disebut sebagai *learning organization*.⁷⁶

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian skripsi ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yakni kegiatan penelitian di lingkungan tertentu untuk mengadakan pengamatan dan memperoleh data. Penelitian ini akan dilakukan di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta. Sedangkan untuk metode penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif atau sering juga disebut metode penelitian *naturalistik* karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi alamiah (*natural setting*).⁷⁷

2. Langkah – langkah Penelitian

Adapun langkah-langkah penelitian ini adalah sebagai berikut:⁷⁸

a. Tahap pra lapangan

Pada tahap ini peneliti melakukan survey terlebih dahulu berupa peninjauan lapangan tentang latar penelitian, mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan topik penelitian sampai perizinan yang harus dipenuhi.

⁷⁶ Sanerya Hendrawan , *Spiritual Management*, hlm. 21

⁷⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2008), hlm. 8

⁷⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 127-151

b. Tahap pekerjaan lapangan

Peneliti memasuki dan memahami lapangan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dilapangan.

c. Tahap analisis data

Adalah melaksanakan serangkaian proses analisis data kualitatif dengan melakukan analisis berdasarkan rumusan data teori dalam usaha membahas permasalahan yang ada untuk menarik kesimpulan.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian identik dengan informan yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti. Informan yang dimaksud meliputi; Direktur Waroeng Group, Direktur dan staff *spiritual company* Waroeng Group, supervisor outlet, para karyawan outlet, konsumen dan masyarakat yang secara tidak langsung terlibat dalam aktivitas dakwah yang dilaksanakan oleh Waroeng Group.

b. Sedangkan objek yang menjadi titik fokus penelitian peneliti adalah fungsi-fungsi manajemen dalam pelaksanaan proses manajemen dakwah meliputi *Takhthîth*, *Thanzhîm*, *Tawjîh*, *Riqâbah* untuk mencapai tujuan dakwahnya, serta *spiritual company* yang diterapkan manajemen Waroeng Group pada tiap outletnya.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode pertama yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data adalah metode observasi.⁷⁹ Penulis memperhatikan secara seksama dan mengamati berbagai peristiwa aktual yang berkaitan dengan Spiritual Company dalam manajemen Waroeng Group Timoho Yogyakarta sebagai aplikasi konsep manajemen dakwah.

b. Wawancara (*Interview*)

Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung kepada informan.⁸⁰ Jenis interview yang digunakan adalah interview *semi structured*, yaitu mulanya menanyakan serangkaian pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu-persatu diperdalam untuk mengecek pertanyaan lebih lanjut.⁸¹ Adapun *key informan* utama yang peneliti interview di antaranya; Jody Brotosuseno (Presiden Direktur Waroeng Group), Ustadz Syamsuri (Direktur Spiritual Company Waroeng Group), Agung (Staff Spiritual Company Waroeng Group), Ali Hartawan (Supervisor outlet Waroeng Group), karyawan-karyawan outlet Waroeng Group, Konsumen dan Masyarakat sekitar.

⁷⁹ Sutrisnohadi, *Metodologi Research Jilid II*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1986), hlm. 136. Yaitu pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.

⁸⁰ Masri Singarimbun dan Sofan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989), hlm. 192

⁸¹ Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hlm. 183

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan studi dokumen yang berupa data-data tertulis mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.⁸² Dengan kata lain metode dokumentasi dipakai bertujuan untuk mencari data berupa catatan, buku, jurnal, bulletin, majalah, artikel dan bahan-bahan dokumentasi lainnya.

d. Penelusuran Data *Online*

Adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online. Sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi berupa data informasi teori, secepat atau semudah mungkin, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.⁸³

5. Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan guna menyempitkan dan membatasi penemuan-penemuan hingga menjadi suatu data yang teratur serta tersusun dan lebih berarti.⁸⁴ Dengan kata lain, analisis data dapat dimaknai sebagai proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam metode ini, data yang diperoleh baik dokumentasi, wawancara maupun observasi akan peneliti bahas pada bab pembahasan. Ini artinya data yang diperoleh kemudian disusun dan digambarkan menurut apa adanya, sehingga dapat dijadikan

⁸² *Ibid*, hlm. 236

⁸³ Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Kencana Prenada Media, 2007), hlm. 125

⁸⁴ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: PT. Prasetia Widia Pratama, 2000), hlm. 87

kesimpulan yang logis terhadap permasalahan yang diteliti. Maka analisis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif, yaitu menggambarkan dengan data-data atau kalimat dan disusun berdasarkan urutan pembahasan yang telah direncanakan.

Analisis yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

- a. Analisis antar bagian. Langkah ini digunakan untuk menganalisis masing - masing fungsi manajemen yang dilakukan oleh Waroeng Group sebagai konsep Manajemen Dakwah.
- b. Analisis antar sub bagian. Langkah ini digunakan untuk menganalisis sub - sub bagian dari fungsi manajemen yaitu berupa *spiritual company*.

6. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data

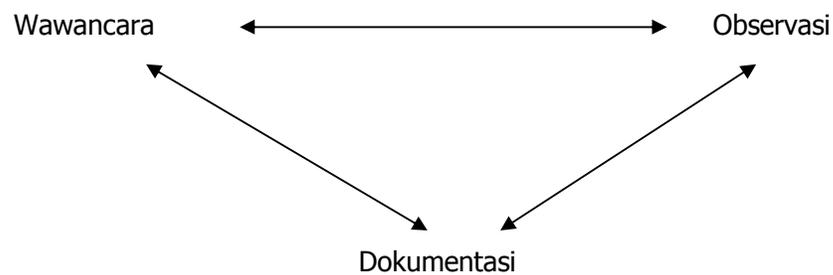
Untuk menguji keabsahan data yang ada, maka ada tehnik pengecekan keabsahan data, yakni Triangulasi sebagai alat untuk pengecekan keabsahan data. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.⁸⁵ Jenis Triangulasi terdiri dari triangulasi data (atau biasa disebut triangulasi sumber) yaitu dengan cara mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain.⁸⁶ Selanjutnya triangulasi metode, triangulasi teori, dan triangulasi peneliti.⁸⁷

⁸⁵ Djaman Satori dan Aan Komarian, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hlm. 170

⁸⁶ *Ibid*, hlm. 170

⁸⁷ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKIS, 2007), hlm. 99

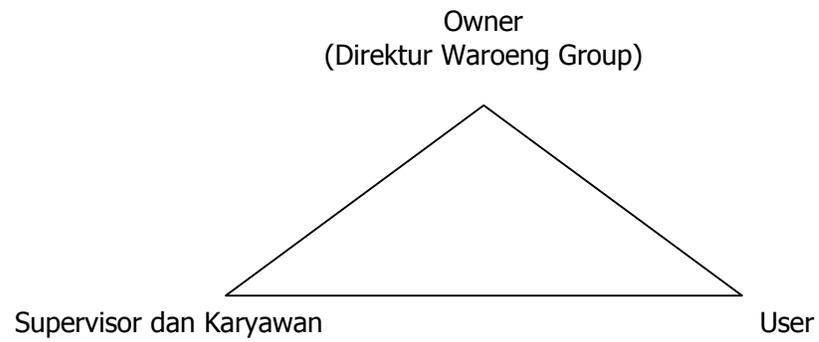
Peneliti melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Pengecekan data dengan triangulasi metode diperoleh dari metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.



Gambar 1.6. Triangulasi Pengumpulan Data⁸⁸

Sedangkan triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data melalui metode yang sama. Dalam hal ini peneliti mengecek derajat kepercayaan sumber dengan hasil informan melalui metode wawancara pada informan yang berbeda-beda.

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 372



Gambar 1.7. Triangulasi Sumber Data⁸⁹

⁸⁹ "Metode Penelitian Triangulasi" <http://jurnalekosanjayatamba.wordpress.com>, diakses pada tanggal 07 November 2012

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pemahaman dalam kajian ini serta memperoleh gambaran yang jelas dan terarah juga sistematis, maka dalam pembahasan per-bab dengan susunan sebagai berikut:

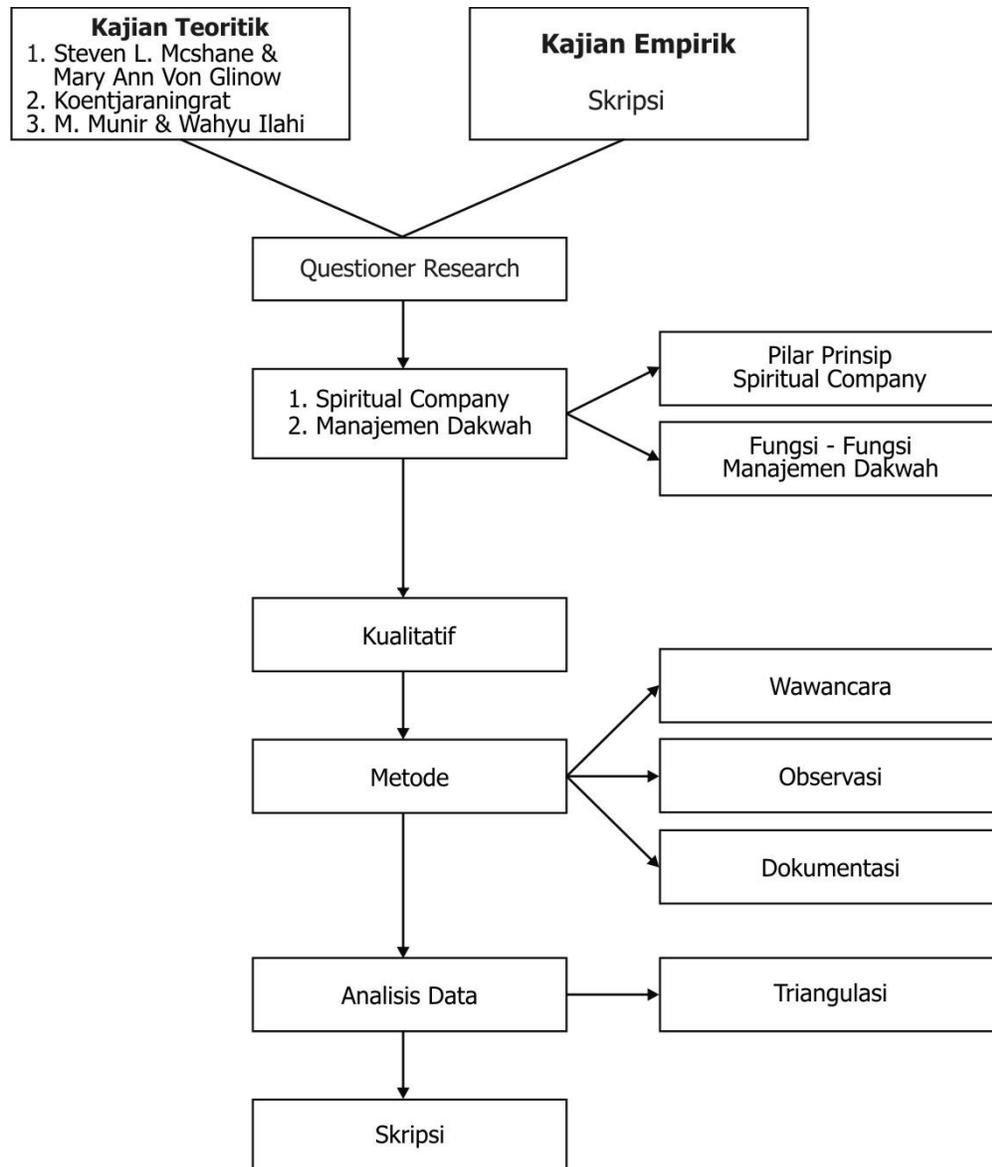
Bab Pertama Pendahuluan. Bab ini diuraikan tentang pentingnya penelitian ini dilakukan. Bagian ini mencakup Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teoritik, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab Kedua akan diuraikan tentang gambaran umum Waroeng Group Timoho Yogyakarta. Bab ini akan menjelaskan Letak geografis, sejarah berdiri, perkembangan Waroeng Group, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan struktur kepengurusan, outlet – outlet, sarana dan prasarana serta kegiatan – kegiatan Nasional Waroeng Group

Bab Ketiga Pembahasan. Bab ini berisi tentang permasalahan pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini, di antaranya sejarah *spiritual company*, prinsip nilai – nilai *spiritual company* serta aplikasi fungsi – fungsi manajemen dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta melalui *spiritual sompany* di outlet-outlet Waroeng Group.

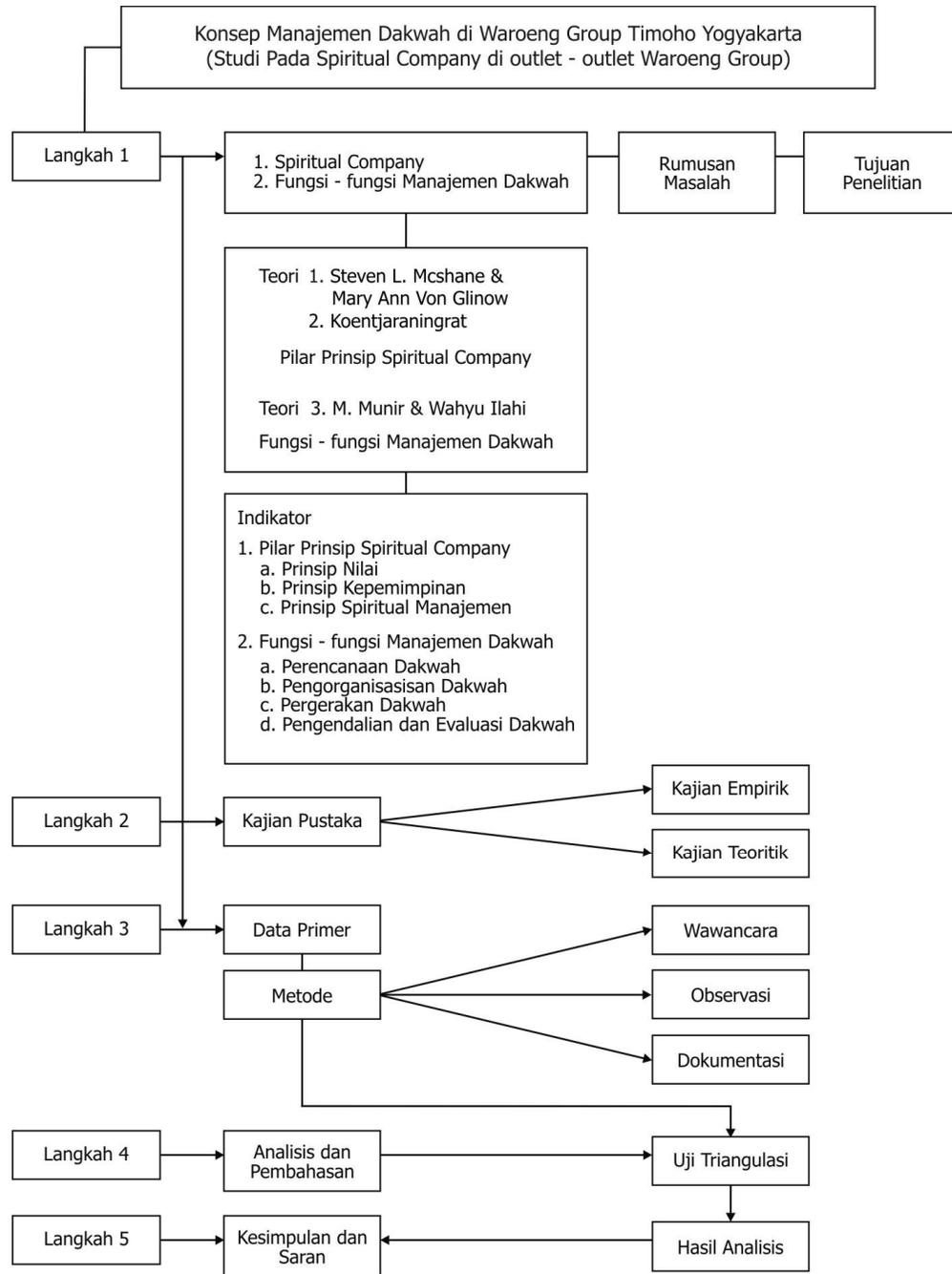
Bab Keempat adalah penutup yang memuat kesimpulan, saran - saran yang dipandang perlu serta kata penutup. Pada bagian akhir skripsi ini akan dicantumkan pula daftar pustaka serta lampiran-lampiran.

J. Alur Skema Penelitian



Gambar 1.8. Alur Skema Penelitian

K. Alur Proses Penelitian



Gambar 1.9. Alur Proses Penelitian

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti simpulkan bahwa Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi pada *Spiritual Company* di outlet – outlet Waroeng Group) sebagai berikut.

Spiritual Company merupakan sistem yang diterapkan oleh Waroeng Group Timoho Yogyakarta sebagai konsep manajemen dakwah perusahaan. Sistem *Spiritual Company* dijalankan oleh suatu departemen tersendiri sebagai misi dakwah perusahaan. Sistem *Spiritual company* di dalamnya terdapat serangkaian program dakwah yang dibuat dan diterapkan di outlet – outlet Waroeng Group yang tersebar di seluruh Indonesia. Sasaran program – program *spiritual company* ditujukan untuk internal dan eksternal perusahaan. Pada sasaran internal diterapkan kepada seluruh karyawan outlet Waroeng Group dengan menginternalisasikan nilai-nilai spiritual Islam ke dalam setiap pekerjaan. Hal ini ditekankan agar para karyawan outlet selain bekerja dengan profesional namun juga disiplin beribadah dan selalu menghadirkan Allah SWT dalam setiap tindakan. Sedangkan pada sasaran eksternal diperuntukkan bagi khalayak umat meliputi warga sekitar outlet serta masyarakat desa binaan dengan cara syi'ar Agama Islam dan aktivitas kepedulian sosial perusahaan.

Adanya penerapan sistem *spiritual company* di Waroeng Group memberikan dampak yang signifikan kepada seluruh karyawan outlet, konsumen, mitra bisnis, warga sekitar dan masyarakat pada umumnya. Oleh sebab itu perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang memungkinkan situasi spiritual secara horisontal dan vertikal. Pada akhirnya nilai – nilai yang terkandung dalam sistem *spiritual company* di Waroeng Group menciptakan budaya perusahaan Islami serta melahirkan etos kerja Islami.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti juga menemukan beberapa faktor pendukung dan penghambat penerapan sistem *spiritual company* di Waroeng Group. Salah satu faktor pendukung tersebut adalah adanya keinginan dari pemilik perusahaan yang memang ingin menjalankan manajemen bisnisnya secara Islami dengan melibatkan seluruh karyawannya. Selain itu sumber dana yang disediakan perusahaan untuk menunjang penerapan sistem *spiritual company* sangat mendukung seluruh rangkaian program dakwah perusahaan. Sedangkan faktor penghambat penerapan beberapa program *spiritual company* adalah pada para karyawan outlet yang belum disiplin dalam menjalankan ibadah.

B. Saran

Konsep Manajemen Dakwah di Waroeng Group Timoho Yogyakarta melalui sistem *spiritual company* di outlet – outlet Waroeng Group sudah berjalan dengan baik. Untuk mencapai tujuan lebih optimal dan sesuai yang diinginkan, maka peneliti menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan

pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapaun saran – saran yang dimaksud diantaranya sebagai berikut :

1. Sistem *spiritual company* dapat dijadikan standarisasi model konsep oleh perusahaan sejenis atau belum, akan tetapi memiliki inti yang sama.
2. Sistem *spiritual company* Waroeng Group ini dapat memberikan contoh kepada para pengusaha muslim lainnya agar mengembangkan bisnis usahanya bergerak menuju perusahaan yang Islami.
3. Hendaknya *spiritual company* memiliki struktur manajemen agar tercipta pola koordinasi yang lebih baik lagi terhadap seluruh penyelenggaraan aktivitas dakwah perusahaan.
4. Bagi peneliti berikutnya dapat menjadikan hasil penelitian ini untuk ditindak lanjuti pada persfektif yang berbeda, sehingga dapat memperkaya khasanah intelektual mengenai manajemen dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muhaimin, "*Manajemen Dakwah Kampus (Studi model Dakwah Kampus Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia Komisariat UIN Sunan Kalijaga)*", dalam skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dawkah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.
- Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Bahasa Arab – Indonesia Al-Munawwir*, Yogyakarta : YAPPI Krpyak, 1973.
- Andy Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah*, Yogyakarta : LESFI, 2002.
- A Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, Jakarta : Bulan Bintang, 1993.
- A Riawan Amin dan Tim PBES FEUI, *Menggagas Manajemen Syariah : Teori dan Praktek The Celestial Management*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power : Sebuah Inner Journey Melalui Al-Ihsan*, Jakarta: Penerbit Arga, 2003.
- Ary Ginanjar Agustian , *Spiritual Company : Kecerdasan Spiritual Pembawa Sukses Kampiun Bisnis Dunia*, Jakarta : Arga, 2009.
- Badaruddin, *Etos Kerja dan Paradigma Wirausahawan Muslim : Perspektif Budaya*, Yogyakarta : Kurnia Kalam Semesta, 2010.
- Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana Prenada Media, 2007.
- Danar Zohar dan Ian Marhall, *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*, Bandung : Mizan, 2005.
- Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, terj. T. Hermaya, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Daniel Goleman, *Working with Emotional Intelligence*, terj. Alex Tri Kantjono Widodo, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Djaman Satori dan Aan Komarian, *Metode Penelitan Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2009.
- Dochock Latief dalam Ahmad Janan, Asifuddin, *Etos Kerja Islami*, Surakarta : UMS Press, 2004.

- Eneng Purwanti, "Manajemen Dawkah dan Aplikasinya Bagi Perkembangan Organisasi Dakwah", *Adzikra*, Vol. 1: 2, Juli-Desember, 2010.
- Feni Sudilasih, "Manajemen Dakwah di Lembaga Pengabdian Masyarakat Pondok Pesantren Pangeran Diponegoro Dusun Sambego Maguwoharjo Kabupaten Sleman Kota Yogyakarta", dalam skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dawkah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.
- Fatimatus Zahro Jihan Fitri, "Manajemen Dakwah Yayasan Majelis Muhtadin Kota Yogyakarta (Studi atas Fungsi Manajemen)", dalam skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dawkah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.
- J. Larson. E. Denier & R. E. Lucas, *Emotion : Models, Measures, and Differences*, San Fransisco : Josey-Bass, 2002.
- Koentjaraningrat, *Sejarah Teori Antropologi*, Jakarta : UI-Press, 1987.
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- L. Hakim dan E. Wijayanto , *Spiritual Based Management, Memimpin dan Bekerja Berbasis Spiritual*, Jakarta : Hikmah, 2007.
- Mas'ud Khasan dkk, *Kamus Istilah Pengetahuan Populer*, Gresik: CV Bintang Pelajar, tt.
- M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta : Kencana, 2006.
- Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: PT. Prasetia Widia Pratama, 2000.
- Masri Singarimbun dan Sofan Effendi , *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989.
- Metode Penelitian Triangulasi*" <http://jurnalekosanjayatamba.wordpress.com>. diakses 07 November 2012.
- Muh. Arief Effendi, "Abad 21: Era Spiritual Company", [http://muhariefeffendi.wordpress.com /2010/04/07/abad-21-era-spiritual-company/](http://muhariefeffendi.wordpress.com/2010/04/07/abad-21-era-spiritual-company/), diakses 26 Mei 2012
- Oka Widana, "Spiritual Company", <http://ahlikeuangan-indonesia.com/?p=100>, diakses 03 Juni 2012
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKIS, 2007.
- Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arloka, 2001.

- Pusat Pembinaan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994.
- Robert K Cooper & Ayman Sawaf, *Executive EQ : Kecerdasan Emosional dalam Kepemimpinan dan Organisasi*, Jakarta : Gramedia, 2002.
- Salim's Ninth Collegiate, *English – Indonesian Dictionary*, Jakarta: Modern English Press, 2000.
- Sanerya Hendrawan, *Spiritual Management*, Bandung : Mizan, 2009.
- Stephen R Covey, *The Seven Habbits of Highly Effective People*, Terj : Budijanto, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1997.
- Steven L. Mcshane & Mary Ann Von Glinow, *Organizational Behavior 3rd Edition*, Boston : McGrawHill, 2005.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabet, 2008.
- Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Susilo Martoyo, *Pengetahuan Dasar Manajemen Kepemimpinan*, Yogyakarta : BPFE, 1988.
- Sutrisnohadi, *Metodologi Research Jilid II*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1986
- Syeikh Ali Makhfuz, *Hidayatul Mursidin*, terj. Chadijah Nasution, ttp: Penerbitan 3A, 1970.
- T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*, Yogyakarta: BPFE, 2003.
- Thomas S. Khun, *Peran Paradigma Dalam Revolusi Sains*, terj. Tjun Surjaman, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993.
- Tony Buzan, *The Power of Spiritual Intelligence : Sepuluh Cara Jadi Orang yang Cerdas secara Spiritual*, terj : Alex Tri Kantjono W dan Febrina Fialita, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Wigrantoro Roes Setiyadi, "Spiritual Company", www.insteps.or.id/File/media/Spiritual%20Company.pdf. diakses pada tanggal 26 Mei 2012.
- Zaini Muhtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta : PT al-Amin Press, 1996.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

- Lampiran 01 : Panduan Wawancara (Interview Guide)
- Lampiran 02 : Hasil Wawancara
- Lampiran 03 : Surat Bukti Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 04 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 05 : Surat Izin Penelitian dari Gubernur DIY
- Lampiran 06 : Surat Bukti Telah Melakukan Penelitian dari Waroeng Group
- Lampiran 07 : Kartu Konsultasi
- Lampiran 08 : Sertifikat Tes Bahasa Arab (IKLA)
- Lampiran 09 : Sertifikat Tes Bahasa Inggris (TOEFL)
- Lampiran 10 : Sertifikat Baca Tulis Al-Qur'an (BTA)
- Lampiran 11 : Sertifikat Pelatihan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT)
- Lampiran 12 : Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)
- Lampiran 13 : Sertifikat Sosialisasi Pembelajaran di Perguruan Tinggi
- Lampiran 14 : Data - data Profil Waroeng Group Yogyakarta
- Lampiran 15 : Data - data Spiritual Company Waroeng Group
- Lampiran 16 : Foto – foto Kegiatan Spiritual Company Waroeng Group
- Lampiran 17 : Poster Publikasi Kegiatan Spiritual Company Waroeng Group
- Lampiran 18 : Curriculum Vitae

INTERVIEW GUIDE

1. Apakah yang dimaksud dengan spiritual company ?
2. Bagaimana awal mulanya spiritual company dibuat ?
3. Bagaimana awal pembentukan departemen spiritual company ?
4. Apa saja dampak yang dirasakan dari penerapan spiritual company ?
5. Modal spiritual seperti apakah yang di miliki perusahaan dan karyawan ?
6. Bagaimanakah Teologi Kerja yang dimaknai dalam setiap aktivitasnya ?
7. Integritas seperti apakah yang ditanamkan kepada setiap karyawan ?
8. Dalam bentuk apa kepedulian atau kedermawanan yang dilakukan ?
9. Budaya Perusahaan seperti apakah yang dimiliki ?
10. Bagaimanakah kepemimpinan yang dijalankan ?
11. Seperti apakah manajemen yang dijalankan berbasis spiritual ?
12. Kontribusi apa saja yang diberikan dari manajemen berbasis spiritual ?
13. Manfaat dari manajemen berbasis spiritual ?
14. Apakah rencana jangka panjang dari spiritual company ?
15. Siapa saja sasaran dakwah yang ditentukan?
16. Metode dakwah apa yang yang digunakan ?
17. Apa saja materi dakwah yang diberikan ?
18. Apa saja program – program dakwah spiritual company ?
19. Bagaimana menyusun jadwal program – program dakwah ?
20. Bagaimana menentukan lokasi kegiatan dakwah ?
21. Darimana sumber dana yang di peroleh untuk penyelenggaraan dakwah ?
22. Bagaimana pengelompokan program - program dakwah ?
23. Siapa saja pelaku dakwah yang ada ?
24. Upaya apa yang dilakukan untuk memberdayakan karyawan ?
25. Bagaimana cara memotivasi karyawan ?
26. Bagaimana cara menjalin komunikasi sesama karyawan ?
27. Apa saja bentuk pelaksanaan dakwahnya ?
28. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan dakwah ?
29. Bagaimana langkah perbaikannya ?
30. Bagaimana cara mengukur keberhasilan programnya ?

HASIL WAWANCARA

A. Wawancara kepada Bapak Jody Brotosuseno selaku Presiden Direktur Waroeng Group (Hari Selasa tanggal 22 Januari 2013. Jam 18.42 WIB)

1. Bagaimana awal mulanya spiritual company dibuat ?

"awal-awalnya spiritual company itu, dulu dari ustad Yusuf Mansyur, jadi ketika beliau ceramah di Jogja, saya kenal beliau, saya ngobrol banyak, kemudian beliau punya ide, saya undang beliau untuk ngisi ceramah karyawan, beliau bilang "kenapa gak dibuat aja spiritual company?". Sebenarnya beliau juga melihatnya spiritual company dari konsep MQ juga mas, karena beliau kan lama di MQ juga, nah beliau kan ngelihat di MQ nya AA gym kan karyawannya sebelum buka sholat dhuha dulu, artinya menghadap ke Allah dulu, lapor dulu baru bukaan..waktunya sholat ya ditutup, ditinggal, sholat dulu, ya seperti itu konsepnya."

"dulu awal-awalnya karyawan-karyawan waroeng kan bukan dari pesantren, jadi orang biasa semua lulusan SD, lulusan SMP dari wonogiri gak ada yang basic nya dari pesantren. Jadi ketika saya minta mereka, malah belom minta sih, baru masih liat mereka sholat jum'at aja banyak yang bolong, udah sholat lima waktu banyak yang kosong juga, jum'atan aja bolong apalagi sholat shubuhnya, nah saya liat yang gitu tuh, miris gitu lho hati saya. Nah kemudian gimana yah caranya merubah karyawan? Supaya baik, supaya jum'atan gak ditinggal. Akhirnya mulailah pelan-pelan saya merintis. Dulu kita nyebutnya bukan spiritual company, yah pokoknya saya kepingin karyawan saya bener semualah., dan mulailah saya ikut ESQ awalnya, kemudian saya liat konsepnya pas, ESQ ini konsep dakwah yang pas menurut saya, artinya gak menakutkan gitu lho, buat orang umum seperti saya gak menakutkan. Ketika saya ikut, istri saya ikut, baru kemudian kenapa gak karyawan kita semua kita ikutin. Dulu kan karyawan saya kan banyak, delapan ratusan dulu, sekarang 1.600 karyawan 2 x lipat ahamdulillah.....nah pelan-pelan kita ikutin, 10, 20 bertahap. Dulu responnya bagus semenjak ikut ESQ mereka kemudian sholatnya jadi rajin, baguslah ibadahnya kemudian jadi bagus."

"semua yang telah saya jalankan mengacu pada spiritual company, mencontoh Rasulullah yang juga berbisnis namun juga agamis"

2. Bagaimana awal pembentukan departemen spiritual company ?

"iya saya pikir program ini bagus kalo karyawan semua ibadahnya baik, pasti kinerjanya juga meningkat, jadi kedepan karyawan gak perlu kita awasin lagi, karena dah ngerasa udah ada yang ngawasin terus. Akhirnya seperti itu, ini gak bisa main-main, saya buat departemennya tersendiri kemudian saya angkat salah satu ustad dari Solo, hmm namanya Ustad Syamsuri, nah beliau yang jadi pemimpin Spiritual Company nya."

3. Apa dampak yang dirasakan dari penerapan spiritual company ?

"wah beda banget ya mas ya, sekarang tuh karyawan saya ibadahnya juga, ya saya tuh yang paling kelihatan ya ibadahnya, sekarang tanpa diingatin lagi, udah gak bolong-bolong lagi sholatnya. Kemudian dampaknya ke perusahaan..ya jadi lebih meningkat, misalnya omsetnya waroeng steak tiap tahunnya tuh meningkat terus, itu berkat doanya karyawan juga...pokoknya wah dampaknya besarnya mas Alhamdulillah, kita kalo dibuat grafik tuh naik terus omset kita."

4. Modal spiritual seperti apakah yang di miliki perusahaan dan karyawan ?

"karyawan saya punya tanggung jawab juga buat dakwah, supaya ada rasa dan jiwa dakwahnya kita bangun disitu."

5. Integritas seperti apakah yang ditanamkan kepada setiap karyawan ?

"saya kan cari karyawan itu yang jujur, bukan cari karyawan yang pintar, karna sekarang cari karyawan yang jujur tuh mas...masyaAllah susahnyaaa....hmm..karena pendidikan restoran itu gampang, seminggu aja di restoran saya, udah langsung bisa ikut kerja, nah yang susah dicari itu karyawan yang jujur mas, saya lebih suka merekrut karyawan dengan latar belakang pendidikan SD/SMP tapi jujur dan mau bekerja keras."

6. Dalam bentuk apa kepedulian atau kedermawanan yang dilakukan ?

"Ketika kita menerapkan spiritual company, yang pertama awalnya saya pengen sekali karyawan saya itu ikut sedekah, kemudian sedekah ini dikembangin lagi, karena kan sedekahnya semakin besar, semakin besar, karena sedekah ini dari pelanggannya waroeng juga."

7. Budaya Perusahaan seperti apakah yang dimiliki ?

"budaya perusahaan kita ya sama - sama, kekeluargaan, artinya kalo ada karyawan kita yang kesulitan, yang diatas tuh ikut ini juga, ikut datang juga, contohnya waktu itu ada salah satu karyawan kita di outlet grogol Jakarta yang kena banjir, nah ini karyawan yang lain harus ikut mendoakan juga, karna yang paling utama tuh doa dulu, jadi rasa memilikinya tuh ada, yang dipusat juga begitu, baru kemudian ditengokin."

8. Bagaimanakah kepemimpinan yang dijalankan ?

"Ya, itu, awalnya dari program spritual company ini, di setiap outlet ini ada pimpinannya (*supervisor*), mereka ini saya anggap sebagai kiai-nya di disini, karena warung- warung ini ibaratnya kayak pesantren"

9. Seperti apakah manajemen yang dijalankan berbasis spiritual ?

"itu cuma istilah nama aja sih mas, jadi ya artinya asal semuanya sama-sama mencari ridha Allah, mencari keberkahan insyaAllah sama namanya apa ajalah mas...spiritual company, spiritual bisnis atau manajemen dan lainnya...ya intinya kita melibatkan Allah disetiap apa - apa yg kita lakukan, karyawan saya mulai dari bangun tidur sebelum berkerja niatnya harus ke

Allah dulu, itu yang paling utama. Dengan begitu keimanan mereka bertambah, tauhidnya semakin kuat. Jadi kita mengajak karyawan itu semakin dekat dengan Allah, dengan itu saya yakin dampaknya buat perusahaan semakin besar.”

10. Apakah rencana jangka panjang dari spiritual company ?

“sebenarnya dakwah itu tugas semua yah, bukan cuma tugasnya ustad aja, tapi tugas kita semua, saya punya tugas buat dakwah, karyawan saya juga punya tugas buat dakwah, waroeng group sendiri punya tugas buat dakwah.”

11. Siapa saja sasaran dakwah yang ditentukan?

“ya akhirnya ke karyawan, kan kuncinya sukses sebuah usaha kan di SDM, ketika SDM nya udah baik ya udah pasti berdampak ke perusahaannya, kinerjanya jadi lebih meningkat, kemudian apa...kebocoran-kebocoran gak ada, kalo dulu masih sering mas...karena karyawan saya kan hampir semuanya tinggal di outlet, 15 karyawan per outlet itu tinggalnya di outlet, bayangkan kalo satu karyawan ambil telur sekali makan, itu udah berapa kerugian dari perusahaan?.”

12. Apa saja materi dakwah yang diberikan ?

“mereka belajar sedekah, kemudian pelan-pelan kita benerin sholatnya, sholat dhuha, kita ajarin buat sholat dhuha, dan ibadah-ibadah yang lain, kita benerin semua.”

13. Apa saja program – program dakwah spiritual company ?

“ketika kita menerapkan spiritual company, yang pertama awalnya saya pengen sekali karyawan saya itu ikut sedekah, nah konsep sedekah ini saya mulai dari berhenti merokok, dulu udah 1.000 karyawan saya saat saya mulai spiritual company 2/3 nya merokok, jadi sekitar delapan ratusan karyawan merokok.”

“sedekah ini dari pelanggannya waroeng juga, kita ada program namanya SedekahQu, ini yang dikelola oleh rumah tahfidz, kita titipin ke outlet-outlet diwaroeng.”

“awalnya gini, setiap karyawan waroeng yang masuk kan test nya ngaji sekarang, ada test ngaji, kejujuran sebelum jadi karyawan, kemudian baru mereka training di setiap outlet waroeng 2 bulan mereka training, nanti ada supervisornya, ketika dia lulus, baru dia bisa jadi karyawan, sehingga akhirnya saya buat waroeng akademi, jadi ketika mereka lulus dari waroeng akademi, mereka dah siap, mereka dah baik secara ibadah dan lain-lain.”

“kita bikin tiap angkatan itu sebelum masuk ke waroeng 40 hari, mereka disitu itu selama 40 hari tuh isinya cuma ngaji aja, sholat 5 waktu di mesjid, sholat dhuha, kemudian ada kebersihan buat peka sosial, tidak dirumahnya sendiri, tapi kebersihan di masjid, kebersihan semua di lingkungan sekitar, jadi mereka sepanjang jalan harus nyapu menjaga kebersihan.”

“program unggulan kita sebenarnya rumah tahfidz ini mas, awalnya kan rumah tahfidz di waroeng group, itu yang dibiayai oleh karyawan semua

operasionalnya, dan kita punya 68 rumah tahfidz binaan, punya 2.000 santri di wonosari, ini semua programnya program spiritual company waroeng group juga.”

14. Bagaimana menentukan lokasi kegiatan dakwah ?

“iya di outlet – outlet itu, yang jelas, saya gak nyewa tempat di mall, karena dakwahnya mahal..hehe, tapi ada sih pemikiran kedepan ingin buka di mall, insyaAllah..”

“yang kalo untuk yang menikah boleh tinggal diluar outlet, tapi kalo suami istri kerja di waroeng kita kasih mess, kita kasih kamar mereka boleh tinggal disitu.”

“waroeng akademi ini sementara tempatnya di timur masjid nurul nashri deresan, ada satu rumah, itu rumah tadinya buat pengembangan masjid, tapi karena belum dibangun jadi kita pakai dulu buat waroeng akademi.”

15. Darimana sumber dana yang diperoleh untuk penyelenggaraan dakwah ?

“untuk program spiritual company selain rumah tahfidz, ada anggaran dari Waroeng untuk sosial berapa persen saya gak hapal, jadi memang ada anggarannya sendiri. Tapi kalo yang rumah tahfidz awalnya dulu kalo 1 karyawan ngeluarin 200ribu-an buat rokok, berarti 160 juta uang yang ilang sebulan buat ngerokok...nah kemudian saya bilang ke karyawan saya, kalo saya beliin rumah, saya kasih ustadznya, nanti kita cari santri, mau gak berhenti merokok, uangnya sedekahnya kita alihkan ke rumah tahfidz waroeng group? akhirnya mereka setuju. Ok setuju, Jadilah itu, jadi awalnya dari sedekah.”

“nah ini dari sedekah ini, Alhamdulillah tiap bulan sudah terkumpul 50 juta-an lebih, nah berarti kita buat operasional rumah tahfidz kita aja gak sampe gitu, paling hanya 15 – 20 juta per bulan, nah sisanya ini kita kasih ke rumah tahfidz yang lain.”

16. Bagaimana strategi dalam menentukan sumber daya dakwah ?

“Ustad - ustad yang saya pakai itu dari rumah tahfidz, dari rumah tahfidz kan mereka hanya ngajar sepulang anak-anak sekolah, tapi ketika anak-anak sekolah kan mereka tidak ada kegiatan, nah ini mereka ngajar di waroeng akademi.”

“ya kalo ada kegiatan pengajian sosial, pengajian semua buat warga, itu karyawan saya ya aktif disitu, ada tabligh akbar, supervisornya kita libatin di situ.”

17. Apa saja bentuk pelaksanaan dakwahnya ?

“itu mangkannya kenapa tuh ditiap warung ada tulisan-tulisan, walalupun secara langsung gak terang-terangan, supaya doa dulu sebelum makan, kalo kita bungkus, di bungkusnya ada tulisan, berdoaah sebelum makan, kemudian makanlah pakai tangan kanan, bersyukurah, bersedekahlah, semua ditiap-tiap sudut ada, nah ini memang saya buat samar, gak mau

langsung terang-terangan, saya gak mau orang Kristen takut ketika masuk restoran saya, "kok ada tulisan Bismillah nya nih, ah gak mau ke waroeng ah.." nah saya gak mau kayak gitu, saya bener-bener mau dakwahnya tuh pelan-pelan, tapi kelihatan, ketika orang muslim lihat tuh,"oh waroeng ini muslim yang punya, ini halal"..seperti itu."

18. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan dakwah ?

"sebenarnya pengawasan sudah enggak begitu perlu lagi sih mas, tanpa di awasi mereka sudah jalan, karena setiap saat juga merasa sudah di awasi sama Allah."

"Ya, bahkan sekarang saya enggak pernah ngontrol lagi, sudah saya lepas semua. ya itu awalnya dari program spritual company ini, di setiap outlet ini ada pimpinannya supervisor itu, mereka ini saya anggap sebagai kiai-nya di disini, karena warung- warung ini ibaratnya kayak pesantren."

B. Wawancara kepada Ustadz Muhammad Syamsuri Selaku Direktur Spiritual Company Waroeng Group (hari Sabtu tanggal 26 Januari 2013. Jam 10.00 WIB)

1. Bagaimana awal pembentukan departemen spritual company ?

"Jadi kronologisnya gini, kalo orang bilang *asbabul wuruz* nya gini, jadi dulu kan saya seorang guru ngaji, Jogja – Solo – Semarang..awalnya dulu saya gak muluk-muluk, hanya ingin bagaimana supaya karyawan bisa sholat, karna waktu di Solo itu dakwahnya tidak di Masjid, walapun saya berangkat dari Masjid, saya kalo dakwah itu malah di angkringan-angkringan gitu, karena kalo dakwah di Masjid itu orang sudah punya niat baik, dan mohon maaf mungkin sudah baik, jadi yang di luar itu sebenarnya orang pengen baik, tapi gak ada medianya atau gak ada yang mendekati, nah dakwah-dakwah semacam ini yang ingin saya tingkatkan, sehingga akhirnya pada pertengahan bulan September 2007 waktu itu saya ditelpon pak Jody, beliau ingin ketemu dengan saya, akhirnya saya mengisi HRD dulu, walapun ada pasang surutnya tapi *Alhamdulillah*, dan sampai akhirnya ada spritual company ini yang diterapkan dari atas dulu."

"tadinya HRD itu dibawah operasional, tapi sekarang di bawah SC, karna sering berubah – rubah formasi, karena perusahaan ini memiliki manajemen yang unik, maka spritual company ada direktornya ya cuma disini..padahal itu sudah banyak diterapkan di perusahaan lain, tapi mungkin namanya saja yang berbeda."

2. Apa dampak yang dirasakan dari penerapan spritual company ?

"kita berdiri tahun 2000 yah, kemudian 2010, ya 10 tahun lah, jadi yang dulunya kita 33 outlet, sekarang kurun waktu sampai 2013, kita sudah mempunyai 64 outlet, jadi perkembangannya memang luar biasa sekali....ini kan menandakan kekuatan spritual company ini lebih hebat sebenarnya."

3. Modal spiritual seperti apakah yang di miliki perusahaan dan karyawan ?

"modalnya kedisiplinan, kemudian aqidah, ibadah, akhlak, ya pokoknya yang kaitannya dengan syariat Islam....jadi kalo saya menerjemahkan sipirtual company yang diinginkan pak jody, sebenarnya sama halnya dengan konsep iman dan amal shaleh, maka iman adalah kepercayaan dan keyakinan, implementasinya kan amal shaleh, nah buah nya kan itu, buat apa iman saja tapi tidak ada perbuatannya."

4. Integritas seperti apakah yang ditanamkan kepada setiap karyawan ?

"untuk kejujuran...jadi mangkannya mereka saya buatkan semacam absensi, semacam kontrol ibadah karyawan, dan itu tidak kami tekankan supaya mereka ngisi itu seperti anak SD nggak!, yang ingin kami latih adalah kejujuran mereka, terserah mereka mau isi gak sholat, tapi di isi sholat silahkan, itu urusannya dengan Allah."

5. Dalam bentuk apa kepedulian atau kedermawanan yang dilakukan ?

"kita gak pandang yang kita bantu itu dari golongan atau aliran apapun, jadi kita memang bantu secara acak aja, gak milih-milih, saat kita dapat informasi..ooh disana ada kekurangan air, kita kesana, padahal tidak kenal siapa-siapa termasuk pak dukuhnya, jadi kita survey kesana, trus kita bantu."

6. Budaya Perusahaan seperti apakah yang dimiliki ?

"ya itu, dibiasakan sholat dhuha dulu sebelum bekerja, mungkin dhujanya dirumah, mungkin disela-sela pekerjaan, karyawan pun semua begitu, jadi semua ada S.O.P nya mas itu."

7. Bagaimanakah kepemimpinan yang dijalankan ?

"beliau berdua ini, maksud saya pak jody dengan ibu anik, mereka memang saling menutupi kekurangan satu dengan yang lainnya, dengan kata lain kompak, pak jody orangnya "lomo", sebelum besarnya spiritual company ini, pak jody memang orangnya sudah "lomo" atau dermawan dan memomorsatukan masalah ibadah dan bu anik pun orangnya tegas."

8. Apakah rencana jangka panjang dari spiritual company ?

"yang namanya dakwah itu terus menerus, ndak bisa instant...harus jangka panjang, gak bisa jangka pendek...sehingga rencana jangka panjangnya....ya menjadikan karyawan itu, hmm apa namanya...mesti taat kepada Allah ya kan..karena kita menerapkan syariat Islam tho?..kalo punya karakter keislaman yang kuat, kalo toh dia jadi pengusaha muslim yang kuat. Kami menginginkan bahwasannya, spiritual company adalah memiliki jangka panjangnya adalah ukhuwah, tidak pernah kami menonjolkan masalah khilafiyah."

9. Siapa saja sasaran dakwah yang ditentukan?

"jadi sasaran kita tidak hanya internal, tapi eksternal, eksternal itu siapa? ya masyarakat lingkungan, mangkannya ada pengajian rutin warga itu."

10. Metode dakwah apa yang yang digunakan ?

"spiritual company ini terdiri dari dakwah dan pendidikan Islam. Untuk dakwah bil hal, dilakukan melalui olahraga, kegiatan sosial, infaq karyawan, dan seni budaya. "Untuk pendidikan Islamnya yakni pengadaan tausiyah rutin di outlet-outlet dan kantor, buletin bulanan, dan belajar membaca al-Qur`an bagi seluruh karyawan."

11. Apa saja materi dakwah yang diberikan ?

" jadi melalui program CSR, atau yang kami sebut dakwah bil-hal itu, kita melakukan program pembinaan, jadi materinya ya dakwah sosial."

12. Apa saja program – program dakwah *spiritual company* ?

"waroeng akademi saat ini sudah berjalan di Jogja, namun akan berjalan dengan segala kesiapannya mulai 01 februari 2013 mendatang, karena kan tempatnya masih dipersiapkan."

"rumah tahfidz memang milik pak Jody, itu ada manajemen sendiri di luar spiritual company, jadi kita sekedar ada komunikasi aja dan sesekali dilibatkan dalam event-event tertentu."

"desa binaan kita masuk dalam dakwah sosial, dakwahnya dengan ngadain pengajian, kita kumpulin mereka, terus kita mengadakan kegiatan sosial juga, pengobatan gratis, ini agar mereka merasa diperhatikan, tidak merasa teisolir, dan mereka kalo kita mengadakan pengajian-pengajian juga ternyata senang."

13. Bagaimana menyusun jadwal program – program dakwah ?

"kalo mas lihat bagan spiritual company itu, sebenarnya jadwal dari masing-masing program disesuaikan dengan kebutuhannya masing-masing, yang pasti jadwal sholat wajib dan sunnah karyawan kita prioritaskan untuk hariannya, lalu ada yang 1 minggu sekali di masing-masing outlet seperti pengajian karyawan, termasuk belajar ngaji dan hapalan qur`an, trus yang kumpulan seluruh karyawan outlet 2 minggu sekali di deresan, ada lagi tabligh akbar buat warga sebulan sekali, nah sisanya ya kita tergantung event-event aja mas, idul adha, idul fitri, puasa bulan ramadhan, sama sedekah nasional yang baru kita buat itu."

14. Bagaimana menentukan lokasi kegiatan dakwah ?

"lokasi dakwah kita terdapat di desa-desa, yaitu desa binaan itu, yang secara ekonomi pun mereka tertinggal."

15. Darimana sumber dana yang diperoleh untuk penyelenggaraan dakwah ?

"ya memang sumber dana yang paling besar itu dari perusahaan, semua memang awalnya dari owner, kalo ownernya tidak punya kemauan yang kuat untuk spiritual company, maka tidak akan bisa..maka kucuran dana pun dari perusahaan...nah kalo yang CSR kita ambilkan dari waroeng peduli itu, yang kita taruh di outlet-outlet..hmm..apa namanya, ya kotak infaq itu, itu kan sistemnya kan ditransfer, setiap penuh ditransfer ke rekening yang kami

sediakan, yang kemudian itu kita buat untuk desa binaan dakwah, kemudian kita buat juga untuk membantu saudara-saudara kita yang terkena bencana, lalu ada juga orang-orang yang tidak beruntung secara ekonomi, mungkin iya mengalami musibah sakit dan sebagainya itu juga kita bantu, jadi untuk spiritual companynya, untuk operasional atau semacam gaji untuk ustadnya itu semua memang dari perusahaan.”

16. Bagaimana strategi dalam menentukan sumber daya dakwah ?, siapa saja pelaku dakwah yang ada ?

“awalnya dulu saya gak muluk-muluk, hanya ingin bagaimana supaya karyawan bisa sholat, karna waktu di Solo itu dakwahnya tidak di Masjid, walapun saya berangkat dari Masjid, saya kalo dakwah itu malah di angkringan-angkringan gitu, karena kalo dakwah di Masjid itu orang sudah punya niat baik, dan mohon maaf mungkin sudah baik, jadi yang di luar itu sebenarnya orang pengen baik, tapi gak ada medianya atau gak ada yang mendekati, nah dakwah- dakwah semacam ini yang ingin saya tingkatkan, sehingga akhirnya pada pertengahan bulan September 2007 waktu itu saya ditelpon pak Jody, beliau ingin ketemu dengan saya, akhirnya saya mengisi HRD dulu, walapun ada pasang surutnya tapi *Alhamdulillah*, dan sampai akhirnya ada spiritual company ini yang diterapkan dari atas dulu.”

“karena kan spiritual company ini mampu menerjemahkan apa yang di inginkan oleh owner, owner itu sangat menekankan persatuan, tidak menonjolkan golongan, kan begitu!..kemudian doktrin-doktrin yang disampaikan ke karyawan nantinya tidak menjadi doktrin-doktrin yang keras, radikal dan juga tidak sering mengkritisi kelompok-kelompok yang lain, dalam artian yang bersifat masalah-masalah khilafiah, itu yang sangat kita hindari...mangkannya kalo bisa ustad-ustad yang santun dan lebih pada pendekatan budaya.”

“iya jadi kalo di Jogja kan mudah, kami juga punya beberapa rekanan sesama ustad, tapi untuk diluar Jogja, misalnya saat itu ada buka outlet di pekanbaru, ya kita ambil yang asli dari situ, jadi untuk pemilihan ustadz – ustadz itu kami ambil dari wilayah dimana outlet itu berada, jadi sebelumnya kami survey dulu wilayah tersebut, atau kita punya channel beberapa teman yang kira-kira cocok untuk ngajar di waroeng, dan kita kan mempunyai beberapa kriteria kan, misalnya yang tidak menonjolkan golongannya, jadi misinya kuat, dan ustadz-ustadz tersebut bisa problem solving terhadap karyawannya...tapi tidak semuanya bisa terpenuhi mas, karena ustadz-ustadz yang lama kan sudah ada sejak belum ada spiritual company, jadi tidak sama visi-misinya dengan saya.”

“untuk dakwah sosial kita, program desa binaannya itu, ada beberapa yang kita perlu perhatikan juga untuk dakwah-dakwah semacam ini, kita cari ustad-ustad yang netral, tidak berpihak pada golongan apapun, andaiapun dia termasuk dalam suatu golongan, dia tidak menonjolkan golongannya itu.”

“dakwah itu kalau memakai pendekatan ilmiah, kalo menurut saya yang saya terapkan dengan pengalaman background saya yang sering mengurus

semacam itu, antara pendekatan ilmiah dengan pendekatan kultural ternyata kuat kultural, nah yang saya terapkan di wilayah-wilayah semacam itu, ketika saya di medan, maka ustad yang saya cari ustad orang medan, bukan ustadz yang dari Jawa, karena karakternya memang beliau yang mengerti masyarakat disitu, karena tidak hanya pada karyawan nanti, tapi juga pada masyarakat lingkungan, sasaran dakwahnya spiritual company kan begitu.”

17. Upaya apa yang dilakukan untuk memberdayakan karyawan ?

“reward bisa berupa super bonus kalo kaitannya dengan omset penjualan, tiap tahun kami berikan award kepada karyawan yang berprestasi meliputi karyawan tersyar’i, karyawan terbaik, team work terbaik, outlet tersyar’i.”

kalo karyawan yang diberangkatkan Umroh syaratnya harus menghafal salah satu surah pilihan Al’qur’an, seperti Surah Yaasiin, Al-Mulk, Arrohman atau Surah Waqi’ah kemudian di undi, sehingga setiap tahun karyawan yang diberangkatkan Umroh 6 s/d 8 orang karyawan.”

“outlet yang banyak masalah, kotor dan sebagainya, serta kami berikan juga kepada outlet yang perlu dibina yang mendapatkan rapor merah.”

18. Bagaimana cara memotivasi karyawan ?

“ ketika saya ke wilayah, saya kumpulin, kemudian saya meeting, kami berikan motivasi ditempat..malah dulu awal-awalnya saya kan masih tidur di outlet bersama mereka, dengan pendekatan personal seperti itu akan lebih mudah untuk memotivasi, dan problem solving pun lebih mengena ke mereka kan, karna lebih dekat, ketika ada persoalan-persoalan non manajerial atau masalah – masalah non pekerjaan, maka dia pun akan sharing ke kita, dan itu yang saya harapkan juga kepada ustad-ustad yang lain, walaupun tidak tidur di outlet - outlet.”

19. Bagaimana cara menjalin komunikasi ?

saya juga harus hapal dengan nama-nama mereka, bahkan asal-usul mereka, dulu kan saya sering interview juga, kan lebih enak gitu lho...ketika nanti anak ini saya tempatkan di satu tempat di wilayah lain, selain Jogja umpamanya, ketika ada masalah saya mudah, dan kalo ada masalah di outlet itu, dia bisa menjadi key informan buat saya, tapi yang saya tanya positif, untuk memecahkan persoalan.”

20. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan dakwah ?

“dulu ada karyawan yang tidak terima dengan aturan yang menurut dia terlalu mengikat jadi mangkannya mereka saya buat absensi, semacam kontrol ibadah karyawan, dan itu tidak kami tekankan supaya mereka ngisi itu seperti anak SD nggak!, yang ingin kami latih adalah kejujuran mereka, terserah mereka mau isi gak sholat, tapi di isi sholat silahkan, itu urusannya dengan Allah.”

“bahkan tidak heran kalo ada karyawan yang keluar karna tidak tahan, ibadah harus dikontrol, tidak boleh merokok, absensi segala dan lainnya macem-macem pokoknya.”

21. Bagaimana cara mengukur keberhasilan programnya ?

"setiap mengurai persoalan, saya mulai dari sisi spiritualnya dulu, baik dari ibadahnya, sholat malamnya, ya pokoknya tidak menjalankan salah satu sisi spiritualitasnya, jadi setiap ada persoalan di satu outlet, karyawannya pada nakal-nakal, dan juga misalnya karyawannya terlihat baik-baik saja, tapi omset kok tidak naik, atau sebaliknya, nah ini biasanya apa? ternyata ada sisi spiritual yang tertinggal, atau yang tidak dikerjakan oleh mereka, nah ini ketahuan, pasti ketahuan, walaupun itu cuma 1 orang, ya itu mengalir saja."

C. Wawancara kepada Agung selaku Staff karyawan Spiritual Company Waroeng Group Yogyakarta (Hari Jum'at Tanggal 04 Januari 2013. Jam 10.15 WIB)

1. Apakah yang dimaksud dengan spiritual company ?

"spiritual company adalah perusahaan yang seluruh program, kegiatan serta susunan *Standart Operating Procedure* (S.O.P) menginternalisasikan nilai-nilai spiritual dalam operasional perusahaan. Sehingga mengembangkan *spirit* perusahaan menjadi motivasi seluruh karyawan untuk memiliki dasar yang jelas kembali kepada *Al-Qur'an* dan *Sunnah* serta kembali kepada nurani masing-masing karyawan. Sehingga suasana kerja menjadi kondusif dan perusahaan menjadi sehat secara finansial."

2. Bagaimana awal pembentukan departemen spiritual company ?

"tidak e mas, jadi gini e mas, SC itu ada 3 orang, itu bagan program sebenarnya, jadi kalo umpama dibikin struktur, itu hanya SC lalu staffnya 2 orang yang mengurus semuanya, nanti kalo yang dicabang-cabang itu yang mengurus staff...walaupun tidak secara struktural."

3. Dalam bentuk apa kepedulian atau kedermwanaan yang dilakukan ?

"ya dengan program unggulan SC itu ya Sedekah Nasional tiap tahun per tanggal 27 april."

4. Kontribusi apa saja yang diberikan dari manajemen berbasis spiritual ?

"Pertama, memberikan pelatihan - pelatihan atau training kewirausahaan. Kedua, pemberian materi motivasi kerja sebulan sekali, tiap kamis minggu terakhir. Lalu yang ketiga ada namanya kegiatan-kegiatan sosial (CSR), yaitu melibatkan para supervisor dalam penyelenggaraannya."

5. Apakah rencana jangka panjang dari spiritual company ?

"harapan kita kedepan melahirkan calon-calon wirausaha baru yang berakhlakul karimah."

6. Siapa saja sasaran dakwah yang ditentukan?

"sasaran dakwah SC ini selain karyawan, pastinya masyarakat, khususnya warga sekitar outlet, lalu juga para pelanggan waroeng."

7. Metode dakwah apa yang yang digunakan ?

“Untuk metode dakwah SC, kita menggunakan Bil hal dan bil lisan, selain itu SC menggunakan sarana dan memanfaatkan teknologi via internet atau website waroeng group, spiritualcompany.com, twitter, facebook, dan BBM....dan kedepan ya insyaAllah ada bulletin SC untuk umum.”

8. Apa saja program – program dakwah spiritual company ?

“waroeng akademi ini ditujukan sebagai wadah penggodogan calon karyawan tetap, didalamnya terdapat pelatihan-pelatihan, baik yang berhubungan dengan motivasi kerja, praktek ketrampilan pengorganisasian, nilai kedisiplinan, dan yang paling utama membentuk attitude yang sesuai syariat Islam.”

9. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan dakwah ?

“dulu saya pernah dicemooh karyawan mas, kok ibadah aja pake di absen segala, nah saya bilang gini...”mas..biasanya kalo yang besifat ghaib itu gak tau, taunya dari yang zahir-zahirnya aja itu baru, sebenarnya kamu itu di absen, berapa seper detik pun kamu dicatat, yaaa, malaikat dua itu yang mencatat itu, kok km bisa bilang begitu?, kamu dah merasa aman bicara seperti itu?, iyaaaaa, jadi skrg kita tuh sudah aplikasikan, walaupun ini tuh jauh dari sempurna, jadi dengan absen seperti ini, kamu tuh mau berbohong ndak? mau ada kesempatan berbohong silahkan, mau tidak berbohong berarti kamu punya kualitas.”

10. Bagaimana langkah perbaikannya ?

“contohnya program desa binaan, saat itu masih belum efektif atau nilai keberhasilan masih kecil, lalu karna waktu programnya sangat singkat, cuma 6 bulan, ya solusinya kedepan dengan menambah rentang waktu program dan SDM yang perlu ditingkatkan, baik dari segi kualitas dan kuantitas.”

11. Bagaimana cara mengukur keberhasilan programnya ?

“ini biasanya kita dengan mencari faktor-faktor ketidakberhasilannya aja mas.”

D. Wawancara kepada Ali Hartawan selaku Supervisor Outlet Waroeng Steak&Shake Cab. Demangan (Hari Selasa tanggal 22 januari 2013. Jam 12.55 WIB)

1. Apa dampak yang dirasakan dari penerapan spiritual company ?

“ya pengaruh mas, jadi dari sisi bisnis, ee apa namanya, semenjak ada program seperti ini, itu terus terang aja warungnya tambah rame, trus kalo dari lingkungan sekitar tu, tetangga makin akrab gitu, dan dari karyawannya jadi makin taat ibadahnya.”

2. Bagaimanakah Teologi Kerja yang dimaknai dalam setiap aktivitasnya ?

“ya itu maksudnya kerja ibadah itu ikhlas dengan hati, jadi tidak semata-mata mencari uang, tapi dunia itu kan nomer dua.”

3. Integritas seperti apakah yang ditanamkan kepada setiap karyawan ?

"kalo disini kita yang jujurnya gak terlalu..hmm apa namanya...kita gak menuntut untuk jujur, jadi kita serahkan pada masing-masing aja, mereka mau jujur ya di nilai dengan hati."

4. Dalam bentuk apa kepedulian atau kedermawanan yang dilakukan ?

"Jadi setiap abis gajian itu kan, dianjurkan 2,5 % dari gajinya di sedekahin, termasuk supervisornya mengingatkan kalo 2,5% segitu kan harus di amalkan, kalo yang selain itu ya sukarela aja, tapi ya alhamdulillah banget mas, karyawan disini semangat banget pada sedekahnya."

5. Budaya Perusahaan seperti apakah yang dimiliki ?

"disini sifatnya masih kekeluargaan, jadi di dalam outlet tuh seperti apa yah?...satu keluarga."

6. Bagaimanakah kepemimpinan yang dijalankan ?

"pekerjaannya supervisor disini juga sebagai pengayom, pembimbing untuk menjalankan suatu ibadahnya karyawan."

7. Apa saja materi dakwah yang diberikan ?

"Kalo yang pengajian karyawan 2 minggu sekali itu materinya beda mas, itu ada materi motivasinya disamping akhlak, akidah, hapalan qur'an, trus belajar hadit-hadist juga, tapi untuk yang pengajian warga seperti tabligh akbar, materinya bebas."

8. Apa saja program – program dakwah *spiritual company* ?

"yang ikut tuh ada sekitar 15 orang-an calon karyawan, nah kalo yang udah karyawan itu kan sistemnya ngambil 1 outlet 1 orang, nanti mereka dibimbing selama 40 hari, semua ikut..tapi disini belum, belum dapet giliran, nanti pasti dapet, soalnya nanti gini, yang calon karyawan juga ada, yang sudah jadi karyawan juga ada."

"Kalo program yang umum tuh kayak taushiyah mas, misalnya umum tuh dari akhlak dan aqidah, trus ada juga pengajian al-qur'an dan tauhid di outlet semua."

9. Bagaimana menyusun jadwal program – program dakwah ?

"sebenarnya jadwalnya banyak di outlet sini mas, kan pengajian kita kan yang untuk pengajian al-qur'an itu setiap hari selasa dengan 1 orang ustadz saja, ustadznya yang datang kesini, trus yang pengajian warga sini aja sebulan sekali, tabligh akbarnya untuk seluruh karyawan outlet itu 2 minggu sekali di aula humaira rumah tahfidz deresan, itu kayak pengajian rutin gitu mas."

10. Bagaimana menentukan lokasi kegiatan dakwah ?

"belajar ngajinya cuma di ruangan atas aja, nanti kita bikin ruangan, jadi nanti meja-meja makan ini di kosongin aja...semua kegiatannya disini semua mas, ngaji, jama'ah, bareng-bareng semua di sini."

"ada mushola di setiap outlet, dilengkapi dengan al-qur'an, mukena-mukena dan sarung secukupnya buat konsumen dan karyawan."

11. Upaya apa yang dilakukan untuk memberdayakan karyawan ?

"itu kan ada syaratnya, harus hapal apa namanya, 4 surat, 4 surat itu kan antara al-waqiah, al-mulk, yaasin sama surat kahfi, nah kalo hapal salah satunya entar diundi, tapi dari outlet sini belum ada yang dapet..hahaha, sebenarnya udah ada yang masuk, tapi belum beruntung aja...he."

12. Bagaimana cara menjalin komunikasi ?

"oh kalo itu, misalnya Pak Syamsuri cuma ngasih tau ke supervisor-supervisornya aja, mengumpulkan para supervisor dikantor, terus berembuk, trus dari program spiritual company ini dikasih tau kegiatan-kegiatanya seperti apa, lalu dikordinasikan karyawannya untuk dijalanin."

13. Apa saja bentuk pelaksanaan dakwahnya ?

"contohnya kayak sholat itu tergantung kondisi di lokasi, kalo seandainya rame ya estafet, tapi tetap harus berjama'ah"

14. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan dakwah ?

"ehm cara ngontrolnya disini kita ada buku panduannya, ya kita sendiri yang mimpin setiap pagi kan kita sholat berjama'ah."

E. Wawancara kepada Ustadz Hanif Mudhoffar selaku Ustadz Akademi WaroengQu Yogyakarta (Hari Jum'at tanggal 11 januari 2013. Jam 08.00 WIB)

Apa saja materi dakwah yang diberikan ?

"ada fiqih, al-qur'an dan adab, saya sendiri megang materi fiqih bulugul mahram..."

F. Wawancara kepada Agus selaku Kasir Outlet Waroeng Steak&Shake Cab. Gejayan Yogyakarta (Hari Selasa tanggal 22 januari 2013. Jam 14.00 WIB)

Apa dampak yang dirasakan dari penerapan spiritual company ?

"Alhamduillah mas, bener-bener alhamdulillah, iya tambah rame yang datang dan karyawan disini semua jadi pada rajin ibadahnya."

G. Wawancara kepada Hendra selaku Warga sekitar Outlet Waroeng Steak & Shake Gejayan (Hari Selasa tanggal 22 januari 2013. Jam 14.30 WIB)

1. Apa dampak yang dirasakan dari penerapan spiritual company ?

"oh iya bagus mas, orangnya bagus-bagus, sopan-sopan sama tamu, sama warga tuh juga akrab banget gitu lho mas, pokoknya bagus-bagus lah."

2. Apa saja program – program dakwah spiritual company ?

“iya ada mas, itu biasanya setiap dua minggu ada pengajian di kampung buat warga, tapi saya belum sempat ikut e mas.”

**H. Wawancara kepada Akbar selaku Konsumen Waroeng Steak & Shake
Cab. Cokrominoto** (Hari Rabu tanggal 23 januari 2013. Jam 14.00 WIB)

1. Apa dampak yang dirasakan dari penerapan spiritual company ?

“pertama saya ke WS yang sini, saya liat ada namanya waroeng corner, disitu ada di sediain buku-buku bacaan Agama yang berbau Islami....musholanya nyaman, rapi, trus yang saya tau itu restoran ini suka ngadain pengajian-pengajian gitu....kalo dari sisi pelayanan karyawannya ok bagus, makanannya murah dan enak, trus juga selalu rame yang datang, ya kayak sekarang gini nih.”



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH

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

BUKTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : UIN/2/Kajur/PP.00.9/MD/246/Jan/2012

Ketua Jurusan **MANAJEMEN DAKWAH** Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : **LUCKY JUWANA**
NIM : **08240024**
Semester : **IX (GANJIL)**
Jurusan : **MANAJEMEN DAKWAH**
Judul Skripsi : **KONSEP MANAJEMEN DAKWAH DI WAROENG GROUP
TIMOHO YOGYAKARTA (Studi Pada *Spiritual Company* di outlet -
Outlet Waroeng Group)**

Telah melaksanakan Seminar Proposal pada Tanggal **05 November 2012** dan proposal telah
diperbaiki serta siap untuk dilakukan penelitian.

Demikian agar menjadi maklum.

Yogyakarta, 17 Desember 2012

Mengetahui
a.n. Dekan
Ketua Jurusan



Dra. Siti Fatimah, M.Pd
NIP. 19690401 199403 2 002

Pembimbing

H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 200003 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 52230
Yogyakarta 55221

Nomor : UIN.02/DD.1/PP.009/1834/2012
Lamp.. : 1 Proposal .
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yogyakarta, 19 Desember 2012
Kepada Yth.,
Gubernur Pemerintah DIY
C.q. Kabiro Administrasi Pembangunan
Sekretariat Daerah Istimewa Yogyakarta
Kepatihan, Danurejan
Di Yogyakarta 55213.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, terkait dengan bahan penulisan skripsi/ thesis, dengan ini mohon izin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa kami Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dibawah ini :

Nama : Lucky Juwana
NIM : 08240024
Semester : IX
Jurusan : Manajemen Dakwah (MD)
Alamat sekarang : Jalan Balirejo UH. II No.537 Umbulharjo Yogyakarta.
Pembimbing skripsi : H. Andy Dermawan, M.Ag.
Judul Skripsi : KONSEP MANAJEMEN DAKWAH DI WAROENG GROUP
TIMOHO YOGYAKARTA (Studi Pada Spiritual Company di
Outlet-Outlet Waroeng Group)
Metodologi penelitian: Deskriptif Kualitatif
Waktu : 20 Desember 2012 s.d. 20 Maret 2013

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini kami sampaikan desain penelitian dimaksud sebagaimana terlampir.

Demikian atas izin dan kerjasama Saudara diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n. Dekan

Pembantu Dekan I,

Dr. Musthofa, M.Si.

NIP. 19680103 199503 1 001



Tembusan :

1. Dekan (sebagai laporan);
2. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/9756/V/12/2012

Membaca Surat : PD I Fak. Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yk Nomor : UIN.02/DD.1/PP.009/1834/2012
Tanggal : 19 Desember 2012 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2007, tentang Pedoman penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : LUCKY JUWANA NIP/NIM : 08240024
Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta
Judul : KONSEP MANAJEMEN DAKWAH DI WAROENG GROUP TIMOHO YOGYAKARTA
(STUDI PADA SPIRITUAL COMPANY DI OUTLET-OUTLET WAROENG GROUP)
Lokasi : - Kota/Kab. KOTA YOGYAKARTA
Waktu : 21 Desember 2012 s/d 21 Maret 2013

Dengan Ketentuan

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Provinsi DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website adbang.jogjaprov.go.id dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website adbang.jogjaprov.go.id;
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta

Pada tanggal 21 Desember 2012

A.n Sekretaris Daerah

Asisten Perencanaan dan Pembangunan

Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Hendar Susilowati, SH

NIP. 19580120198503 2 003

Tembusan :

1. Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (sebagai laporan);
2. Walikota Yogyakarta cq. Dinas Perijinan
3. Pembantu Dekan I Fak. Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yk
4. Yang bersangkutan

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No : 001/WG/I/2013

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Muhammad Syamsuri**
Jabatan : **Direktur Spiritual Company Waroeng Group**
Alamat : **Jl. Ganesha II / 16 Timoho, Umbulharjo-Yogyakarta 55165**

Menyatakan bahwa :

Nama : **Lucky Juwana**
NIM : **08240024**
Jurusan : **Manajemen Dakwah**
Fakultas : **Dakwah**
Universitas : **Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Telah melakukan penelitan dengan judul "**Konsep Manajemen Dakwah Di Waroeng Group Timoho Yogyakarta (Studi Pada *Spiritual Company* di Outlet - outlet Waroeng Group)**" dalam kurun waktu 21 Desember 2012 s/d 30 Januari 2013.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebgaimana mestinya.

Yogyakarta, 28 Januari 2013

Mengetahui,



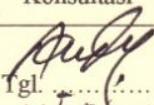
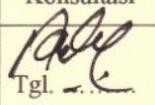
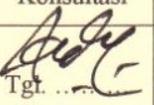
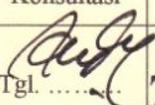
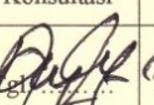
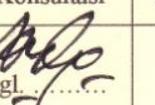
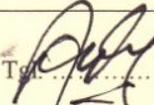
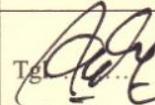
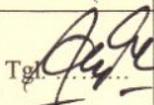
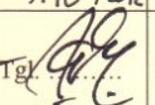
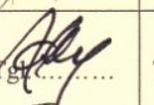
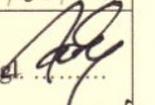
Muhammad Syamsuri
Direktur Spiritual Company

KARTU KONSULTASI

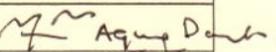
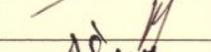
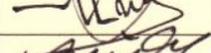
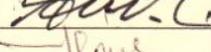
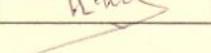
Judul Skripsi :
**KONSEP MANAJEMEN DAKWAH DI WAROENG GROUP
 TIMOHO YOGYAKARTA (Studi Pada Spiritual
 Company Di Outlet - outlet Waroeng Group)**

No:UIN/I/KAJUR/327/MD /2012

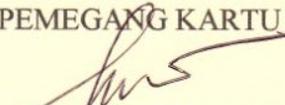
Nama : **LUCKY JUWANA**
 NIM : **08240024**
 Fakultas/Jurusan : **Dakwah/Manajemen Dakwah (MD)**
 Pembimbing 1 : **H. Andy Dermawan , M.Ag**
 Pembimbing 2 :
 Alamat : **Gowok Polri Yogyakarta**
 Batas Akhir Studi : **31 Agustus 2015**

	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Ket.
Pembimbing	 Tgl. 01/05/2012	 Tgl. 03/06/2012	 Tgl. 02/08/2012	 Tgl. 25/10/2012	 Tgl. 19/12/2012	 Tgl. 7/02/2013	
	 Tgl. 30/01/2013	 Tgl. 11/02/2013	 Tgl. 13/02/2013	 Tgl. 18/02/2013	 Tgl.	 Tgl.	

FREKUENSI MENGIKUTI SEMINAR TOPIK SDR. : LUCKY JUWANA

No.	Hari Tanggal Seminar	Yang Seminar Nama/NIM	Penyaji Peserta Pembahas	Nama serta Tandatangani Ketua Sidang
1	Selasa 8 Mei 2012	Hanif Muchoffar / 08530069	Peserta	
2	Kamis, 24 Mei 2012	Gunang Hadi Utama / 08240035	Peserta	
3	Jumat, 25 Mei 2012	Nikmatul Maula / 08240020	Peserta	
4	Kamis, 31 Mei 2012	Sumanhadi / 08240018	Peserta	
5	Semua 05 Nov 2012	Lucky Juwana / 08240024	Penyaji	
6	Selasa 06 Nov 2012	NUR ADNAN HAFSOH / 08240019	Pembahas	

PEMEGANG KARTU


LUCKY JUWANA

Yogyakarta, 27 April 2012

Ketua Jurusan MD



Dra Siti Fatimah, M.Pd

NIP. 19690401 199403 2 002

KETERANGAN :

Telah terdaftar sebagai mahasiswa

1. Setiap konsultasi harap membawa kartu untuk dimintakan tandatangan Pembimbing
Bila mahasiswa cuti tidak bisa konsultasi
2. Kartu ini merupakan syarat untuk mendaftarkan Seminar/ujian Munaqosyah Skripsi

شهادة

الرقم: UIN.02/L.0/PP.00.9/0980.a/2012

تشهد إدارة مركز اللغة والثقافة والدين بأن :

الاسم: Lucky Juwana:

تاريخ الميلاد : ٢٣ يونيو ١٩٨١

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٩ مارس ٢٠١٢،
وحصل على درجة :

١٥.٦	فهم المسموع
١٢.٦	التراكيب النحوية والتعبيرات الكتابية
١٣.٢	فهم المقروء
٤١	مجموع الدرجات

المدير

الدكتور الحاج صفى الله الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٧١.٥٢٨٢.٠٠٠.٣١.٠٠١





KEMENTERIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PUSAT BAHASA, BUDAYA & AGAMA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550820 Yogyakarta 55281

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No : UIN.02/L.5/PP.00.9/0980.b/2012

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Lucky Juwana**
Date of Birth : **June 23, 1981**
Sex : **Male**

took **TOEC (Test of English Competence)** held on **March 30, 2012** by Center for Language, Culture and Religion of Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	49
Structure & Written Expression	41
Reading Comprehension	49
Total Score	463



Director,

Dr. H. Shofiyullah Mz., S.Ag, M.Ag
NIP. 19710528 200003 1 001


LABORATORIUM AGAMA
MASJID SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SERTIFIKAT

Pengelola Laboratorium Agama Masjid Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Lucky Juana
NIM : 08240024
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Bimbingan dan Konseling Islam
Tempat tanggal lahir : Jakarta, 23 Juni 1981

Telah berhasil menyelesaikan ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Quran di Laboratorium Agama Masjid Sunan Kalijaga dengan predikat:

CUKUP

Ketua
Laboratorium Agama
Masjid Sunan Kalijaga

Dr. Imam Mulsin, M.Ag.
NIP: 19/730108 199803 1 010



Daftar Nilai Sertifikasi Baca Tulis Al-Quran (BTA)

Kriteria Penilaian	Nilai
Makharijul Huruf	6,4
Tajwid	6,3
Kefasihan	6,2
Kelancaran	6,4
Imla'	6,8
Total	321
Rata-rata	6,42

Keterangan:
9,00 - 10 : Sempurna
8,00 - 8,99 : Baik Sekali
7,00 - 7,99 : Baik
6,00 - 6,99 : Cukup
5,00 - 5,99 : Kurang (tidak lulus)

SERTIFIKAT

No. UIN-02/L.3/PP.009/ 11 /2009

PELATIHAN ICT
(INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY)

diberikan kepada

LUCKY JUWANA

dengan hasil

Sangat Memuaskan



UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PKSI

Pusat Komputer & Sistem Informasi



Yogyakarta, 2 November 2009

Kepala PKSI


Sumarsono, M.Kom

NIP. 19710209 200501 1 003

DAFTAR NILAI

Nama : **LUCKY JUWANA**
NIM : 8240024
Fakultas : Dakwah
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	100	A
2	Microsoft Excel	90	A
3	Microsoft Power Point	90	A
4	Internet	90	A
Total Nilai		92,50	A

Standar Nilai :

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
70 - 85	B	Memuaskan
55 - 69	C	Cukup
40 - 54	D	Kurang
0 - 39	E	Sangat Kurang

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SERTIFIKAT

Nomor: UIN.02/KPM/PP.06/2572/2011

Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada:

Nama : Lucky Juwana
Tempat dan tanggal lahir : Jakarta, 23 Juni 1981
Nomor Induk Mahasiswa : 08240024
Fakultas : Dakwah

yang telah melaksanakan Kegiatan **Kuliah Kerja Nyata (KKN)** Semester Pendek Tahun Akademik 2010/2011 (Angkatan ke-74) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di:

Lokasi/Dusun/Kelompok : Kemiri / 13
Kelurahan : Kaliagung
Kecamatan : Sentolo
Kabupaten / Kota : Kulonprogo
Propinsi : Daerah Istimewa Yogyakarta

dari tanggal 12 Juli s.d. 10 September 2011 dan dinyatakan LULUS dengan nilai **4.00 (A)**

Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Sunan Kalijaga dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti Ujian Munaqasyah Skripsi.



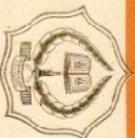
Yogyakarta, 26 Oktober 2011

Ketua,



Dr. H. Maksudin, M.Ag. ✕
NIP. 19600716 199103 1 001

Nomor: UIN.02/R.Km/PP.00.9/1921/2008



DEPARTEMEN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA

Sertifikat

diberikan kepada:

NAMA : LUCKY JUWANA
NIM : 08240024
FAKULTAS : DAKWAH

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas workshop
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2008/2009
Tanggal 28 s.d. 30 Agustus 2008 (24 jam pelajaran) sebagai:

PESERTA



Yogyakarta, 2 September 2008
a.n. Rektor
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan


Dr. H. Maragustam Siregar, M.A.
NIP. 150232846

SPIRITUAL COMPANY WAROENG GROUP

1. Pandangan – Pandangan

- Saya bekerja untuk uang
- Tanggung jawab kita adalah memuaskan pelanggan dan mencapai target penjualan memikirkan generasi masa depan
- Bumi menyediakan sumber daya tak terbatas
- Akhirnya manusia hidup hanya sebagai makhluk ekonomi : penghasil uang yang akhirnya membuat stress
- Penyebab stress hilangnya makna (kekosongan)
- Berkurangnya waktu santai, waktu bersama keluarga, berkumpul, pemenuhan kebutuhan batin, kepuasan kerja dan sebagainya.

Langkah selanjutnya

Bagaimana mempertahankan perusahaan jangka panjang, karyawan yang loyal dan jujur?

“Spiritual Company mengembangkan spirit perusahaan, menjadi motivasi seluruh karyawan untuk memiliki dasar yang jelas kembali kepada Qur’an dan Sunnah serta kembali kepada nurani masing-masing karyawan sehingga suasana kerja menjadi kondusif, dan perusahaan menjadi sehat secara finansial”

Muncul akibat praktik perusahaan yang semakin panas, culas, mencari keuntungan semata dan tidak jangka panjang, akibatnya perusahaan tidak tahan lama dan tidak bisa berkembang.

Konsep – konsep : spiritual bisnis, CSR , servant leadership

Kalau dulu pemisahan tegas (sekularisasi) antar praktik bisnis dan keagamaan, sekarang mulai digabung ketika para pebisnis mulai merasa kosong (batinnya). Pencarian jati diri uncul, akibat kekosongan (fitrah manusia). Ketika semua dipacu oleh konsumerisme dan gaya hidup (kapitalisme) manusia menjadi robot, korban produk (iklan) dan objek.

2. PARADIGMA

Bisnis

- Duniawi
- Kekayaan / kapitalisme
- Keuntungan (klise)
- Trend

Spiritual

- Akhirat
- Moralitas / Kedamaian
- Nurani (sejati)
- Jangka Panjang

3. PERBANDINGAN

Bisnis Biasa

- Memerosotkan Sumber Daya
- Mengabaikan generasi mendatang
- Despritisasi personal
- Kepemimpinan yang egoistik
- Memicu timbulnya stress
- Menonjolkan kepentingan diri sendiri

Spiritual Company

- Memelihara & memperbaharui sumber daya
- Melihat generasi mendatang sebagai *stakeholder*
- Mengilhami
- *Servant leadership*
- Mendatangkan kepuasan
- Menumbuhkan dedikasi
- Menanggulangi kesenjangan dan kemarahan
- Melahirkan harapan

4. Manfaat penerapan Spiritual Company

Bagi Perusahaan

- Menurunkan tingkat penyelewengan
- Meningkatkan produktivitas
- Menciptakan suasana harmonis
- Meningkatkan tingkat pertumbuhan perusahaan
- Menurunkan turnover karyawan (rasio jumlah karyawan yang meninggalkan karyawan karena pemberhentian dan pengunduran diri dan lain-lain)
- Menurunkan tingkat kesalahan atau *defect* pada produk
- Meningkatkan *awareness*

Bagi Personel (Karyawan)

- Menciptakan optimism dan energy hidup tanpa batas
- Meningkatkan hubungan kerja yang harmonis
- Menciptakan pemikiran yang lebih agamis
- Menciptakan keberanian dalam bertindak
- Mengembangkan kesadaran
- Meningkatkan produktivitas
- Kemampuan untuk fokus
- Menjadi pembelajar

5. Fasilitas

- Menyediakan ruang sholat
- Menyediakan ruang meeting
- Lapangan olah raga
- Menyelenggarakan kegiatan keagamaan
- Menyelenggarakan aktivitas untuk *Social Responsibility*
- Menyediakan dan mengundang Ustadz
- Menyediakan dan melakukan training untuk *spiritual quotient*

6. Atribut yang muncul

- Memiliki sikap & moral yang baik
- Goal oriented & result oriented
- Team worker
- Interpersonel dan kemampuan karyawan
- Track record professional
- Product knowledge yang kuat
- Hard worker
- Network yang luas

7. Nilai – nilai SC di Warong Group

- Memenangkan hati konsumen dan memahami serta peduli terhadap komunitas.
- Team work (mencapai tujuan dengan bekerjasama)
- Integrity (teguh dan terpercaya memegang nilai-nilai etika bisnis dalam proses bisnis)
- Making things happens : proaktif dalam membuat keputusan dan selalu mencari solusi yang sesuai etika untuk mewujudkan tujuan
- Sharing of joy : membagi kebahagiaan dan pencapaian bersama-sama dengan anggota tim lain dan masyarakat
- Excellence : selalu berhasrat memenuhi harapan pelanggan, konsumen dan komunitas.

PROFIL WAROENG GROUP YOGYAKARTA

- Bermula dari usaha yang dirintis oleh pasangan Bapak Jody dan Ibu Anik menjual parcel lebaran, tanpa modal besar, hanya beli barang-barang yang buat sampel di foto-foto langsung bisa ditawarkan kepada konsumen.
- Keunikan dari produk parcel ini kerangka dari besi dan dikombinasi dengan rotan. Uniknyanya tempatnya masih bisa dipakai buat tempat majalah atau koran.
- Keunikan yang lain yakni setiap produk yang dijual mempunyai warna yang senada.
- Setelah terkumpul modal dari usaha parcel, selanjutnya membuka Waroeng (kaki lima) Susu segar “Jody”, di depan Rumah sakit PKU Solo.
- Dalam memulai usaha yang satu ini cukup dengan karyawan 1 orang, alat-alat seadanya dalam 1 gerobak dengan beratapkan tenda.
- Setiap hari menghabiskan 8 liter susu murni dan 2 bungkus roti tawar, kemudian berjalan kurang lebih 1 tahun bisa membuka cabang ke-2 di Nusukan Solo.
- Kemudian alih usaha dari waroeng susu segar membuka usaha kuliner yang menunya serba dibakar dari Roti bakar, pisang bakar dan jagung bakar serta menu minuman “Milkshake”.
- Disamping itu ada usaha lain yang didirikan oleh pasangan Bp. Jody dan ibu Anik, berjualan kaos partai (pemilu 1999)
- Setelah melalui proses jatuh bangun kemudian mendirikan Waroeng Steak dengan modal 7 juta dengan menyewa tempat di Demangan yang mula-mula jumlah 5 meja. Setelah 10 bulan kemudian, barulah Waroeng Steak ini dikenal orang.
- Pemilihan jenis makanan steak dikarenakan makanan tersebut dipandang mahal oleh masyarakat, sehingga diberi nama Waroeng untuk memberi kesan murah.

- *Selanjutnya untuk meningkatkan usaha maka dibukalah beberapa cabang di Jogja, Semarang, Solo, Malang, Jakarta dan Bandung.*
- *Sejalan dengan berkembangnya usaha kuliner ini maka dibukalah jenis usaha yang lain seperti Bebaqaran (BBQ), Soccer futsal, Bebek Goreng H.Slamet, dan Festival Kuliner (Feskul)*
- *Dan sekarang total ada 60 cabang yang tersebar di 14 kota besar di seluruh Indonesia*
- *Setelah sepuluh tahun perjalanan dalam mengembangkan bisnis, saatnya perusahaan memantapkan dengan asas agama dan mempunyai tanggung jawab sosial, maka berikutnya disusunlah Program Spiritual Company.*
- *Spiritual Company mengembangkan spirit perusahaan, menjadi motivasi seluruh karyawan untuk memiliki dasar yang jelas kembali kepada Qur'an dan sunnah serta kembali kepada nurani masing-masing Karyawan sehingga suasana kerja menjadi kondusif, dan perusahaan menjadi sehat secara financial*
- *Awal Spiritual company dengan program sedekah dan berhenti merokok untuk karyawan.*
- *Program berhenti merokok akhirnya diberlakukan seluruh outlet. akhirnya pak Jody bersama lima rekannya sesama pengusaha kuliner mengadakan acara di Jakarta yang berisi perjanjian penobatan atas outlet-outlet mereka bebas dari asap rokok, mulai dari owner, manajemen dan karyawannya. Acara perjanjian tersebut juga di hadiri dan diresmikan oleh Ustad Yusuf Mansyur.*
- *Nilai spiritual company dengan melibatkan Allah SWT dalam bekerja. Pernah suatu ketika Pak Jody Brotosuseno mendapati salah satu waroengnya berjalan stagnan tanpa perkembangan. Berbekal keyakinan yang kuat, pak Jody akhirnya memerintahkan pada supervisor waroengnya tersebut untuk membiasakan berdoa pada Allah SWT bersama para karyawannya setelah setiap shalat. Hasilnya beberapa waktu kemudian waroeng tersebut mulai menunjukkan perkembangan yang positif.*

OTLET-OUTLET WAROENG GROUP

WILAYAH TIMUR	ALAMAT OUTLET	NOMER TELEPON OUTLET	SUPERVISOR
JOGJA			
Kantor Jogja	Jl. Ganesha II / 16 Timoho Yogyakarta	0274- 555309 <i>fax</i>	
Dapoer Kantor	Jl. Ganesha II / 54 A Yogyakarta	0274- 557305	PARTI
Waroeng Demangan	Jl. Cendrawasih No. 36 Yogyakarta	0274- 546436	ALI HARTAWAN
Waroeng Samirono	Jl. Colombo No. 22 Yogyakarta	0274- 9801344	SUKOCO HADI
Waroeng TamanSiswa	Jl.Taman Siswa No. 83 Yogyakarta	0274- 384350	SUTARI ABDUL R.
Waroeng Cokro	Jl. Cokroaminoto No. 49 Yogyakarta	0274- 8200877	APRA SANJAYA
Waroeng Pakar	Jl. Pandega Karya No. 18A Yogyakarta	0274- 562827	SADIRIN
Waroeng Gejayan	Jl. Afandi Yogyakarta	0274- 2627596	SURA TMAN
Waroeng Jakal	Jl. Kaliurang Km 14 Yogyakarta	0274- 7172230	RINANTO
BBQ1	Jl. Dr. Soetomo No. 54 Yogyakarta	0274-6537121	TRI HENDRO W
Feskul Seturan	Jl. Raya Seturan Yogyakarta	0274-4332708	HERI ISWANTO
Feskul Jakal	Jl. Kaliurang Km 6.4 Yogyakarta	0274-6510073	DODY
Begor H. Slamet 1	Jl. Gejayan CT X / 5 Yogyakarta	0274-6877277	AGUNG H.
Begor H. Slamet 2	Jl. Magelang No. 100 Yogyakarta	0274-554854	
Begor H. Slamet 3	Jl. Kol Sugiyono No. 26 Yogyakarta	0274-379515	NURSI TO
Begor H. Slamet 4	Jl. Ring Road Utara Yogyakarta	0274-3006663	DARSONO
Soccer Futsal	Jl. Kaliurang Km 6.4 Yogyakarta	0274-3285550	DARSONO
SEMARANG			
Waroeng Semarang 1	Jl. Kelud No. 2 Semarang	(024) 8316647	PURWANTO
Waroeng Semarang 2	Jl. Kartini No. 43 Semarang	085641818162	ENDRO SUDARTO
KANTOR			RETNO
Waroeng Semarang 3	Jl. Imam Bonjol No. 187 Semarang	(024) 3515404 <i>Fax</i>	JOKO PITOYO
Waroeng Semarang 4	Jl. Sriwijaya No. 11 Semarang	(024) 8311738	AGUS SUTANTO
Waroeng Semarang 5	Jl. Setiabudi No. 60 Semarang	(024) 7476874	TRI HERU M.
SOLO			
Kantor Solo		(0271) 718981 <i>Fax</i>	TUTIK (KEU)
Waroeng Solo	Jl. Kartini No. 45 Surakarta	0271-634328	AGUS MUDA TSIR

MAKASAR

Waroeng Makasar	Jl. Boulevard Blok A3 No. 5 Panakukang Mas Makassar	0411 436450	TRIO (KEU) FAKHUR RAKHIM
-----------------	--	-------------	--------------------------------

MALANG

Kantor Malang	Jl. Sebuku 2F No. 28 Bunulrejo Blimbing Malang	0341- 415711 fax	DIANA (KEU)
Waroeng Malang 1	Jl. Kawi Bawah No.18 Malang	(0341) 353511	ALI WIDODO
Waroeng Malang 2	Jl. Soekarno Hatta No.14 Malang	(0341) 479956	SURANTO
Waroeng Malang 3	Jl. Raya Tlogo Mas No. 5 d Malang	(0341) -	
Waroeng Malang 4	Jl. Ciliwung No. 46 Malang	0341-8806674	RAHARJO DENI DWI WIBOWO
Begor 1 Malang	Jl. Welirang No. 41 Malang	0341-324851	YUDHA EKA
Begor 2 Malang	Jl. Ciliwung No. 46 Malang	0341-8806674	AGUS SUSANTO
Begor 3 Malang	Jl. Soekarno Hatta No. D 407 Malang	0341-490260	

SURABAYA

Kantor Surabaya			RIZAL (KEU)
Waroeng Surabaya 1	Jl. Embong Ploso No. 27 Surabaya	(031) 5322627 fax	JEFFRIZAL ZAFITRI

BATU

Waroeng Batu			
Bebek Batu	Jl. Kartini No. Batu Kab Malang		NUGROHO

BALI

KANTOR		0361 8717024	HAMID (KEU)
Waroeng Bali 1	Jl. Toked Yeh Aya No.136 Denpasar	0361 8717024	IWAN ISTANTO
Waroeng Bali 2	Jl. Gatot Soebroto Tengah No. 2-3 Denpasar	0361 7978713	SUTRISNO

WILAYAH BARAT

JAKARTA

Kantor Jakarta	Jl. Pangkalan Jati III/17B JatiWaringin Jakarta Timur	021 8631117	
Waroeng 1 Depok	Jl. Margonda Raya No. 289 Depok	021 77210344	YULI ARYADI
Waroeng 2 Cempaka	Jl. Cempaka Putih Barat I No. 2 Jakarta	021 4243002	SISWADI (YOKO)
Waroeng 3 Kalimalang	Jl. Raya Kalimalang 43 Jakarta	021 86904114	TRI HARYONO
Waroeng 4 Grogol	Jl. Dr. Susilo Raya No. 9 Jakarta Barat	021 5660952/5636831	MUH. AHYAR
Waroeng 5 Serpong	Jl. Raya Serpong 34 Tangerang	021 68486605	YULI HARYADI

Waroeng 6 Bintaro	Jl. Bintaro Utama Blk AP No 70, Sektor 3 Bintaro Jaya Jakarta	021 7356128	AKO WALORO BUNGSU KUSUMA WAHYU BENDUNG AJI G
Waroeng 7 Tebet	Jl. Tebet Barat I/4 Jakarta	021 83781146	NOVIANTO
Waroeng 8 Ciputat	Jl. Ir Juanda Ciputat Raya No. 67 Jakarta	021 74708784	
Waroeng 9 Palmerah	Jl. Kebayoran Lama No. 3 A Jakarta	021 26282235	
Waroeng 10 Rawamangun	Jl. Waru No. 22 Rawamangun Jakarta Timur	021 7109867	
Waroeng 11 Jatiwaringin	Jl. Jati Waringin Raya No. 241 Jakarta	021 26806796	
Waroeng 12 Bekasi	Jl. Ir. Juanda No. 189 Bekasi Barat	021 8822556	EKO TRI WAHYUDI
Waroeng 13 Bogor	Jl. Ahmad Yani No. 112 Bogor	0251 2158721	NURJIYANTO

MEDAN

Kantor Medan	Jl. Sisingamaraja No. 314 Medan	061 7862540	DHANI (KEUANGAN)
Medan 1	Jl. Dr.Mansyur No. 85 Medan	061 8226317	MUCHTAR
Medan 2	Jl. Adam Malik No. 136 Medan	061 6636896	SURIYAWAN
Medan 3	Jl. Sisingamaraja No. 314 Medan	061 7862540	YUSUF

PEKANBARU

Waroeng Pekanbaru 1 KANTOR	Jl. Teuku Umar No. 64 Pekanbaru	0761 4838500	MARLIN DEDE (KEUANGAN)
Waroeng Pekanbaru 2	Jl. Teuku Tambusai Pekanbaru	0761 7788401	ANWAR

PALEMBANG

Waroeng Palembang 1 KANTOR	Jl. Angkatan 66 Simpang Lampu Merah No. 429 Palembang	0711 86929749	SLAMET P. HERI (KEUANGAN)
Waroeng Palembang 2	Jl. Diponegoro No. 07 Palembang	0711 3530312	AMIN WIDODO

LAMPUNG

Waroeng Lampung	Jl. Zainal A bidin Pagar Alam No. 59 Labuhan Ratu Bandar Lampung	0721 772871	INDRA (KEUANGAN) THORIQ
-----------------	--	-------------	-------------------------

BANDUNG

Kantor Bandung	Jl. Kopo Cirangrang No.484 Bandung	(022) 5401005 Fax	MELA (KEUANGAN)
Waroeng Bandung 1	Jl. Gatot Subroto No. 28 Bandung	(022) 7304778/7318203	SULARNO
Waroeng Bandung 2	Jl. Lombok No. Bandung	(022) 4201583	GUNAWAN
Waroeng Bandung 3	Jl.Taman Sari No. 54 Bandung	(022) 4238578	SHAMSUDIN

<i>Waroeng Bandung 4</i>	<i>Jl. Setiabudi Km 6.7 No. 170F Bandung</i>	<i>(022) 2038481</i>	<i>AGUS WAWAN</i>
<i>Waroeng Bandung 5</i>	<i>Jl. Kopo Cirangrang No. 484 Bandung</i>	<i>(022) 5423727</i>	<i>ARIS SETIYAWAN</i>
<i>Waroeng Bandung 6</i>	<i>Jl. Adipati Ukur No. 63 Bandung</i>	<i>022-2503535/2507886</i>	<i>BENI TRIN. DENI</i>
<i>Waroeng Jatinangor</i>	<i>Jl. Raya Jatinangor No. 21 Sumedang</i>	<i>(022)7797700</i>	<i>KURNIADI</i>

Visi Waroeng Group

Selalu berubah menuju kebaikan sesuai syari'ah Islam

Misi Waroeng Group

Menjadikan perusahaan sebagai sarana untuk mendapatkan ridhonya Allah SWT dan keberadannya selalu bisa bermanfaat untuk banyak orang

Mencanangkan tanggung jawab sosial demi kehidupan yang lebih baik

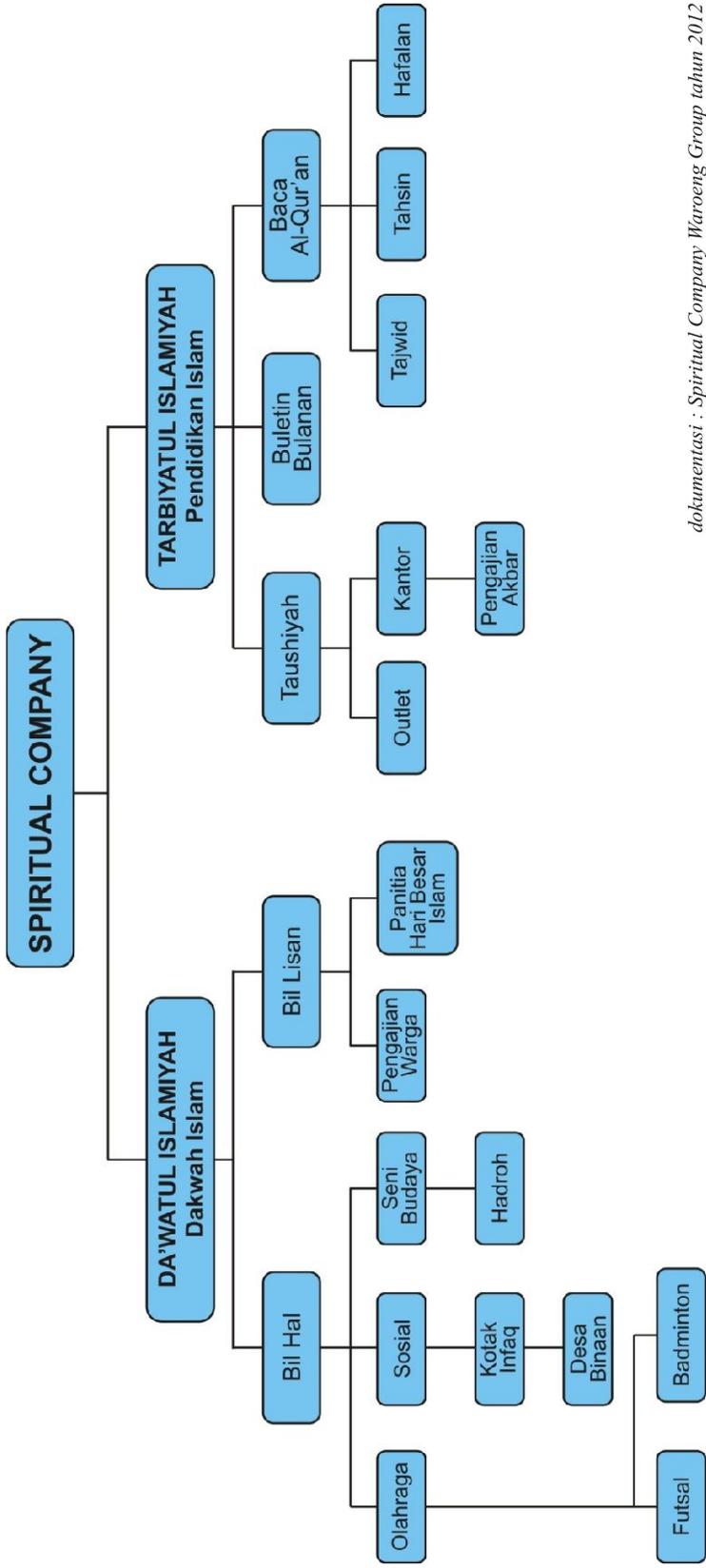
Bekerja adalah ibadah, tanpa melepaskan unsur tanggung jawab dan disiplin yang tinggi

Menjadikan karyawan perusahaan yang berakhlak mulia dan taat beribadah.

Membangun usaha yang halal, berdaya guna dan berkualitas tinggi, yang berorientasi pada pelayanan terbaik.

Menghasilkan profit, membangun citra, mengembangkan profesionalisme usaha berdasarkan prinsip-prinsip keislaman,

Membangun dan mengembangkan potensi khususnya bagi karyawan dan mitra usaha kecil dan menengah pada umumnya



dokumentasi : Spiritual Company Waroeng Group tahun 2012

PROGRAM DA'WATUL ISLAMYAH SPIRITUAL COMPANY WAROENG GROUP



Shalat Dzuhur berjamaah karyawan sebelum buka outlet



Pengajian Rutin Warga Sekitar Outlet Waroeng Group 1



Pengajian Rutin Warga Sekitar Outlet Waroeng Group 2



Group Kesenian Hadroh Waroeng Group



Program Sosial (CSR) Spiritual Company Waroeng Group : Bantuan Air Bersih 2011



Program Sosial (CSR) Spiritual Company Waroeng Group : Waroeng Peduli



Program Sosial (CSR) Spiritual Company Waroeng Group : Pengobatan Gratis 2011



Program Sosial (CSR) Spiritual Company Waroeng Group : Aksi Donor Darah 2011



Program Sosial (CSR) Spiritual Company Waroeng Group : Khitanan Masal 2011



Program Sosial (CSR) Spiritual Company Waroeng Group : Waroeng Peduli Merapi 2010



Program Sedekah Nasional Waroeng Group per Tanggal 27 April



Program Sedekah Nasional Waroeng Group Distribusi Sembako & Bantuan Tunai 1



Program Sedekah Nasional Waroeng Group Distribusi Sembako & Bantuan Tunai 2



Kegiatan Desa Binaan Spiritual Company Waroeng Group



Keterlibatan para Supervisor Outlet Waroeng Group dalam event-event Akbar



Program berhenti merokok karyawan outlet yang diresmikan oleh Ustadz Yusuf Mansyur



Kegiatan di Bulan Suci Ramadhan 1432 H



Pemberian Reward Umroh Karyawan tahun 2011

PROGRAM TARBIYATUL ISLAMIYAH SPIRITUAL COMPANY WAROENG GROUP



Pengajian Akbar Waroeng Group 1



Pengajian Akbar Waroeng Group 2



Pengajian Rutin Karyawan Waroeng Group
2 mingguan



Pengajian Al-Qur'an Karyawan outlet

POSTER PUBLIKASI KEGIATAN SPIRITUAL COMPANY WAROENG GROUP

pengajian akbar

**27
DES
08:30**
Aula
humairo
b'sama
Ustadz
**DWI
IRIANTO**

**A
YO
men
cari 'ilmu
sebanyak
mungkin, sela
ma masih
ADA
kesempa
tan**

waroenggroup
management
DAQU
DAQU
DAQU

Keutamaan ilmu. Firman Allah :
"Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu
dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah mengetahui
apa yang kamu kerjakan." (Al-Mujadilah: 11)
dan "Tuhanku, tambahkanlah kepadaku ilmu pengetahuan". (Thahaas: 114)

bismillah

pengajianakbar

motivator
Bapak Dwi Irianto

Aula Rumah Tahfidz
Deresan Putri
kamis
26 Juli
(08:30)

100%
BAWA ALAT TULIS

waroenggroup
management
DAQU
DAQU
DAQU

Kutitipkan
AL-QUR'AN
Pada **anakku**

Jumat 19 Oktober 2012
Masjid Universitas Islam Negeri SUKA

Bersama Ustadz
Yusuf Mansur



waroenggroup

SEDEKAH NASIONAL 27 APRIL 2012

Berbagi Senyum Berbagi Rasa



"seluruh esok hari ini akan di sedekahkan mari ikut bersedekah!"



GRATIS UNTUK UMUM!



DOA BARENG YUSUF MANSUR
Untuk Segala Hajat dan Kesulitan

Jumat 21 Sept 2012

MASJID UIN Sunan Kalijaga Pki. 17.00 WIB

"Shalat Maghrib & Isha Di-imami Ust. Yusuf Mansur"



Get closer to the
SPIRITUAL

COMPANY

Curriculum Vitae

LUCKY JUWANA



DATA PRIBADI

Nama	Lucky Juwana
Tempat Tanggal Lahir	Jakarta, 23 Juni 1981
Kewarganegaraan	Indonesia
Alamat Asal	Jl. Kemajuan IV No. 29 RT 007/04 Petukangan Selatan, Jak -Sel
Alamat Jogja	Jl. Balirejo UH II No. 537, Umbulharjo – Yogyakarta 55165
Nama Ayah	Yulius Munaf Budiamin
Nama Ibu	Lianawaty
Telepon	0818 02739357
Email	Sambloy99@yahoo.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

DIPLOMA	1999 - 2003
Diploma III Pariwisata	<i>Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta</i>

PENGALAMAN KERJA

Marketing Officer ImperoMedia Advertising	Tahun 2005 - 2008
Free Lance Designer <i>UKM Sriboga Ratu Raya</i>	Tahun 2010 - 2011

SKILL / KEMAMPUAN

- Corel Draw Design Graphic
- Adobe Photoshop
- Macromedia Flash
- Adobe Illustrator