

## **Dakwah Kontemporer dalam Dunia Kuliner: Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang**

Muhammad Amin Muthohar  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
230204210023@student.uin-malang.ac.id  
Umi Sumbulah  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
umisumbulah@uin-malang.ac.id  
Ahmad Djalaluddin  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
djalaludin@akuntansi.uin-malang.ac.id  
Kamalia Fitri Rizki  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
kamaliafitri29@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to examine the implementation of dakwah (Islamic preaching) in the culinary business at Warung Ayam Geprek Sa'i in Malang City, which integrates Qur'anic values into daily business operations. The topic was chosen because dakwah is no longer limited to religious institutions or media but can also be applied in the business sector, particularly in the culinary industry, to support both social and spiritual development. This research uses a phenomenological study method, aimed at exploring the subjective experiences of business owners and employees in running an Islam-based business. Data were collected through in-depth interviews with the owner, manager, and employees, as well as observations of routine activities such as the recitation of Surah Al-Waqiah and the weekly charity program held every Friday. The results show that the implementation of dakwah in this business has a positive impact, such as increasing community awareness of the importance of integrating religious values into daily life. In addition, the charity program and recitation of Surah Al-Waqiah foster a closer relationship between employees, customers, and business owners. However, challenges remain, such as fierce market competition and shifting consumer preferences that prioritize taste and price. Overall, this study emphasizes that dakwah can be integrated into the culinary business to create a broader social impact, although continuous efforts are needed to educate the public and balance religious values with market demands.*

**Keywords:** Contemporary, Culinary, Dakwah, Phenomenological Study

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan dakwah dalam bisnis kuliner di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, yang mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam operasional bisnis sehari-hari. Pemilihan topik ini penting karena dakwah kini tidak hanya dilakukan melalui lembaga pendidikan atau media religius, tetapi juga dapat diterapkan dalam sektor bisnis, khususnya kuliner, untuk mendukung pengembangan sosial dan spiritual. Penelitian ini menggunakan metode studi fenomenologi, yang bertujuan menggali pengalaman subjektif pelaku bisnis dan karyawan dalam menjalankan usaha yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, manajer, dan karyawan, serta observasi terhadap kegiatan rutin seperti pembacaan surah Al-Waqiah dan program sedekah setiap Jumat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan dakwah dalam bisnis ini memberikan dampak positif, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, program sedekah dan pembacaan surah Al-Waqiah menciptakan hubungan yang lebih erat antara karyawan, pelanggan, dan pelaku usaha. Meskipun demikian, tantangan tetap ada, seperti persaingan pasar yang ketat dan perubahan preferensi konsumen yang lebih mengutamakan rasa dan harga. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dakwah dapat diintegrasikan dalam dunia bisnis kuliner untuk menciptakan dampak sosial yang lebih luas, meskipun memerlukan upaya berkelanjutan dalam mengedukasi masyarakat dan menyeimbangkan antara nilai-nilai agama dan tuntutan pasar.

**Kata kunci:** Dakwah, Kontemporer, Kuliner, Studi Fenomenologi

### **A. PENDAHULUAN**

Dakwah dalam konteks Islam telah mengalami perkembangan yang signifikan, melampaui batasan tradisional yang biasanya terbatas pada pengajaran agama di masjid atau lembaga pendidikan.<sup>1</sup> Saat ini, dakwah kontemporer tidak hanya berbicara tentang ibadah dan ajaran agama, tetapi juga mencakup aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dunia bisnis. Salah satu fenomena menarik yang muncul adalah dakwah yang disampaikan melalui sektor kuliner, seperti yang dilakukan oleh Warung Ayam Geprek Sa'i di Kota Malang. Warung ini tidak hanya mengutamakan kehalalan produk, yang menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pemilihan makanan oleh konsumen Muslim, tetapi juga mengimplementasikan nilai-nilai Qur'ani dalam operasional bisnisnya. Ini

---

<sup>1</sup> Abdul Rahim Suardin, Muhammad Yusnan, Kadar Risman, "Pelatihan Kepemimpinan Baitul Arqam Dasar Dalam Membangun Soliditas Gerakan Dakwah Yang Berintegritas Pada Pemuda Buton Tengah," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi* 1, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.

termasuk kebijakan-kebijakan seperti sedekah rutin setiap hari Jumat, pengajian mingguan untuk karyawan, dan pembacaan surat Al-Waqiah sebelum memulai aktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana dakwah diterapkan dalam dunia kuliner dan dampaknya terhadap pengembangan sosial keagamaan di masyarakat, dengan pendekatan fenomenologi yang mendalam. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian ini akan menggali pengalaman subjektif pelaku bisnis dan karyawan dalam menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memiliki kontribusi positif terhadap spiritualitas dan nilai-nilai Islam.<sup>2</sup>

Salah satu isu utama yang dihadapi dalam dakwah kontemporer melalui bisnis adalah tantangan besar dalam mempertahankan konsistensi prinsip-prinsip agama, terutama di dunia yang semakin mengutamakan nilai-nilai materialistis.<sup>3</sup> Di era modern, bisnis sering kali dihadapkan pada tekanan untuk meraih keuntungan secara maksimal, yang kadang-kadang dapat menyebabkan pengabaian terhadap nilai-nilai etika dan agama. Dalam hal ini, para pelaku bisnis dihadapkan pada dilema besar: di satu sisi, mereka perlu menghasilkan keuntungan yang cukup untuk memastikan kelangsungan usaha mereka, namun di sisi lain, mereka diharapkan untuk menjalankan usaha yang tetap berpegang pada nilai-nilai Islami seperti kejujuran, keberkahan, dan keadilan. Tuntutan untuk meraih profit tanpa melanggar prinsip-prinsip agama bisa menjadi tantangan yang cukup rumit, apalagi dalam menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat.<sup>4</sup> Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian terkait bagaimana Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang mengintegrasikan prinsip-prinsip dakwah dalam praktik bisnis sehari-hari mereka, serta tantangan yang mereka hadapi dalam menyeimbangkan antara orientasi profit dan prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan dalam setiap

---

<sup>2</sup> Fathi Ismail Hawari and Nabhan Fadhillah, "Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Praktik Manajemen Perusahaan," *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2023): 919–28.

<sup>3</sup> Moh. Agus Sifa' and Zaenal Azis Muhtarom Moch, "Analisis Fluktuasi Keuntungan Mitra Bisnis Franchise Ayam Geprek Sa'i Dengan Sistem Persentase: Pendekatan Dari Aspek Manajemen Pemasaran Syariah," *Journal of Islamic Banking* 4, no. 1 (2023): 67–76.

<sup>4</sup> Rizky Maudy Anggraini, Siti Latifah, and Syarifuddin, "Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardawi," *Jurnal Masharif Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 4 (2022): 2908–16.

aspek operasional bisnis mereka.

Penelitian tentang dakwah dalam bisnis kuliner telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, yang menyelidiki penerapan prinsip-prinsip Islam dalam dunia bisnis. Misalnya, penelitian Burhanuddin yang membahas pengaruh nilai-nilai agama terhadap kinerja pegawai di sebuah bisnis, serta bagaimana nilai-nilai tersebut berkontribusi pada pencapaian tujuan bisnis yang lebih tinggi.<sup>5</sup> Namun, penelitian tersebut lebih terfokus pada pendidikan Islam dan etika kerja, bukan pada penerapan dakwah dalam konteks bisnis kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penerapan nilai-nilai Qur'ani yang lebih holistik dalam dunia kuliner, yang mengintegrasikan aspek keagamaan, sosial, dan ekonomi secara bersamaan.

Penelitian sebelumnya mengenai dakwah dilakukan oleh Fadli Ahmad Yogasara dalam sektor bisnis kuliner juga telah membahas penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen bisnis di Hotel Haz Syariah Semarang. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa pemahaman manajer dan staf tentang manajemen berbasis Islam cukup memadai. Pemilik dan pemimpin hotel memberikan fasilitas yang mendukung kegiatan rohani bagi karyawan, seperti program kajian dan pengajian bersama setiap Jumat, serta shalat berjamaah di waktu kerja. Tujuannya adalah agar para karyawan dapat menjalankan ibadah dengan lebih baik dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam.<sup>6</sup> Namun, fokus penelitian tersebut lebih condong pada bisnis properti dan etika kerja, tanpa mengkaji secara mendalam tentang penerapan dakwah dalam sektor kuliner. Sebagai perbandingan, penelitian ini akan lebih memfokuskan diri pada penerapan nilai-nilai Qur'ani yang bersifat holistik dalam bisnis kuliner, yang mencakup integrasi antara aspek keagamaan, sosial, dan ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan dalam dunia kuliner secara

---

<sup>5</sup> Burhanuddin Hartono, Maragustam Siregar, and Sriharini Sriharini, "Konsep Integrasi Pendidikan Islam Dan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, no. 02 (2022): 377–98,

<sup>6</sup> Fadli Ahmad Yogasara and Fuad Mas'ud, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Berbasis Islam (Studi Kasus Hotel Haz Syariah Semarang)," *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 1 (2021): 54–75.

sinergis, menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berdampak positif secara sosial dan spiritual bagi masyarakat.

Studi fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali secara mendalam pengalaman pelaku bisnis dan karyawan dalam menerapkan dakwah melalui praktik bisnis sehari-hari mereka. Fenomenologi, seperti yang dijelaskan oleh Edmund Husserl, berfokus pada bagaimana individu menghayati dan memahami pengalaman mereka serta bagaimana mereka memberi makna pada fenomena yang mereka alami.<sup>7</sup> Dalam konteks ini, penelitian ini berusaha untuk menggali bagaimana Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang menghayati dan menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam setiap aspek operasional bisnis mereka, seperti pelaksanaan sedekah setiap Jumat, ibadah shalat dhuha, serta pembacaan surah Al-Waqiah sebelum mulai bekerja. Penelitian ini juga berupaya untuk memahami bagaimana praktik-praktik tersebut membentuk hubungan antara karyawan, pelanggan, dan masyarakat, serta dampaknya terhadap hubungan sosial dan spiritual yang terjalin di dalamnya. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini akan menyelidiki makna subjektif yang diberikan oleh individu terhadap tindakan-tindakan tersebut dan bagaimana hal itu mempengaruhi kehidupan mereka baik secara pribadi maupun dalam konteks sosial.<sup>8</sup>

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan wawasan baru tentang bagaimana dakwah dapat diterapkan dalam sektor yang lebih luas, terutama dalam industri kuliner, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi literatur dakwah kontemporer yang masih terbatas. Penerapan dakwah dalam bisnis kuliner, sebagai topik yang jarang dibahas dalam kajian dakwah, akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini.<sup>9</sup> Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara dakwah, bisnis, dan fenomena sosial

---

<sup>7</sup> Abdul Hafiz Alfatoni, "Nilai-Nilai Pendidikan Dalam Fenomenologi Edmund Husserl," *PANDAWA: Jurnal Pendidikan Dan Dakwah* 3, no. 3 (2021): 496–505.

<sup>8</sup> Muhammad Fitrah and Astrid Veranita Indah, "Komparasi Fenomenologi Edmund Husserl Dan Martin Heidegger," *Sulesana* 18, no. 1 (2024): 1–23.

<sup>9</sup> Abim Rizqi Rohmawan and Bagas Dwi Praptowo, "Determinan Praktik Nilai-Nilai Bisnis Islam: Implikasi The Celestial Mnegement Di Usaha Kuliner Preksu," *Jurnal MD* 5, no. 2 (2019): 205–25.

keagamaan dalam masyarakat Islam masa kini. Selain itu, penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi para pelaku bisnis yang tertarik untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam praktik usaha mereka, sehingga bisnis yang mereka jalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pembentukan masyarakat yang lebih berlandaskan pada nilai-nilai moral dan spiritual Islam.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menggali pengalaman subjektif pelaku bisnis dan karyawan dalam mengimplementasikan dakwah melalui bisnis kuliner.<sup>10</sup> Fenomenologi sebagai pendekatan penelitian digunakan untuk memahami dan menganalisis pengalaman hidup para pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi esensi dari pengalaman mereka dalam menjalankan bisnis yang mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani, serta memahami bagaimana mereka menghayati dan memaknai prinsip-prinsip agama dalam praktik bisnis sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi.<sup>11</sup> Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik, manajer, dan karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i untuk mendapatkan informasi tentang pengalaman mereka dalam mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam operasional bisnis. Pertanyaan wawancara akan fokus pada bagaimana mereka memahami dan menerapkan nilai-nilai Qur'ani dalam interaksi mereka dengan pelanggan, karyawan, dan masyarakat sekitar. Observasi partisipatif akan dilakukan di lokasi usaha untuk mengamati langsung kegiatan-kegiatan yang mencerminkan penerapan dakwah, seperti pembacaan surat Al-Waqiah sebelum bekerja, serta kegiatan sosial lainnya seperti sedekah. Selain itu, dokumentasi

---

<sup>10</sup> Yoki Yusanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif," *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1, no. 1 (2020): 1–13.

<sup>11</sup> Yusanto.

terkait dengan kebijakan internal, promosi, dan prosedur operasional akan dianalisis untuk melihat sejauh mana prinsip dakwah diimplementasikan.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis dimulai dengan reduksi data, yaitu memilih dan menyaring data yang relevan dengan fokus penelitian. Setelah itu, data akan disajikan dalam bentuk tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul terkait dengan penerapan dakwah dalam bisnis kuliner. Temuan-temuan yang muncul akan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan, terutama teori fenomenologi dan dakwah kontemporer, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara bisnis kuliner, dakwah, dan fenomena sosial keagamaan.<sup>12</sup> Proses triangulasi juga akan dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk meningkatkan validitas temuan penelitian

### C. PEMBAHASAN

#### 1. Penerapan Dakwah dalam Bisnis Kuliner di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Penerapan dakwah di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang dapat dilihat dengan jelas melalui integrasi nilai-nilai Qur'ani dalam setiap kegiatan operasional mereka. Salah satu implementasi nyata dari dakwah adalah kewajiban bagi seluruh karyawan untuk membaca surah Al-Waqiah sebelum memulai pekerjaan setiap hari.<sup>13</sup> Pembacaan surah ini diyakini dapat membawa keberkahan dan membuka pintu rezeki, yang selaras dengan ajaran Islam yang mengajarkan bahwa segala bentuk rezeki berasal dari Allah. Dengan melaksanakan amalan ini, warung tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang produktif, tetapi juga memberikan makna spiritual yang dalam. Para pemilik bisnis menekankan bahwa kebiasaan ini diterapkan dengan tujuan untuk memberikan manfaat yang positif, baik dalam aspek materi maupun spiritual. Mereka berharap bahwa melalui kebiasaan ini, karyawan dapat merasakan keberkahan dalam pekerjaan mereka, sementara

---

<sup>12</sup> Putu Dhanu Driya, I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, and I Made Ardwi Pradyana, "Teknik Pengumpulan Data Pada Audit Sistem Informasi Dengan Framework Cobit," *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal* 2, no. 2 (2022): 70.

<sup>13</sup> Muhammad Zainul Roziqin and Lilis Sugi Rahayu Ningsih, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)," *BIMA: Journal of Business and Innovation Management* 5, no. 2 (2023): 197-204,

pelanggan pun merasa puas dan dihargai, memperkuat hubungan yang lebih harmonis di antara mereka.<sup>14</sup>

Warung Ayam Geprek Sa'i juga menerapkan sedekah sebagai bagian dari rutinitas operasional mereka. Setiap hari Jumat, pihak manajemen menyediakan makanan untuk disedekahkan kepada mereka yang membutuhkan, sebagai wujud nyata penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis. Tindakan ini mencerminkan prinsip keadilan dan kasih sayang, serta menekankan pentingnya keberkahan dalam menjalankan usaha.<sup>15</sup> Dengan melakukan sedekah secara rutin, warung ini menunjukkan bahwa tujuan mereka tidak hanya terfokus pada pencapaian keuntungan materi semata, tetapi juga berupaya memberikan manfaat sosial yang dapat dirasakan oleh masyarakat secara luas. Kegiatan ini sekaligus menjadi contoh konkret bahwa dakwah dapat diterapkan dalam dunia bisnis, tidak hanya sebagai ajaran agama, tetapi juga sebagai langkah nyata dalam menciptakan dampak positif yang lebih besar, baik bagi karyawan, pelanggan, maupun masyarakat sekitar. Melalui sedekah, bisnis ini turut berperan dalam memperkuat solidaritas sosial dan meningkatkan kesejahteraan komunitas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan manajer, terungkap bahwa mereka melihat bisnis ini sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat. Mereka memiliki komitmen yang kuat untuk menjalankan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga berusaha untuk memberikan berkah bagi semua pihak yang terlibat, mulai dari karyawan hingga konsumen.<sup>16</sup> Salah satu karyawan menyampaikan bahwa ia merasa lebih termotivasi untuk bekerja dengan penuh semangat, karena selain mendapatkan penghasilan yang layak, ia juga merasa bahwa pekerjaannya memiliki makna yang lebih mendalam. Karyawan tersebut menganggap pekerjaannya

---

<sup>14</sup> Romi Saputra, "Implementasi Paradigma Postmodernisme Dalam Pembaharuan Hukum Di Indonesia Serta Kritik Terhadapnya," *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Umat* 4, no. 1 (2021): 67–76.

<sup>15</sup> Adillah Sofiya Ananda, M Difach Hazairin, and Syakira Rifdahayani Yoes, "Istishab Dan Aplikasinya Dalam Sistem Ekonomi Syariah," *Public Service and Governance Journal* 4, no. 1 (2023): 150–58.

<sup>16</sup> Edison Siregar, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*, I (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021).

sebagai bentuk amal yang mendatangkan keberkahan, yang memberikan dampak positif baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain. Dengan begitu, usaha ini tidak hanya sekadar bisnis, tetapi juga sebuah bentuk kontribusi terhadap nilai-nilai sosial dan spiritual yang memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

Namun, penerapan dakwah dalam bisnis ini tidak selalu berjalan mulus. Beberapa tantangan signifikan muncul, seperti ketergantungan pada pasar yang sangat kompetitif dan ekspektasi tinggi untuk mencapai target keuntungan yang telah ditentukan. Terkadang, pelaku bisnis merasa terjepit antara menjaga prinsip-prinsip syariah yang mereka anut dan memenuhi kebutuhan pasar yang sering kali mengutamakan profitabilitas semata. Dalam situasi seperti ini, mereka menghadapi dilema mengenai bagaimana mempertahankan etika dan moral bisnis yang sesuai dengan ajaran agama tanpa mengorbankan keberlangsungan usaha.<sup>17</sup> Meskipun demikian, pelaku bisnis tetap berusaha keras untuk menyeimbangkan antara keduanya dengan keyakinan penuh bahwa Allah akan memberikan berkah kepada usaha yang dijalankan dengan niat yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Mereka percaya bahwa meskipun tantangan tersebut ada, selama mereka tetap berpegang pada nilai-nilai Qur'ani dan menjalankan usaha dengan jujur, keberkahan akan selalu menyertai mereka.

## **2. Tantangan dalam Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani dalam Bisnis Kuliner**

Meskipun penerapan dakwah dalam Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang telah menunjukkan dampak positif, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat berbagai tantangan yang perlu dihadapi dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis kuliner. Salah satu tantangan utama adalah tekanan persaingan dengan bisnis kuliner lain yang lebih mengutamakan keuntungan materi. Dalam dunia bisnis kuliner yang semakin kompetitif, pelaku usaha seringkali dihadapkan pada pilihan sulit antara mempertahankan prinsip syariah dan memenuhi tuntutan

---

<sup>17</sup> Dewi Puspasari and Riyan Hadithya, "Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten Pada Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk," *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan* 4, no. 2 (2023): 239–52, <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>.

pasar yang lebih berfokus pada keuntungan.<sup>18</sup> Misalnya, untuk dapat bersaing dalam hal harga, ada kecenderungan untuk mengurangi biaya bahan baku atau mencari solusi yang lebih efisien, yang kadang-kadang bertentangan dengan prinsip kehalalan atau keberkahan dalam bisnis.<sup>19</sup> Hal ini menciptakan dilema bagi pelaku usaha yang ingin tetap berpegang teguh pada nilai-nilai agama, namun di sisi lain harus bertahan dalam persaingan pasar yang sangat ketat.

Tantangan lainnya yang dihadapi oleh Warung Ayam Geprek Sa'i adalah perubahan preferensi konsumen yang lebih mengutamakan cita rasa dan harga yang terjangkau, tanpa banyak memperhatikan apakah makanan tersebut diproduksi atau dijual dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah.<sup>20</sup> Sebagian besar konsumen yang datang ke warung ini biasanya mencari makanan yang enak dan harga yang terjangkau, sementara pelaku bisnis ingin memastikan bahwa produk yang mereka jual tetap memenuhi standar halal dan berkualitas baik. Mereka berusaha menjaga integritas agama dengan memastikan setiap produk yang dijual sesuai dengan ajaran Islam. Namun, keinginan untuk menjaga prinsip-prinsip kehalalan dan kualitas yang baik sering kali bertentangan dengan tuntutan pasar yang lebih mengutamakan harga dan rasa. Situasi ini menciptakan dilema besar bagi para pelaku bisnis yang berusaha menjaga daya saing tanpa mengorbankan nilai-nilai agama yang mereka pegang.<sup>21</sup>

Selain itu, tantangan dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani juga muncul dalam pengelolaan hubungan dengan karyawan yang berasal dari latar belakang yang beragam. Beberapa karyawan mungkin belum sepenuhnya menghayati atau menerapkan nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan mereka sehari-hari,<sup>22</sup> yang berarti bahwa diperlukan upaya berkelanjutan untuk membimbing dan

---

<sup>18</sup> Arvin Noer Hakim, "Analisis Bangunan Rumah Makan Menggunakan Metode Swot: Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Majenang," *Jurnal Teknologi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2022): 23–31.

<sup>19</sup> Yogasara and Mas'ud, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Berbasis Islam (Studi Kasus Hotel Haz Syariah Semarang)."

<sup>20</sup> Fedika Harfania, "Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek SA ' I Yogyakarta)," *Jurnal Fakultas Ekonomi*, no. 3 (2018): 581–91.

<sup>21</sup> Selfi Noor Khasanah and Muttaqin Choiri, "Implementasi Syariah Compliance Terhadap Usaha Dan Produk Ayam Geprek Sa'i," *Jurnal Kaffa* 2, no. 3 (2023): 106–19.

<sup>22</sup> Siti Nurjanah, "Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Strategi Nilai: Peran Market Positioning," *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 1 (2021): 91–102.

mengedukasi mereka. Untuk itu, Warung Ayam Geprek Sa'i berusaha menyelenggarakan pelatihan, pengajian, dan berbagai kegiatan keagamaan guna menanamkan nilai-nilai agama yang lebih mendalam kepada karyawan. Namun, perbedaan tingkat pemahaman agama di antara karyawan bisa menjadi penghalang dalam menciptakan budaya kerja yang sepenuhnya berbasis pada nilai-nilai Qur'ani. Dalam menghadapi hal ini, diperlukan strategi yang lebih efektif dalam memperkuat pemahaman agama di kalangan karyawan, sehingga mereka dapat bekerja dengan penuh kesadaran dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam.

Berdasarkan wawancara dengan manajer dan beberapa karyawan, terungkap bahwa meskipun mereka memahami pentingnya penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis, mereka kadang merasa tertekan dengan tuntutan untuk selalu mengamalkan prinsip-prinsip tersebut dalam setiap situasi. Salah satu contoh yang diberikan adalah ketika ada tekanan untuk mencapai target penjualan yang tinggi, beberapa karyawan merasa kesulitan untuk tetap menjaga etika dan nilai-nilai agama dalam kondisi yang penuh tekanan.<sup>23</sup> Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara tuntutan pasar yang mengedepankan angka penjualan dan prinsip-prinsip agama yang ingin diterapkan dalam operasional bisnis. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif untuk menyelaraskan antara tuntutan bisnis dan nilai-nilai keagamaan, agar karyawan dapat tetap menjaga etika agama tanpa merasa terbebani dengan target yang ada.<sup>24</sup>

Integrasi nilai-nilai Qur'ani dalam setiap aspek operasional bisnis membutuhkan waktu, komitmen, dan kesabaran. Para pelaku usaha harus terus mengedukasi dan memotivasi karyawan untuk menerapkan prinsip-prinsip agama dalam pekerjaan mereka, meskipun tantangan terus hadir. Hal ini menjadi alasan mengapa Warung Ayam Geprek Sa'i terus memperkuat program pelatihan dan pengajian rutin sebagai sarana untuk memperdalam pemahaman agama di kalangan karyawan. Dengan pendekatan yang tepat, para pelaku usaha berharap dapat

---

<sup>23</sup> Eri Nur Azizah, Suryati Suryati, and Candra Darmawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin)," *Social Science and Contemporary Issues Journal* 1, no. 1 (2023): 58–68,

<sup>24</sup> N H Istiqomah, I S Nisa, and Latifatul Husniyah, "Pemasaran Islami: Mengoptimalkan Potensi Pasar Dengan Prinsip Keadilan Dan Etika Ekonomi Islam," *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 07, no. 01 (2024): 1–14.

menciptakan lingkungan kerja yang tidak hanya produktif, tetapi juga penuh berkah. Dengan demikian, karyawan dapat menjalankan pekerjaan mereka dengan ikhlas, tanpa merasa terbebani, dan dapat merasakan manfaat sosial dan spiritual dari pekerjaan yang mereka lakukan.

### **3. Implikasi Dakwah dalam Bisnis Kuliner terhadap Fenomena Sosial Keagamaan**

Penerapan dakwah dalam bisnis kuliner di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat sekitar, terutama dalam hal kesadaran sosial keagamaan. Salah satu dampak yang terlihat jelas adalah peningkatan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.<sup>25</sup> Praktik rutin seperti pembacaan surah Al-Waqiah sebelum bekerja dan program sedekah yang dilaksanakan setiap hari Jumat tidak hanya memberi manfaat bagi karyawan, tetapi juga mempengaruhi pola pikir para pelanggan. Mereka tidak hanya datang untuk menikmati makanan yang lezat, tetapi merasa bahwa mereka turut berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang memberikan manfaat bagi sesama. Melalui kegiatan-kegiatan ini, masyarakat semakin sadar bahwa menjalankan bisnis juga dapat menjadi sarana untuk menebarkan kebaikan dan berbagi rezeki, menciptakan hubungan yang lebih mendalam antara pelaku usaha dan konsumen.

Warung Ayam Geprek Sa'i juga berperan aktif dalam membentuk budaya sosial yang lebih humanis dan penuh kasih sayang. Salah satu cara yang dilakukan adalah melalui program sedekah yang dilaksanakan setiap hari Jumat, yang memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar, khususnya bagi mereka yang membutuhkan.<sup>26</sup> Pelanggan yang mengetahui kegiatan sosial ini merasa lebih terhubung dengan warung tersebut karena mereka melihat bahwa bisnis ini tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial semata, tetapi juga memiliki perhatian besar terhadap kesejahteraan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa Warung Ayam Geprek Sa'i tidak hanya memikirkan keuntungan pribadi, tetapi juga

---

<sup>25</sup> Yogasara and Mas'ud, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Berbasis Islam (Studi Kasus Hotel Haz Syariah Semarang)."

<sup>26</sup> Roziqin and Ningsih, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)."

berusaha untuk berbagi keberkahan dengan orang lain. Sebagai hasilnya, hubungan yang tercipta antara pemilik bisnis, karyawan, dan pelanggan menjadi lebih erat dan harmonis, memperkuat ikatan sosial yang bermanfaat dalam komunitas tersebut.

Dampak sosial positif lainnya terlihat pada terciptanya suasana kerja yang lebih harmonis dan penuh kedamaian di kalangan karyawan. Dengan mengimplementasikan nilai-nilai Qur'ani dalam aktivitas sehari-hari, karyawan merasa lebih terhubung dengan tujuan spiritual yang lebih tinggi, tidak hanya sebagai pekerja yang mencari nafkah, tetapi juga sebagai individu yang memiliki tanggung jawab sosial dan agama. Pembacaan surah Al-Waqiah sebelum bekerja, misalnya, memberikan rasa kedamaian, kebahagiaan, dan keyakinan bahwa mereka tidak hanya bekerja untuk mendapatkan gaji, tetapi juga untuk memperoleh berkah dari Allah. Hal ini berimplikasi langsung terhadap peningkatan kinerja mereka, dengan motivasi kerja yang lebih baik dan semangat yang lebih tinggi untuk menjalankan tugas. Ketika karyawan merasa bahwa pekerjaan mereka memiliki makna lebih, maka mereka akan lebih bersemangat untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka.<sup>27</sup>

Meskipun dampak positif yang jelas dapat dilihat, tantangan untuk menciptakan perubahan sosial yang lebih luas tetap ada. Beberapa pelanggan atau anggota masyarakat mungkin belum sepenuhnya mengerti atau menyadari betapa pentingnya penerapan dakwah dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, perlu ada upaya lebih besar untuk menyosialisasikan prinsip-prinsip dakwah ini kepada masyarakat luas, sehingga mereka lebih memahami dan menghargai nilai-nilai yang diterapkan oleh bisnis seperti Warung Ayam Geprek Sa'i. Warung ini dapat menjadi model bagi bisnis lain dalam mengintegrasikan dakwah ke dalam operasional mereka, tetapi untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar,<sup>28</sup> dukungan dari semua pihak sangat diperlukan, baik itu karyawan, konsumen, maupun masyarakat secara keseluruhan. Penerapan dakwah dalam bisnis kuliner ini membutuhkan kerjasama

---

<sup>27</sup> Fathi Ismail Hawari and Nabhan Fadhillah, "Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Praktik Manajemen Perusahaan."

<sup>28</sup> Miladina Nurkhasanah, "Geprek Sa'i Pemalang.Pdf" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2022).

yang harmonis antara semua pihak untuk mewujudkan tujuan sosial dan agama yang lebih besar

#### **D. PENUTUP**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan dakwah kontemporer melalui bisnis kuliner di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam setiap aspek operasional bisnis, seperti pembacaan surat Al-Waqiah dan program sedekah setiap Jumat. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa praktik dakwah ini tidak hanya meningkatkan kualitas hubungan antara karyawan dan pelanggan, tetapi juga memberi dampak positif terhadap fenomena sosial keagamaan, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Kelebihan dari penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk menunjukkan bagaimana dakwah dapat diaplikasikan secara praktis dalam dunia bisnis kuliner dan dampaknya terhadap komunitas. Namun, ada beberapa kekurangan, antara lain terbatasnya ruang lingkup penelitian yang hanya berfokus pada satu tempat usaha, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh industri kuliner. Selain itu, tantangan dalam menjaga keseimbangan antara tuntutan pasar dan prinsip syariah masih menjadi hambatan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis.

Penelitian ini dapat diperluas dengan mengkaji penerapan dakwah di berbagai jenis usaha kuliner lainnya dan melihat dampaknya pada skala yang lebih besar. Penelitian lebih lanjut juga dapat memperdalam kajian tentang bagaimana dakwah dalam bisnis dapat beradaptasi dengan perkembangan pasar modern dan teknologi, serta strategi yang lebih efektif dalam menyosialisasikan prinsip-prinsip dakwah kepada masyarakat luas.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adillah Sofiya Ananda, M Difach Hazairin, and Syakira Rifdahayani Yoes. "Istishab Dan Aplikasinya Dalam Sistem Ekonomi Syariah." *Public Service and Governance Journal* 4, no. 1 (2023): 150–58.
- Alfaton, Abdul Hafiz. "Nilai-Nilai Pendidikan Dalam Fenomenologi Edmund Husserl." *PANDAWA: Jurnal Pendidikan Dan Dakwah* 3, no. 3 (2021): 496–505.
- Anggraini, Rizky Maudy, Siti Latifah, and Syarifuddin. "Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardawi." *Jurnal Masharif Syariah: Jurnal Ekonomi Dan*

- Perbankan Syariah* 9, no. 4 (2022): 2908–16.
- Driya, Putu Dhanu, I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, and I Made Ardwi Pradyana. “Teknik Pengumpulan Data Pada Audit Sistem Informasi Dengan Framework Cobit.” *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal* 2, no. 2 (2022): 70.
- Eri Nur Azizah, Suryati Suryati, and Candra Darmawan. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin).” *Social Science and Contemporary Issues Journal* 1, no. 1 (2023): 58–68.
- Fathi Ismail Hawari, and Nabhan Fadhillah. “Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Praktik Manajemen Perusahaan.” *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2023): 919–28.
- Fitrah, Muhammad, and Astrid Veranita Indah. “Komparasi Fenomenologi Edmund Husserl Dan Martin Heidegger.” *Sulesana* 18, no. 1 (2024): 1–23.
- Hakim, Arvin Noer. “Analisis Bangunan Rumah Makan Menggunakan Metode Swot: Studi Kasus Ayam Geprek Sa’i Majenang.” *Jurnal Teknologi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2022): 23–31.
- Harfania, Fedika. “Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek SA ’ I Yogyakarta).” *Jurnal Fakultas Ekonomi*, no. 3 (2018): 581–91.
- Hartono, Burhanuddin, Maragustam Siregar, and Sriharini Sriharini. “Konsep Integrasi Pendidikan Islam Dan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 11, no. 02 (2022): 377–98.
- Istiqomah, N H, I S Nisa, and Latifatul Husniyah. “Pemasaran Islami: Mengoptimalkan Potensi Pasar Dengan Prinsip Keadilan Dan Etika Ekonomi Islam.” *Al-Musthofa: Journal of Sharia Econimics* 07, no. 01 (2024): 1–14.
- Khasanah, Selfi Noor, and Muttaqin Choiri. “Implementasi Syariah Compliance Terhadap Usaha Dan Produk Ayam Geprek Sa’i.” *Jurnal Kaffa* 2, no. 3 (2023): 106–19.
- Miladina Nurkhasanah. “Geprek Sa’i Pernalang.Pdf.” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2022.
- Nurjanah, Siti. “Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Strategi Nilai: Peran Market Positioning.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 1 (2021): 91–102.
- Puspasari, Dewi, and Riyan Hadithya. “Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten Pada Instragram Dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan* 4, no. 2 (2023): 239–52.
- Rohmawan, Abim Rizqi, and Bagas Dwi Praptowo. “Determinan Praktik Nilai-Nilai Bisnis Islam: Implikasi The Celestial Mnegement Di Usaha Kuliner Preksu.” *Jurnal MD* 5, no. 2 (2019): 205–25.
- Roziqin, Muhammad Zainul, and Lilis Sugi Rahayu Ningsih. “Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa’i Jombang).” *BIMA: Journal of Business and Innovation*

- Management* 5, no. 2 (2023): 197–204.
- Saputra, Romi. “Implementasi Paradigma Postmodernisme Dalam Pembaharuan Hukum Di Indonesia Serta Kritik Terhadapnya.” *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Umat* 4, no. 1 (2021): 67–76.
- Sifa’, Moh. Agus, and Zaenal Azis Muchtarom Moch. “Analisis Fluktuasi Keuntungan Mitra Bisnis Franchise Ayam Geprek Sa’i Dengan Sistem Persentase: Pendekatan Dari Aspek Manajemen Pemasaran Syariah.” *Journal of Islamic Banking* 4, no. 1 (2023): 67–76.
- Siregar, Edison. *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*. I. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Suardin, Muhammad Yusnan, Kadar Risman, Abdul Rahim. “Pelatihan Kepemimpinan Baitul Arqam Dasar Dalam Membangun Soliditas Gerakan Dakwah Yang Berintegritas Pada Pemuda Buton Tengah.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi* 1, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.
- Yogasara, Fadli Ahmad, and Fuad Mas’ud. “Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Berbasis Islam (Studi Kasus Hotel Haz Syariah Semarang).” *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 1 (2021): 54–75.
- Yusanto, Yoki. “Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif.” *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1, no. 1 (2020): 1–13.