

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kini, semakin berkembangnya perusahaan mengalami transformasi proses manajerial seiring dengan pesatnya perubahan lingkungan global. Interaksi yang terjadi antara lingkungan tersebut dengan perusahaan berpola aksi-reaksi, dimana perubahan lingkungan secara aktif mempengaruhi perusahaan dan di sisi lain perusahaan meresponnya dengan mengadakan transformasi proses manajerial. Manajemen perusahaan harus mentransformasikan struktur dirinya dalam menghadapi tuntutan lingkungannya.

Di satu sisi, kebutuhan transformasi dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan pada lingkungan yang sangat bergejolak sangat diperlukan, oleh karena itu dibutuhkan transformasi struktural transformasi budaya.<sup>1</sup> Suatu kenyataan kehidupan perusahaan bahwa pimpinan memainkan peranan yang amat penting, bahkan dapat dikatakan amat menentukan, dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>2</sup>

Dewasa ini terlihat terdapat persaingan yang semakin tajam antar perusahaan, setiap perusahaan ingin menjadi yang terbaik dari perusahaan lain sebagai pesaing. Keadaan ini akan menuntut setiap perusahaan ingin memperoleh sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dapat memberikan hasil kerja maksimal. Seiring dengan perkembangan teknologi akan menuntut perusahaan melakukan perubahan pada berbagai aspek. Para karyawan harus dapat beradaptasi atas sistem-sistem yang berlaku dalam perusahaan, mereka harus dikembangkan secara terus menerus untuk mempertahankan atau meningkatkan kemampuannya. Di sisi lain, para manajer dituntut untuk dapat mengembangkan dirinya agar dapat meningkatkan kemampuan kepemimpinannya.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Edy Sutrisno, *Budaya Organisasi*, Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011, hal. 53.

<sup>2</sup> Sondang P. Siagian, *Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*, Jakarta: CV Haji Masagung, 1991, hal. 20.

<sup>3</sup> Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Erlangga, 2012, hal. 200.

Di dalam era globalisasi seperti sekarang ini dimana ditandai dengan perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dan penuh resiko. Kondisi seperti ini mengharuskan pihak perusahaan dapat dengan jeli dan seksama menumbuhkan serta mengembangkan segala potensi yang ada sehingga dapat dijadikan modal untuk menghadapi persaingan yang semakin kuat dan kompetitif.<sup>4</sup>

Kecenderungan perusahaan dalam menghadapi persaingan global harus disikapi dengan baik karena akan membawa dampak bagi budaya perusahaan. Perubahan manajemen dan struktur perusahaan akan membawa dampak pada perubahan budaya perusahaan yang sebaliknya, perusahaan manajemen restrukturisasi tidak akan membawa hasil optimal jika tidak disertai dengan budaya yang kondusif terhadap perubahan tersebut.

Kecocokan antara budaya yang tumbuh dalam setiap individu dengan budaya yang berkembang dalam suatu perusahaan menunjukkan indikasi bahwa *turn over* karyawan akan dapat diminimumkan. Artinya semakin tinggi kecocokan antara personal dan perusahaan yang bersangkutan. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mewujudkan keselarasan manusia dan budaya perusahaan tersebut adalah dengan melakukan sosialisasi budaya perusahaan.<sup>5</sup>

Persoalan yang mendasar bagi sebuah perusahaan atau organisasi adalah menciptakan budaya kuat atau dengan kata lain bagaimana mengubah budaya lemah menjadi budaya kuat yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan kinerja karyawan untuk tercapainya tujuan dari perusahaan atau perusahaan. Budaya yang kuat sangat berpengaruh dalam peningkatkan konsistensi seseorang dalam berperilaku. Dengan kata lain, budaya menjadi faktor penting meningkatkan kinerja atau *performance* seseorang dalam perusahaan. Budaya yang kuat juga sering dikatakan membantu kinerja bisnis karena menciptakan tingkat motivasi yang luar biasa dari dalam diri karyawan sehingga apabila hal tersebut dapat berjalan dengan baik maka tujuan dari suatu perusahaan akan terwujud.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Adi Eko Prasetyo, "Pengaruh Budaya Kerja Terhadap Perilaku Kerja dan Kinerja Karyawan pada PT Bank Pembangunan Daerah (BPD) Banyuwangi", Skripsi, Fakultas: Ekonomi Universitas Jember, 2011.

<sup>5</sup> Sutrisno, *Budaya...*, Hal.23.

<sup>6</sup> Prasetyo, "Pengaruh..."

Seluruh sumber daya manusia yang ada di perusahaan harus dapat memahami dengan benar mengenai budaya perusahaan yang ada. Pemahaman ini sangat berkaitan dengan setiap gerak langkah dari kegiatan yang dilakukan, baik perencanaan yang bersifat strategis dan taktikal, maupun kegiatan dari implementasi perencanaan di mana setiap kegiatan tersebut harus berdasarkan pada budaya perusahaan.<sup>7</sup>

Sebagai sebuah perusahaan atau organisasi, Waroeng Steak and Shake terdiri dari sejumlah orang dengan latar belakang, kepribadian, emosi, dan ego yang beragam. Hasil penjumlahan dan interaksi berbagai orang tersebut membentuk budaya perusahaan. Secara sederhana budaya perusahaan dapat didefinisikan sebagai kesatuan dari orang-orang yang memiliki tujuan, keyakinan, dan nilai-nilai yang sama.

Budaya perusahaan sebagai sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota (karyawan), inilah yang membedakan perusahaan yang satu dengan yang lainnya.<sup>8</sup> Untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan diminta untuk memiliki visi dan misi yang jelas dan strategik, dan setiap komponen didalamnya juga dituntut untuk dapat merealisasikan visi dan misi perusahaan. Visi dan misi inilah yang kemudian melahirkan nilai-nilai yang diyakini oleh anggota perusahaan (karyawan perusahaan) dan mencerminkan budaya perusahaan. Untuk menciptakan profesionalisme kerja manajemen puncak dan divisi sumber daya manusia dituntut untuk menciptakan budaya kerja yang perusahaan yang berkualitas melalui penerapan sistem manajemen yang baik.<sup>9</sup>

Pada saat ini sangat dirasakan kompetensi yang ketat di dunia kerja sebagai dampak adanya resensi global, maka seluruh perusahaan memerlukan keunggulan kompetitif atau disebut keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dengan meningkatkan produktivitas dan kualitas SDM.

Kualitas sumber daya manusia unggul memiliki berbagai kompetensi. Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) telah menyatakan SDM unggul adalah memiliki tiga kompetensi, yaitu : (a) kompetensi teknis, (b) kompetensi spiritual dan (c) kompetensi sosial. Kompetensi teknis adalah kompetensi yang harus dimiliki karyawan sesuai dengan

---

<sup>7</sup> Sutrisno, *Budaya...*, Hal. 25.

<sup>8</sup> Andi Hastono, "Nilai-Nilai Islam pada Budaya Organisasi Bank Syariah Mandiri Pusat", Skripsi, Fakultas: Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2009.

<sup>9</sup> Nur Jannah, "Analisi Budaya Organisasi dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim Jakarta Pusat)", Skripsi, Fakultas: Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2008.

tugas pekerjaannya secara teknis. Kompetensi spiritual akan mewujudkan disiplin, dedikasi, integritas dan loyalitas, etos kerja, motivasi kerja. Sedangkan dengan kompetensi sosial akan mewujudkan kemampuan kerjasama bergaul dan berkomunikasi, kemampuan berkoordinasi, kemampuan mengapresiasi pendapat orang lain serta kemampuan kerja sama dalam tim.<sup>10</sup>

Indonesia yang merupakan mayoritas dengan penduduk muslim dan beragama Islam tentu ajaran agama Islam tidak akan lepas dari kepercayaan mereka, mereka percaya bahwa mencari rezeki yang halal dan diridhai adalah ibadah. Apalagi jika diwujudkan dengan amal shalih, yang mampu mengeratkan hubungan antara manusia dengan Allah (*hablum minallah*) dan antara sesama manusia (*hablum minannas*). Akan banyak peluang bagi pengusaha, pembisnis, dan eksekutif perusahaan untuk memperbanyak amal shalih melalui bisnis.<sup>11</sup>

Di dalam Agama Islam yang bersumber pada wahyu Illahi dan sunnah Rasul mengajarkan kepada umatnya untuk berusaha mendapatkan kehidupan yang baik dan sekaligus memperoleh kehidupan yang baik di dunia dan di akhirat, inilah yang dapat menjamin tercapainya kesejahteraan lahir batin (*al-Falah*).<sup>12</sup> Hal tersebut bertujuan untuk mewujudkan kebaikan dan kebahagiaan di dunia, serta kemenangan di akhirat. Dengan kata lain aktivitas bisnis, harta, dan kekayaan tidak boleh menjadi tujuan utama, karena sering kali banyak orang yang terjebak dalam gemerlabnya kekayaan dunia. Sebagaimana telah dijelaskan dalam firman Allah SWT yaitu :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُلْهِكُمْ اَمْوَالُكُمْ وَلَا اَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللّٰهِ ۚ وَمَنْ يَفْعَلْ ذٰلِكَ فَاُوْلٰئِكَ هُمُ

الْخٰسِرُوْنَ ﴿٦٠﴾

<sup>10</sup> Moeheriono, *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi; Edisi Revisi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 70-71.

<sup>11</sup> Muhammad Ali Aji HAsim, *Bisnis Satu Cabang Jihad*, Jakarta Timur: Pustaka al-Kautsar, hal .47.

<sup>12</sup> Abdul Azis, *Ekonomi Sufistik Model al-Ghazali; Telaah Analitik Terhadap Pemikiran al-Ghazali Tentang Moneter dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, hal. 95.

Artinya: Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barang siapa yang berbuat demikian maka mereka itulah orang-orang yang merugi. (QS. Al-Munafiqun:63 ayat 9) <sup>13</sup>

Budaya perusahaan mempunyai beberapa fungsi. *Pertama*, budaya mempunyai peran pembeda (*different*). Itu berarti bahwa budaya perusahaan menciptakan perbedaan yang jelas antara satu perusahaan dan yang lainnya. *Kedua*, budaya perusahaan membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasinya. *Ketiga*, budaya perusahaan mempermudah timbulnya pertumbuhan komitmen pada suatu yang lebih luas daripada sekedar kepentingan diri individual. *Keempat*, budaya perusahaan dapat meningkatkan kemantapan sistem sosial.

Perusahaan yang berbudaya kuat akan menghasilkan kinerja yang baik dalam jangka panjang. Budaya yang kuat artinya seluruh karyawan memiliki satu persepsi yang sama dalam mencapai tujuan perusahaan. Kesatuan persepsi didasarkan pada kesamaan nilai yang diyakini, norma yang dijunjung tinggi, dan pola perilaku yang ditaati.

Meskipun dalam Islam konsumen bukanlah raja, tetapi penghargaan terhadap konsumen tetap harus dilakukan. Budaya perusahaan yang Islami juga harus mencerminkan nilai-nilai Islam, yaitu :

1. Cara melayani konsumen
2. Cara berpakaian
3. Membiasakan shalat berjamaah
4. Berdoa sebelum dan setelah selesai bekerja
5. Dan lain-lain<sup>14</sup>

Oleh karenanya pembisnis muslim harus memperhatikan nilai-nilai ilahiyah dalam berbisnis, karena dalam Islam terdapat nilai yang bisa ditambahkan (*value added*). Adapun di antara *value added* bisnis Islam lebih berorientasi pada misi mengharap keridhaan Allah, mengutamakan tujuan jangka panjang (ukhrawi) ketimbang hanya

---

<sup>13</sup> Azis, *Ekonomi...*, hal. 97.

<sup>14</sup> Didin Hafiduddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003, hal. 151.

mencari keuntungan jangka pendek (duniawi), dan menjadikan sumber daya manusia sebagai *primary asset*.<sup>15</sup>

Pada saat ini tentu budaya perusahaan sudah mengalami kemajuan, bahkan dalam sebuah usaha bisnis makanan pun menerapkan hal serupa. Seperti Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang yang merupakan salah satu bisnis makanan dimana sang pemilik yaitu Bapak Jody dan Ibu Aniek yang telah menerapkan *Spiritual Company* dalam bisnisnya.

Waroeng Steak and Shake yang biasa disapa dengan WSS berdiri sejak tahun 2000 di Yogyakarta. Warung ini pertama kali didirikan oleh Bapak Jody Brotosuseno dan Ibu Aniek (istrinya) di jalan Cendrawasih No.3 Jogja. Hingga tahun 2017 Waroeng Steak and Shake ini genap memiliki 100 cabang yang tersebar di seluruh kota besar di Indonesia termasuk pulau Jawa, Bali dan Sumatera.

Sesuai namanya, menu utama Waroeng Steak and Shake (WSS) adalah steak. Di WSS pelanggan akan menemukan berbagai macam hidangan steak dari daging sapi, ayam, ikan dan udang. Pelanggan juga dapat memilih steak dengan tepung ataupun original steak. Menu-menu yang ditawarkan WSS antara lain Tenderloin Steak, Sirloin Steak, Beef Blackpepper Steak, dan Chicken Steak.

Dengan modal awal Rp 100.000 kemudian ditambah dengan menjual motor pribadinya yang hasilnya dipakai untuk modal awal Waroeng Steak. Kemudian pada pembukaan gerai kedua Jody mengajak kerabat dan temannya menanam modal dengan pola bagi hasil. Pola itu dipakainya sampai gerai kedelapan, dan di gerai kesembilan dan seterusnya Jody mendanai sendiri.

Namun, hasil tersebut tidak semua dinikmati sendiri oleh Bapak Jody dan Ibu Aniek. Salah satu gerainya di kawasan Gejayan Yogyakarta didedikasikan untuk kegiatan amal. Seluruh keuntungan dari gerai itu dipakai untuk mendanai rumah tahfidz pesantren penghafal Al-Quran dengan santri hampir 2.000 orang. Selain dari gerai itu, Bapak Jody dan Ibu Aniek juga menyumbangkan sebagian keuntungan dari unit usaha lainnya untuk mendanai tujuh rumah tahfidz yang dikelolanya. Laki-laki yang selalu berpenampilan sederhana (*low profile*) ini berkeyakinan bahwa kekuatan doa anak-anak penghafal Al-Quran sangat mustajab hingga usaha makin berkembang. Tokoh favoritnya tentu saja

---

<sup>15</sup> Ibid, hal. 99.

sang guru spiritual yakni Ustadz Yusuf Mansur. Baginya sang ustadz bukan saja guru agama namun juga seorang guru bisnis yang visioner.

Untuk daerah semarang sendiri Waroeng Steak and Shake (WSS) sudah berjumlah 8 outlet. Salah satunya yaitu terletak di jalan Imam Bonjol yang berdiri pada tahun 2013, yang di pimpin oleh manajer outlet Bapak Endro Sudarto Sudarto serta ditambah dengan karyawan berjumlah 18 orang laki-laki.<sup>16</sup>

Berdasarkan pengamatan sederhana di Waroeng Steak and Shake, peneliti sudah melihat bahwa dari segi nama perusahaan saja tidak ada mengandung unsur Islami, namun dalam prakteknya Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang sudah menerapkan budaya Islami yang pada umumnya diterapkan pada perusahaan Islami.

Melihat uraian di atas tentu dapat dikatakan bahwa budaya perusahaan yang diterapkan di Waroeng Steak and Shake masih dikatakan cukup berbeda, dimana lebih menggunakan budaya Islami yang tentunya tidak sama dengan perusahaan kuliner pada umumnya. Dengan keunikan tersebut peneliti tertarik untuk membahas tentang budaya Islami yang diterapkan di Waroeng Steak and Shake dengan judul **“ANALISIS IMPLEMENTASI BUDAYA ISLAMI PADA KARYAWAN WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG IMAM BONJOL SEMARANG”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana implementasi budaya Islami pada karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian**

### **1. Tujuan**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana budaya Islami yang diterapkan pada karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang.

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Bapak Endro, Manajer Outlet Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang, Tanggal 6 januari 2017.

## 2. Manfaat

### a. Manfaat akademis

Manfaat bagi akademis dapat menambah perbendaharaan pengetahuan untuk kampus.

### b. Manfaat bagi peneliti

Manfaat untuk peneliti yaitu dapat menambah ilmu pengetahuan atau wawasan.

### c. Manfaat bagi Waroeng Steak and Shake

Manfaat bagi Waroeng Steak and Shake dapat memberikan kritik ataupun saran agar lebih mengembangkan budaya Islami yang sudah ada di dalam Waroeng Steak and Shake, khususnya Cabang Imam Bonjol Semarang.

## D. Tinjauan Pustaka

Dalam masalah yang diteliti, peneliti bukanlah orang pertama yang membahas mengenai Implementasi Budaya Islami pada sebuah perusahaan. Hal tersebut karena ada beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Skripsi Nur Jannah dengan judul “Analisis Budaya Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim Jakarta Pusat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya perusahaan yang terdapat dalam Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim Jakarta Pusat meliputi; inovasi, keberanian mengambil resiko, perhatian terhadap detail, orientasi hasil, orientasi manusia, agresivitas, stabilitas, sistem imbalan, dan jaminan sosial. Sedangkan dalam kinerja karyawan mencakup kualitas kerja dan kedisiplinan.
2. Skripsi Andi Hastono dengan judul “Nilai-Nilai Islam pada Budaya Perusahaan Bank Syariah Mandiri Pusat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya perusahaan yang digunakan Bank Mandiri Syariah yaitu dikenal dengan sikap *akhlakul karimah*, yaitu siddiq (integritas), istiqamah (konsistensi), fatanah (profesionalisme), amanah (tanggung jawab), tabligh (kepemimpinan). Meskipun dalam implementasinya sedikit mengalami kesulitan.
3. Skripsi Andi Eko Prasetyo dengan judul “Pengaruh Budaya Kerja Terhadap Perilaku Kerja dan Kinerja Karyawan pada PT Bank Pembangunan Daerah (BPD)

Banyuwangi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya kerja secara eksplisit dan implisit memiliki pengaruh yang bersifat positif dan signifikan terhadap perilaku kerja karyawan serta kinerja karyawan pada PT. Bank Pembangunan Daerah (BPD) Banyuwangi.

4. Jurnal Satyawati dengan tema “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Perusahaan Terhadap Kepuasan Kerja Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan”. Jurnal tersebut berisi tentang berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai kinerja yang baik sangat ditentukan oleh seorang pemimpin. Kepemimpinan yang baik dalam suatu perusahaan didukung oleh budaya perusahaan yang baik pula. Semakin kuat gaya kepemimpinan yang diterapkan dan didukung oleh budaya perusahaan yang baik, maka akan menciptakan kepuasan kerja bagi karyawan sehingga meningkatkan kinerja perusahaan.<sup>17</sup>
5. Skripsi Kurniawan Widyatma Adiputra dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor Harga Produk, Efek Komunitas dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Awareness* Untuk Meningkatkan *Brand Attitude* (Studi Pada Konsumen Restoran Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Waroeng Steak & Shake berusaha untuk menciptakan suatu citra yang baik bagi perusahaan mereka, sehingga dengan cara itu akan meningkatkan kesadaran merek pada benak konsumen. Hasil variabel harga produk, efek komunitas dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek dan akan meningkatkan *brand attitude* pada Restoran Waroeng Steak & Shake. Variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kesadaran merek.<sup>18</sup>
6. Skripsi Nova Dhita Kurniasari dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan

---

<sup>17</sup> Satyawati, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja yang Berdampak pada Kinerja Keuangan”, Jurnal, Vol.6, No.1, Januari 2014.

<sup>18</sup> Kurniawan Widyatma Adiputra, “Analisis Pengaruh Faktor Harga Produk, Efek Komunitas dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Awareness* Untuk Meningkatkan *Brand Attitude*”, Skripsi, Fakultas: Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011.

analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk lalu kualitas pelayanan, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah harga.<sup>19</sup>

7. Skripsi Daryl Sania dengan judul “Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroeng Steak and Shake di Kota Semarang”. Yang mengatakan bahwa fasilitas yang disediakan sudah sangat memadai, penampilan karyawan rapi dan bersih, keluhan di tanggapi dengan sabar dan memuaskan, jaminan kenyamanan, karyawan memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, dan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan, namun dalam hal kecil sendiri seperti dalam mengingat meja pelanggan masih kurang, sehingga secara keseluruhan sudah dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan Waroeng Steak and Shake cukup memuaskan.<sup>20</sup>

Dari beberapa penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan dengan apa yang akan diteliti nanti. Perbedaan penelitian tersebut yaitu : *Pertama* dari sisi tema, dari penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yang temanya sama yaitu berbicara tentang implementasi budaya perusahaan, tetapi objeknya berbeda. *Kedua* dari segi objek, ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki objek kesamaan yang membahas tentang Waroeng Steak and Shake, tetapi temanya berbeda.

---

<sup>19</sup> Nova Dhita Kurniasari, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)”, Skripsi, Fakultas: Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2013.

<sup>20</sup> Daryl Sania, “Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroeng Steak and Shake di Kota Semarang”, Skripsi, Jurusan: Manajemen Universitas Dian Nuswantoro.

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan di lapangan atau masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil dari lapangan atau masyarakat.<sup>21</sup>

Peneliti juga melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang implementasi budaya Islami pada karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang. Kemudian, pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh.<sup>22</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungannya.<sup>23</sup> Tetapi melalui pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas semuanya.<sup>24</sup>

### 2. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.<sup>25</sup>

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.<sup>26</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah dari Manajer Outlet dan Karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang.

---

<sup>21</sup> Yusuf Soewardji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, hal. 21.

<sup>22</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hal. 209.

<sup>23</sup> Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009, hal. 4.

<sup>24</sup> Sugiono, *Metode...*, hal. 222.

<sup>25</sup> Wahyu Purhanta, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hal. 79.

<sup>26</sup> Ibid

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, seperti struktur perusahaan data kearsipan, dokumen, laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan berupa data dan dokumentasi.<sup>27</sup>

Data sekunder dalam penelitian ini adalah, skripsi atau penelitian terdahulu, buku referensi yang berkaitan dengan penelitian, artikel-artikel yang terkait, dan lain-lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif berupaya mengungkapkan kondisi perilaku masyarakat yang diteliti dan situasi lingkungan di sekitarnya. Untuk mencapai hal tersebut jenis data yang digunakan bervariasi, diantaranya observasi, wawancara, dan dokumentasi yang terlibat di dalam penelitian.<sup>28</sup>

a. Observasi

Metode pengumpulan data kualitatif lainnya yang juga sangat sering digunakan adalah observasi. Hampir sama antara kedudukan observasi dengan wawancara, bahkan sering kali penggunaan wawancara dalam penelitian kualitatif selalu disertakan dengan observasi untuk kepentingan *cross-check* dan validitas data. Tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan (*site*) yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam lingkungan tersebut beserta aktivitas dan perilaku yang dimunculkan, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu yang terlibat tersebut.<sup>29</sup>

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan observasi pada kegiatan karyawan yang dilakukan dalam Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang.

---

<sup>27</sup> Ibid

<sup>28</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, hal. 141.

<sup>29</sup> Haris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta Selatan: Salemba Humanika, hal. 131-132.

b. Wawancara (*interview*)

Metode ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan objek penelitian dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, perusahaan, yang dilakukan oleh dua pihak antara pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai (*interview*). Data yang berhasil dikumpulkan umumnya berupa masalah-masalah tertentu yang bersifat kompleks, sensitif, atau kontroversional.<sup>30</sup>

Teknik wawancara yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara yang terstruktur dan tak terstruktur. Wawancara terstruktur ini biasanya dilakukan oleh peneliti dengan cara terlebih dahulu mempersiapkan bahan pertanyaan yang sudah diajukan dalam wawancaranya nanti. Sedangkan wawancara tidak terstruktur inilah yang lebih sesuai dalam penelitian kualitatif, sebab jenis wawancara tidak terstruktur ini memberi peluang kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Meski disebut wawancara tidak terstruktur, bukan berarti dialog-dialog yang ada lepas begitu saja dari konteks. Peneliti sejak awal harus memiliki fokus pembicaraan yang ingin ditanyakan sehingga seluruh wawancara yang dilakukan diarahkan pada fokus yang ditentukan.<sup>31</sup>

Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili dari berbagai tingkatan yang ada dalam obyek. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis secara langsung melakukan wawancara kepada Bapak Endro Sudarto selaku Manajer Outle, Bapak Aminudin selaku Ustadz, dan karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang sebagai pendukung yang memperkuat data.

---

<sup>30</sup> Purhanta, *Metode...*, hal. 87.

<sup>31</sup> Muhammad Idris, *Metode Penelitian Ilm Sosial Edisi Kedua*, Jakarta: Erlangga, hal. 107.

Dalam wawancara tentu dibutuhkan alat bantu seperti tape recorder, gambar, brosur, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.<sup>32</sup>

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bentuk dokumen atau catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seni dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>33</sup>

Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk memperoleh data-data yang ada di Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang yakni sejarah, visi dan misi, buku-buku, arsip atau dokumen-dokumen, notulen, foto, dan lain sebagainya yang ada kaitannya dengan peneliti ini.

#### 4. Metode Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengklarifikasikannya sesuai dengan permasalahan yang diteliti, kemudian data tersebut disusun dan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis.

Metode deskriptif analisis yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Sugiono, *Metode...*, hal. 233.

<sup>33</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008, hal. 82.

<sup>34</sup> Sugiono, *Metode...*, hal. 247

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam lima bab, yaitu sebagai berikut :

Halaman Judul, Persetujuan Pembimbing, Pengesahan, Deklarasi, Abstraks, Motto Persembahan, Kata Pengantar, dan Daftar Isi.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Perumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Tinjauan Pustaka
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

### **BAB II : TEORI BUDAYA PERUSAHAAN**

- A. Pengertian Budaya Perusahaan
- B. Fungsi Budaya Perusahaan
- C. Konsep Perencanaan Strategis
- D. Budaya Perusahaan Islami

### **BAB III : PROFIL WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG IMAM BONJOL SEMARANG**

- A. Sejarah Berdirinya Waroeng Steak and Shake
- B. Visi dan Misi Waroeng Steak and Shake
- C. Struktur Perusahaan Waroeng Steak and Shake Imam Bonjol
- D. Karyawan Waroeng Steak and Shake Imam Bonjol
- E. Alamat Perusahaan Waroeng Steak and Shake
  - 1. Alamat Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang
  - 2. Outlet Waroeng Steak and Shake di Semarang
  - 3. Outlet Waroeng Steak and Shake di Indonesia
- F. Produk Waroeng Steak and Shake

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Budaya Islami pada Karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang
- B. Analisis Terhadap Budaya Islami pada Karyawan Waroeng Steak and Shake Cabang Imam Bonjol Semarang.

**BAB V : PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran
- C. Penutup

