

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini, fenomena dakwah dapat dilakukan secara beragam. Dakwah bukan lagi harus selalu dilakukan di atas mimbar Masjid saja, Majelis Ta'lim, pengajian dan sebagainya seperti yang sering masyarakat lakukan. Masyarakat sering dan rela datang ke tempat pengajian. Namun, sekarang ini dakwah dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja<sup>1</sup>. Banyak kegiatan-kegiatan dakwah yang dilakukan dari rumah, club malam, perusahaan, tempat tongkrongan, bahkan restoran sekalipun. Hal ini membuktikan bahwa dakwah dapat dilakukan secara fleksibel atau luwes. Sehingga masyarakat dapat lebih memahami dakwah secara luas bukan secara sempit agar pemahaman masyarakat tentang dakwah Islam semakin terbuka.

Tercapainya pemahaman masyarakat tentang dakwah Islam perlu diperhatikan agar tujuan dari dakwah tersebut tercapai. Tujuan dakwah merupakan terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhoi oleh Allah swt<sup>2</sup>. Salah satu cara agar tujuan dakwah dapat dilakukan secara fleksibel atau luwes yaitu dakwah perlu dilakukan secara terstruktur dan terencana. Sehingga pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. Untuk itu, diperlukan adanya metode dalam berdakwah. Salah satu metode khas yang digunakan dalam berdakwah oleh seorang Da'i adalah strategi dakwah. Strategi dakwah mencakup tentang perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk melakukan dakwah dengan cara yang tepat sasaran. Strategi dakwah dilakukan dengan menyebarkan ajaran agama Islam kepada orang lain menggunakan cara yang efektif, terukur, terstruktur, dan dimaksudkan agar dapat berkelanjutan<sup>3</sup>.

Salah satu strategi dakwah dalam menyebarkan ajaran agama Islam telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama lainnya. Strategi yang dilakukan bukan hanya berdakwah melalui mimbar-mimbar

---

<sup>1</sup> Basit, Abdul. Dakwah Cerdas di Era Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam*, ISBN 2088-6314. Volume 03, No 01, Juni 2013.

<sup>2</sup> Abdul 'Aziz, Fiqh Dakwah: *Prinsip dan Kaidah Asasi Dakwah Islam*. (Solo: Intermedia, 1997), 61

<sup>3</sup> Fathurohman Pupuh dan Sutikno Sobry, *Strategi Belajar Mengajar Melalui Penanaman Konsep Islam*. (Bandung: Refika Aditama, 2007), 3.

Masjid saja. Dalam dakwah yang dilakukan Walisongo, pertunjukan kesenian dimanfaatkan sebagai medianya. Melalui kesenian wayang kulit dan gamelan dakwah tersampaikan sangat pesat. Sebab, dakwah dibungkus lewat syair-syair dari gamelan yang dimana tersiratkan pesan dakwah tauhid, ajaran untuk menyembah Allah swt dan menjalankan perintah-Nya. Strategi dakwah inilah yang diciptakan oleh Walisongo sebagai taktik agar dakwah dapat dipahami oleh masyarakat sebagai ajaran agama yang menyenangkan dan menggembirakan<sup>4</sup>. Oleh karena itu, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara namun tetap tidak mengurangi makna dari dakwah itu sendiri. Agar dakwah yang disampaikan tetap konsisten dan sistematis, maka diperlukan adanya manajemen dalam berdakwah.

Berdakwah yang dilakukan dengan menerapkan manajemen akan lebih terfokus dan terstruktur dalam proses penyampaian dakwahnya. Sebab, manajemen merupakan proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan<sup>5</sup>. Maka, dakwah dapat berjalan secara luwes atau fleksibel karena dakwah yang dilakukan tidak harus selalu di atas mimbar Masjid. Banyak aktivitas dakwah yang dilakukan diluar Masjid, karena sekarang ini dakwah dapat dengan mudah dipahami, diikuti dan dipelajari oleh masyarakat.

Pada era sekarang ini dakwah banyak dilakukan melalui media teknologi yaitu internet. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi komunikasi yang berkembang sangat pesat. Saat ini telah banyak yang memanfaatkan media internet baik sosial media maupun media cyber berupa website untuk dijadikan media berdakwah<sup>6</sup>. Maka, dakwah juga dapat dilakukan dengan cara-cara yang lain yaitu melalui majelis taklim, perkumpulan, organisasi, dan perusahaan. Salah satu aktivitas dakwah yang dilakukan dengan metode yang berbeda yaitu Perusahaan Ayam Geprek Sa'i. Perusahaan ini merupakan salah satu bisnis rumah makan yang bermitra Islam. Sebab, Ayam Geprek Sa'i telah menjamin kehalalan dalam berbisnis.

---

<sup>4</sup> Syalafiyah, N. & Harianto, Budi. Walisongo: Strategi Dakwah Islam di Nusantara. *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol. 2, No.02, Desember 2020, 170.

<sup>5</sup> Wahyu Khoiruzzaman, Relasi Manajemen Masjid dan Kegiatan Keagamaan Islam: Studi di Masjid Dawamul Ijtihad Semarang. *Jurnal Studi Islam Interdisipliner*, Vol. 2, No.2, April (2023), 64.

<sup>6</sup> Wahyu Khoiruzzaman, Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 36(2) 2016, 320.

Ayam Geprek Sa'i merupakan perusahaan yang berkonsep syari'ah kemitraan usaha dengan manajemen kemitraan berbasis syari'ah yang bergerak di bidang siap saji. Ayam Geprek Sa'i telah memiliki banyak outlet yang tersebar luas di wilayah Jawa Tengah. Hal ini membuktikan bahwa Ayam Geprek Sa'i memiliki kepercayaan tersendiri terhadap konsumen karena pelayanan dan kualitasnya yang dijalankan berdasarkan syariah Islam. Ayam Geprek Sa'i merupakan salah satu contoh usaha yang menggunakan konsep syari'ah. Sebab, sekarang ini telah banyak usaha siap saji yang berdiri namun tidak banyak dari usaha tersebut yang menerapkan konsep bisnis syariah. Maka, Ayam Geprek Sa'i merupakan salah satu usaha yang mengusung konsep syariah tersebut sehingga dalam menjalankan bisnis, nilai-nilai islam dijadikan sebagai pedoman pondasi pokok yang harus dijalankan karena selain mengejar keuntungan secara duniawi juga keberkahan akhirat dalam berbisnis juga menjadi tujuan dalam pelaksanaan bisnis ini.

Konsep syariah tersebut tentunya tidak terlepas dari manajemen yang diterapkan oleh pemiliknya. Karena keberhasilan dari konsep ini dapat tercapai adanya kerjasama dan kesepahaman antara pemilik perusahaan dengan para karyawan. Oleh karena itu, konsep syariah juga bukan hanya diterapkan dalam cara berbisnisnya saja, melainkan juga terhadap para karyawan Ayam Geprek Sa'i yang dididik dan didesain agar menjadi karyawan yang tetap memegang teguh nilai-nilai Islam sehingga dapat melahirkan karyawan yang memiliki karakter Islami yang baik.

Dari beberapa cabang Ayam Geprek Sa'i yang tersebar di Jepara, salah satu cabang dari Ayam Geprek Sa'i yang memiliki program kegiatan keagamaan yang unggul adalah di Mayong, Jepara. Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 merupakan salah satu cabang yang menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam mengatur dan mengelola Ayam Geprek Sa'i Mayong 1, pemilik sangat memperhatikan kondisi karyawannya sendiri. Manajemen Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 tidak hanya memandang karyawan sebagai alat untuk mencari keuntungan saja<sup>7</sup>, namun lebih kepada sesama manusia yang harus dihormati dan dimuliakan. Pihak manajemen Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 tidak hanya melihat kesejahteraan karyawan hanya melalui pendekatan duniawi saja, namun juga dari kondisi spiritualitas (batin) dari karyawannya. Salah satu langkah nyata yang bisa terlihat dari kepedulian pihak manajemen Ayam

---

<sup>7</sup> Observasi dengan Manajer Area Perusahaan Ayam Geprek Sa'i area Jepara, pada tanggal 20 Oktober 2023

Geprek Sa'i Mayong 1 adalah adanya beberapa kegiatan-kegiatan keagamaan yang telah menjadi bagian dari sistem yang harus dijalankan. Kegiatan keagamaan tersebut yaitu membaca doa sebelum bekerja, kegiatan membaca Asmaul Husna, Shalat Dhuha, Shalat wajib berjamaah bagi karyawan laki-laki dan sebagainya.

Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 selain menerapkan kegiatan keagamaan terhadap karyawan juga menerapkan adanya kegiatan bersedekah bagi para konsumen. Kegiatan bersedekah ini dapat memberikan kemanfaatan di akhirat kelak meskipun sekecil atau seminimal apapun sedekah tersebut. Maka, kegiatan tersebut juga menjadi salah satu bentuk dari penerapan dakwah. Sebab dakwah bertujuan untuk membawa perubahan yang positif bagi kehidupan dan aktivitas manusia. Peningkatan kualitas pemahaman dan pengalaman ajaran Islam dapat membawa perubahan positif yang nantinya dapat dilakukan secara terus menerus, berkepanjangan dan berkelanjutan. Sehingga tujuan dari dakwah dapat dipahami dan diterapkan secara baik oleh para karyawan.

Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 yang bergerak sebagai bisnis Islam yang bertanggungjawab atas semua hal tersebut diatas. Sebuah Perusahaan yang mengajarkan prinsip-prinsip keagamaan kepada para karyawannya yang bertujuan untuk menghasilkan karyawan yang berwawasan dan berkarakter Islami. Program inilah yang kemudian diwujudkan sebagai wadah pendidikan keagamaan guna mencapai tujuan sebagai Pesantren kuliner.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti ingin mengetahui lebih jelas tentang metode dalam pembentukan karakter Islami bagi karyawan melalui pesantren kuliner. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul "Pesantren Kuliner Dalam Mendesain Karakter Islami (Strategi Dakwah Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1)."

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada upaya-upaya yang dilakukan oleh Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 dalam usaha untuk membentuk karakter Islami pada karyawan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Usaha ini dilakukan melalui program kegiatan keagamaan spiritual yang dilakukan di tempat kerja secara rutin. Cara ini dilakukan sebagai kepedulian terhadap permasalahan dakwah dimana karyawan perlu dididik dan dibekali ilmu agama. Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 ingin menciptakan lingkungan kerja yang Islami sebagai pesantren kuliner.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka peneliti memfokuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 dalam mendesain karakter Islami karyawan?
2. Bagaimana Implikasi strategi dakwah Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 terhadap perubahan karakter karyawan?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti memiliki beberapa tujuan penulisan diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi dakwah Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 dalam mendesain karakter Islami karyawan
2. Untuk Implikasi strategi dakwah Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong 1 terhadap perubahan karakter karyawan

### E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis antara lain:
  - a. Sebagai tambahan teori yang telah ada sehubungan dengan masalah yang diteliti
  - b. Sebagai bahan untuk menambah wacana kepustakaan, baik ditingkat fakultas maupun universitas
  - c. Sebagai sumber referensi mengenai topik yang sama untuk penelitian selanjutnya
2. Manfaat Praktis
  - 1) Bagi Akademisi  
Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan pembelajaran dan kajian untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi manajemen perusahaan dalam mendesain karakter Islami perusahaan.
  - 2) Bagi penulis  
Penelitian ini memberikan wawasan baru yang lebih mendalam bagi peneliti mengenai strategi manajemen perusahaan dalam mendesain karakter Islami perusahaan.

### F. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian proposal bertujuan untuk memberikan gambaran dari masing-masing bagian atau yang saling berkaitan,

sehingga diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penelitiannya sebagai berikut:

a. Bagian Awal

Berisi halaman sampul luar dan dalam, lembar pengesahan, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar singkatan, daftar table, daftar gambar dan daftar isi.

b. Bagian Isi

Berisi gambaran secara garis besar yang terdiri dari tiga bab. Mulai dari bab satu sampai bab tiga yang memiliki hubungan saling berkaitan. Ketiga bab tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Berupa pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II : KERANGKA TEORI**

Berupa kerangka teori yang terdiri dari teori-teori yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Berupa jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PEMBAHASAN**

Berupa gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi penelitian, dan analisis data tentang strategi manajemen perusahaan Ayam Geprek Sa'i Mayong dalam mendesain karakter Islami karyawan. Dengan demikian peneliti dapat menemukan hasil dan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

**BAB V : PENUTUP**

Berupa simpulan dari keseluruhan isi dalam penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi saran-saran yang ditawarkan oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah penelitian yang bisa dijadikan pembaca sebagai bahan pertimbangan dalam membacanya.

c. Bagian Akhir

Berisi daftar pustaka dan lampiran penelitian.