

**MOTIVASI KERJA DALAM PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)

TESIS

Oleh

SAIFUDDIN

NIM 14801014



PASCASARJANA

MAGISTER EKONOMI SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK

IBRAHIM MALANG

2017



**MOTIVASI KERJA DALAM PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)

TESIS

Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
menyelesaikan Program Magister
Ekonomi Syariah

OLEH

SAIFUDDIN

NIM 14801014

**PASCASARJANA
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**


2017

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “**Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)**” ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 23 Mei 2017.

Batu, 06 Juni 2017

Pembimbing I



Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M.Ag
NIP. 195503021987031004

Pembimbing II

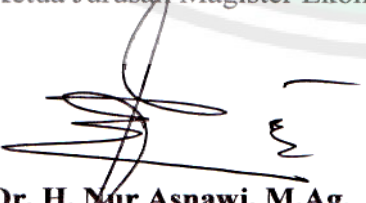


Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP. 197202122003121003

Batu, 06 Juni 2017

Mengetahui

Ketua Jurusan Magister Ekonomi Syariah

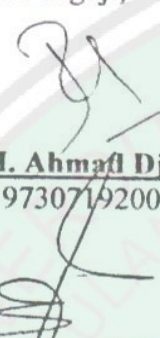


Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.
NIP. 197112111999031003


LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “**Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)**” ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada hari Rabu tanggal 23 Mei 2017.

Dewan Penguji,


(Dr. H. Ahmadi Djalaluddin, Lc, M.A.)
NIP. 197307192005011003


Ketua


(Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.)
NIP. 197112111999031003

Penguji Utama


(Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M.Ag.)
NIP. 195503021987031004

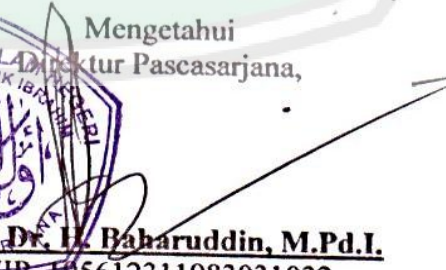
Anggota


(Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, SE, M.Si.)
NIP. 197202122003121003

Anggota

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim
Surabaya




Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I.
NIP. 195612311983031032

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SAIFUDDIN

NIM : 14801014

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : **Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha**

**Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Waralaba
Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, 30 Mei 2017

Hormat saya



SAIFUDDIN

NIM 14801014

MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ

بَلِّغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣﴾

*“Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya.
dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah
akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah
melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah
Telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu” (At-Thalaaq
Ayat 3)*

PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Dzinnun Busiri dan Ibu Nowo Januatingtyas, untuk mereka yang telah menanamkan kesadaran dalam diri saya akan pentingnya pendidikan.
2. Adikku tercinta, Ilham Mafahim yang sedang menempuh pendidikan di PP Darul Lughah Wadda'wah Bagil Pasuruan, semoga ilmunya bermanfaat dunia akhirat, jadi kebanggaan orang tua dan kakak.
3. Segenap semua keluarga dan saudara tercinta.
4. Para guru dan dosen yang telah mengajari saya sejak baru mengenal huruf dan angka hingga mulai mengenal dunia.
5. Keluarga besar Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Maliki Malang, dan rekan-rekan semua yang pernah berjuang bersama dalam membangun organisasi ini.
6. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Alumni Nurul Jadid (IMANJ) Cabang Malang, Forum Gerakan Ekonomi Syariah (FORGRES), dan rekan-rekan di organisasi lainnya yang pernah berjuang bersama penulis.
7. Teman-teman angkatan 2 Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, Yaqin, Suriadi, Subairi, Mastur, Anam, Haris, Salam, Pak Mahrus, Pak Ghofur, Pak Basuki (Ahok), Mbak Vika, Hanna, Sholihatin, Imma, Mafaza, Hafizah.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT, Tesis yang berjudul “Motivasi Kerja Dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)” dapat terselesaikan dengan baik dan semoga ada guna dan manfaatnya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia ke arah jalan kebenaran dan kebaikan.

Banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya dengan mengucapkan *jazakumullah ahsanul jasa* khususnya kepada:

1. Rektor UIN Malang, Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo dan para Wakil Rektor.
2. Direktur Pascasarjana UIN Malang Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I yang saya hormati dan yang telah memberikan layanan dan fasilitas dalam menempuh studi selama ini.
3. Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Bapak Dr. H. Nur Asnawi M,Ag atas motivasi, koreksi dan kemudahan pelayanan selama studi.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M,Ag atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.

5. Dosen Pembimbing II, Bapak Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, SE, M.Si atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Semua staff pengajar atau dosen dan semua staff TU Pascasarjana UIN Batu yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi.
7. Kedua orang tua, ayahanda Bapak Dzinnun Busiri dan Ibunda Nowo Januatiningsyias yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi, bantuan materil, dan doa sehingga menjadi dorongan dalam menyelesaikan studi, semoga menjadi amal yang diterima disisi Allah SWT. Amin
8. Semua keluarga yang ada di Lumajang dan di Malang yang selalu menjadi inspirasi dalam menjalani hidup khususnya selama studi.
9. Dan tak lupa pula kepada teman-teman angkatan 2 Magister Ekonomi Syariah yang selalu memberikan support dan belajar atas ketertinggalan materi selama studi.

Batu, 02 Mei 2017

Hormat Saya

Saifuddin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Orisinalitas Penelitian	11

F. Definisi Istilah	15
---------------------------	----

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritik	17
1. Pengertian Motivasi Kerja	17
2. Asas-Asas Motivasi	20
3. Ciri-Ciri Motivasi	22
4. Tujuan Motivasi	22
5. Teori-Teori Motivasi	24
6. Jenis-Jenis Motivasi	34
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi	36
B. Motivasi Kerja Perspektif Ekonomi Islam	41
C. Kerangka Berfikir	55

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
B. Kehadiran Peneliti	59
C. Latar Penelitian	59
D. Data dan Sumber Data Penelitian	60
E. Teknik Pengumpulan Data	61
F. Teknik Analisis Data	62
G. Pengecekan Keabsahan Data	64
H. Tahap Penelitian	65

BAB IV : PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Sejarah Kebab Turki Baba Rafi	66
2. Konsep Usaha Kebab Turki Baba Rafi	67
3. Visi dan Misi Kebab Turki Baba Rafi	68
4. Kelebihan Waralaba Kebab Turki Baba Rafi	68
5. Fasilitas	69
6. Peranan Waralaba	71
7. Keuntungan Join Member Waralaba	71
8. Paket Waralaba	72
9. Penghargaan yang didapat	77

B. Paparan Data Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian	79
2. Hasil Wawancara	80
a. Motivasi Kerja Kebab Turki Baba Rafi	80
b. Kontribusi Motivasi Kerja dalam Pengembangan	97
c. Strategi Pengembangan Waralaba	101

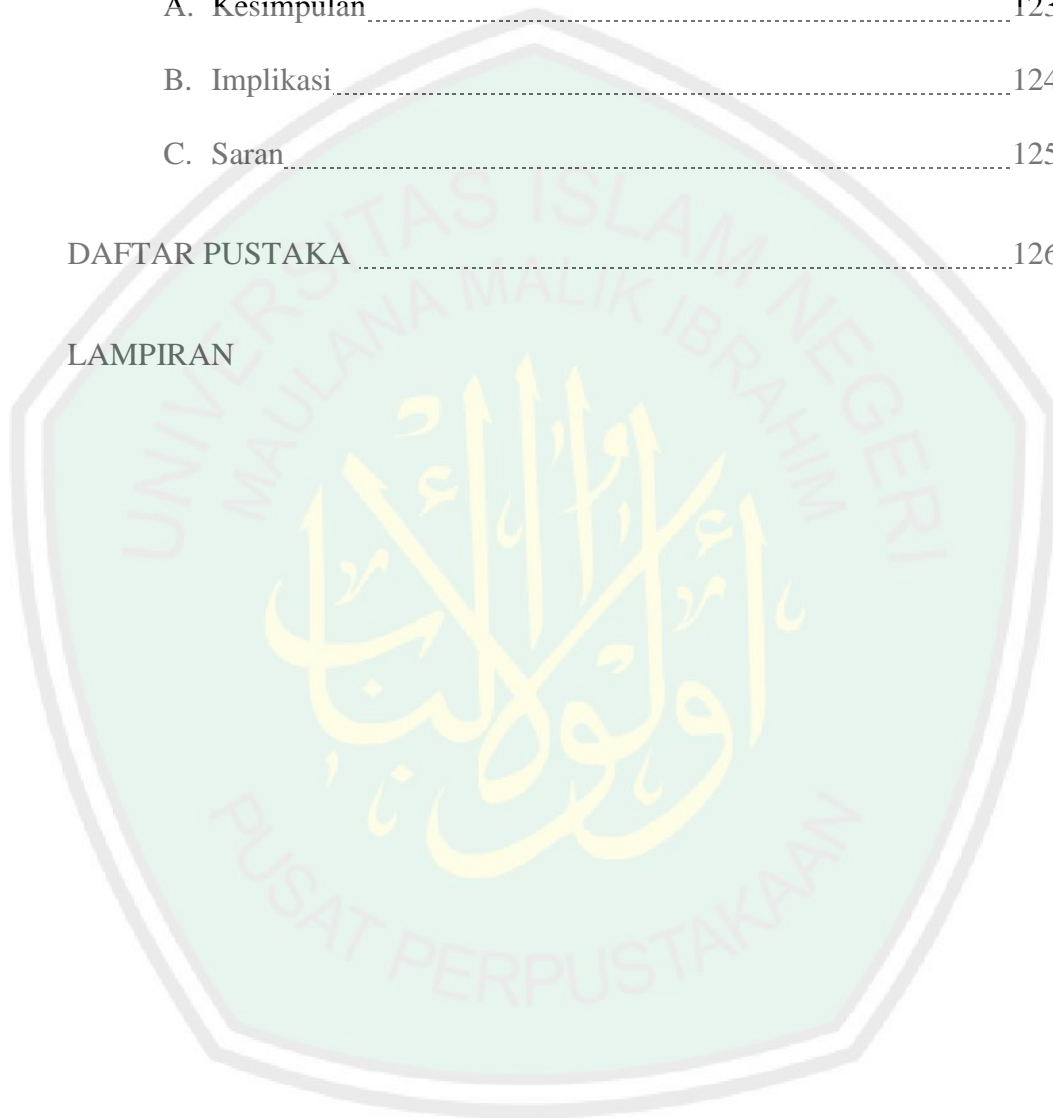
C. Hasil Penelitian	106
---------------------------	-----

BAB V : PEMBAHASAN

Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam

1. Motivasi Kerja Kebab Turki Baba Rafi	111
2. Kontribusi Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha	119

3. Strategi Pengembangan Waralaba.....	120
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	123
B. Implikasi.....	124
C. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN	



ABSTRAK

Saifuddin, 2017, *Motivasi Kerja Dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)*. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: (1) Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M,Ag, (2) Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, SE, M,Si

Kata kunci: Motivasi kerja, Kebab Turki Baba Rafi, Teori Herzberg

Waralaba Kebab Turki Baba Rafi adalah salah satu pionir makanan kebab di Indonesia, salah satu waralaba lokal yang telah mendunia, serta motivasi kerja yang mempunyai cita-cita menjadi waralaba terbesar di dunia. Kebab Turki Baba Rafi telah memberikan kontribusi yang besar dalam perekonomian di Indonesia, dengan menerapkan strategi pengembangan yang jitu. Motivasi kerja berperan penting dalam mengembangkan usaha di Kebab Turki Baba Rafi. Motivasi ini yang menjadikan keberhasilan Kebab Turki Baba Rafi hingga sukses menembus pasar Internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap serta menganalisis: (1) motivasi kerja apa saja yang diterapkan di Kebab Turki Baba Rafi (2) kontribusi yang diberikan, serta (3) strategi perkembangannya, Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode penelitian survey. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teori Miles and Huberman yang dilakukan dengan tiga langkah, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Adapun pengecekan keabsahan data dilakukan dengan cara: (1) mengecek metodologi yang digunakan, (2) mengoreksi hasil laporan penelitian, (3) melakukan triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menemukan beberapa faktor motivasi kerja yang diterapkan diantaranya: (1) *prestasi* yaitu memberikan bonus jika melampaui target penjualan, (2) *tanggung jawab* yaitu tegas dalam menegakkan peraturan dan menghukum bagi yang melakukan kesalahan, (3) *pengembangan* yaitu memberikan bimbingan pendalaman agama setiap sebulan sekali. (4) *kebijakan administrasi* yaitu memberikan arahan memakai tutur kata yang baik dan santun, (5) *hubungan antar pribadi* yaitu saling memberikan dukungan, (6) *kondisi kerja* yaitu memberikan kenyamanan dan fasilitas kerja yang lengkap. Kontribusinya memberikan lapangan pekerjaan yang luas, menciptakan tenaga ahli yang professional. Sedangkan dalam strategi pengembangannya menerapkan bisnis ala Rasulullah yang meliputi *Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fatanah*.

ABTRACK

Saifuddin, 2017, *The Working Motivation in Business Development on Economic Islamic Perspective (Study in Franchise Kebab Turki Baba Rafi in Surabaya)*. Thesis, The Master's degree study program of Syariah Economics in Pascasarjana of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang. The Advicer (1) Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M,Ag (2) Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, SE, M,Si

Keywords : Working Motivation, KTBR, Herzberg Theory

The Franchise Kebab Turki Baba Rafi is one of kebab food's pioneer in Indonesia, one of local franchise that has been worldwide, working motivation that has an ideals of being the biggest franchise in the world. Kebab Turki Baba Rafi has given big contribution in economic side in Indonesia by applying exact development strategy. Working motivation has an important role to work develop in Kebab Turki Baba Rafi. This motivation that makes the success of Kebab Turki Baba Rafi to successfully penetrate the international market.

This research aims to reveal and analyze: (1) what kind of working motivation is applied in Kebab Turki Baba Rafi (2) contribution given, and (3) the development strategy applied, The approach used in this research is descriptive qualitative research with method Survey research method. Data collection was done by interview, observation and documentation. Data analysis technique uses Miles and Huberman theory which is done with three steps, such as: data reduction, data presentation, and conclusion. The checking of data validity is done by: (1) checking the methodology used, (2) correcting the results of research reports, (3) doing triangulation of sources and methods.

The results of the study has found some work motivations applied were: (1) *achievement* is giving bonus if they exceed sales target, (2) *responsibility* is firm in enforcing the rules and punishing those who make mistakes, (3) *development* is providing guidance deepening of religion once a month. (4) *wisdom administration* is giving direction use speech in a good and polite word, (5) *relationship* is giving support each other, (6) *work condition* is providing comfort and complete work facilities. His contributions provide extensive jobs, creating professional experts. While in its development strategy to apply business ala Rasulullah which includess *Shiddiq, Amanah, Tabligh, and Fatanah*.

مستخلص البحث

سيف الدين, ٢٠١٧, الدوافع العمل في الإنماء محاولة منظور الإقتصادية الإسلامية (تعلم في الإمتياز كيباب تركي بابا رفي في سوريا) قسم الاقتصاد الإسلامي للماجستير كلية الدراسات العليا جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامي الحكومية بمالانج, البحث العلمي, المشرف الأولى (١) دكتور الحاج احمد مهتدي رضوان الماجستير, (٢) دكتور الحاج احمد ساني سوفرينتو الماجستير

الكلمات المفتاحية: : الدوافع العمل, كيباب تركي بابا رفي, النظريات هرسبريك

الإمتياز كيباب تركي بابا رفي مقدمة طعام كيباب في إندنسية, الإمتياز الموضوع في الأرض, الدوافع العمل طموح الإمتياز أكبر في الأرض, الإمتياز كيباب تركي بابا رفي مساعدة الاقتصاد في إندنسية يطبق استراتيجية خير, الدوافع العمل وزن في يبسط الإمتياز كيباب تركي بابا رفي. هذا الدوافع اوقف نجاح كيباب تركي بابا رفي في العالمي.

وتهدف هذه الدراسة إلى كشف و يحلل : (١) ماكان الدوافع العمل في كيباب تركي بابا رفي. (٢) عيدية مساعدة, (٣) استراتيجية متطور. استخدمت هذه الدراسة الطرق النوعية (البحث النوعي) مع نهج دراسة إستطلاع. جمع البيانات باستخدام الدقابات, والدلاحة بالشاركة, والوثائق. تحليل البيانات باستخدام نظرية مايل ويتم بوبرمان في ثلاث خطوات, وبى الحد من البيانات, وعرض البيانات, والاستنتاج, كما بو الحال للتحقق من صحة البيانات عن طريق: (١) للتحقق من الدهجية المستخدمة (٢) تصحيح نتائج تقرير بحثي و (٣) أداء التثليث من المصادر والأساليب.

أظهرت النتائج أن الدوافع العمل في كيباب تركي بابا رفي يعني : (١) التحقيق هو نصر زيادة عند يحسن معتمد. (٢) التبعة هي إصرار قواعد و يؤدب سيئةز (٣) التعلم هو يعمق الدين كل يوم الثلاثاء و الخميس. (٤) السياسة إدارة هي ينسر هدي بالاحسن لغة و لأدب. (٥) الادبي الى الناس هو يتكانف الى الناس. (٦) الشرط العمل هو تعمق حلاوة و مرفق العمل تمام. المساعدة, يفرج واسع صنعة, يجبل عالم المحترف. و في استراتيجية تطبق عامل رسول الله يعني, صديق, امنه, تبليغ, و فطانه.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Catatan yang disampaikan Yayasan Indonesia Forum, untuk mencapai Visi Indonesia 2030 ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu: reformasi perpajakan, reformasi birokrasi, reformasi system hukum, *good governance* yang ditunjang semua komponen bangsa, serta adanya pemimpin yang memiliki *a vision and strong leadership*.¹

Amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.²

Hasil paparan data BPS menjelaskan perkembangan UKM dari tahun 1997-2012 mengalami pertumbuhan 2,41%.³ Penduduk Indonesia 70% berada pada usia produktif, dan jumlah angka kerja pada tahun 2014 ialah 121.870.000 dan 55 juta adalah pekerja terampil.⁴ Pengembangan dan pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan isu sentral yang sangat strategis, karena UKM

¹ Adi Sulistyono, *Hukum Ekonomi Sebagai Panglima*, Cetakan pertama, (Sidoarjo, Masmadia Buana Pustaka, 2009), hal 3

² Klausul menimbang huruf a, Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

³ www.bps.go.id

⁴ World Bank, statistic Indonesia, McKinsey, 2014

terbukti memiliki kontribusi yang besar dalam perkembangan perekonomian nasional diantaranya memberikan kontribusi sekitar 57,9% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan memiliki kemampuan dari segi penyerapan tenaga kerja yang sangat tinggi sekitar 97,3%, serta lebih tahan terhadap krisis ekonomi.

Di negara berkembang seperti Indonesia, pemerintah tidak sepenuhnya sanggup menyediakan lapangan pekerjaan, maka UKM memiliki keunggulan tertentu sebagai kontributor dalam pertumbuhan ekonomi melalui : *Pertama*, UKM umumnya tidak menerapkan teknologi canggih sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang memiliki tingkat pendidikan rendah. *Kedua*, melalui kemampuan kewirausahaan dan kemampuan kompetisi UKM dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi dan inovasi. *Ketiga*, dengan semakin berkembangnya perusahaan UKM persaingan semakin meningkat dan diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi suatu daerah. *Keempat*, UKM memberi kontribusi pada pemerataan pendapatan karena tidak terkonsentrasi di suatu daerah.⁵

Untuk menjalankan UKM tidak perlu bermodal besar dan tenaga kerja yang dipekerjakan tidak perlu memiliki standar pendidikan tertentu sebagaimana dipersyaratkan pada perusahaan besar. Selain itu pengurusan izinnya pun dipermudah oleh Pemerintah. Dengan kondisi tersebut memungkinkan pelaku usaha UKM membuka usaha baik di rumah, menyewa kios, kontrak ruko, berjualan di pasar atau dengan menggunakan gerobak dorong.

⁵ Bambang N Rachmadi, *Franchising The most Practical and Excellent Way of Succeeding*, Cetakan kedua, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal 12

Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting untuk memperhatikan UKM. Alasannya UKM mempunyai kinerja lebih baik dalam menyediakan tenaga kerja yang produktif dan mampu hidup di sela-sela usaha besar. UKM mampu menopang usaha besar seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang dan bahan pendukung lainnya. UKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen.⁶

Pemberdayaan UKM sebagaimana dimaksud di atas, perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.⁷

Pembiayaan perbankan kepada UMKM per November 2015 sebesar 19,3%, dengan jumlah total debitur UMKM sebanyak 11,7 juta rekening. Menurut klasifikasi usaha, peningkatan pertumbuhan kredit UMKM November 2015 terjadi pada kredit Usaha Menengah dan Usaha Mikro yang masing-masing tumbuh 8,4% (yoy) dan 7,8% (yoy) dibandingkan Oktober 2015 (7,6% dan 4,4%,

⁶ Gatut Susanto dan M.Azrin Syamsuddin, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM*, Cetakan pertama, (Depok, Raih Asa Sukses, 2009), hal 6

⁷ Klausul menimbang huruf b, Undang-Undang No 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

yoy). Masih banyak yang belum mendapat akses ke lembaga keuangan, walaupun indeks keuangan inklusif Indonesia tahun 2014 telah membaik.⁸

Pengembangan UKM melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya mutlak diperlukan, dan salah satunya dapat ditempuh melalui sistem waralaba

Bisnis waralaba di Indonesia saat ini telah merebak dan mulai dikuasai pebisnis lokal. Masyarakat kita mulai sadar bahwa waralaba adalah alternatif penting dalam rangka menggairahkan perekonomian nasional setelah metode *distributorship* dan keagenan telah meredup sehingga mulai ditinggalkan. Perbedaan antara distributor dan agen terletak dalam hal tanggung jawab terhadap pihak ketiga. Distributor bertindak untuk dan atas nama sendiri dan bertanggung jawab sepenuhnya atas tindakannya, sedangkan agen bertindak untuk dan atas nama prinsipal sehingga segala perbuatan agen menjadi tanggung jawab prinsipal.

Istilah waralaba berakar dari sejarah masa silam praktek bisnis di Eropa. Pada masa lalu, bangsawan diberi wewenang oleh raja untuk menjadi tuan tanah pada daerah-daerah tertentu. Pada daerah tersebut, dapat memanfaatkan tanah yang dikuasainya dengan imbalan pajak/upeti yang dikembalikan kepada kerajaan. Sistem tersebut menyerupai royalti. Seperti layaknya bentuk waralaba saat ini.⁹

⁸ World Bank, Global Findex, Indonesia

⁹ Rizal Calvary Marimbo, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise!*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007) hal 1

Sistem waralaba berkembang pesat dan menarik perhatian media, baik secara positif maupun negatif.¹⁰ Waralaba adalah istilah yang menunjuk hubungan antara dua pihak atau lebih dalam pendistribusian barang atau jasa. Ada tiga jenis waralaba di Amerika, yaitu waralaba produk atau merk dagang, waralaba format bisnis, dan waralaba konveksi.¹¹

Kita harus mengakui bahwa peran usaha kecil dan menengah (UKM) yang jumlahnya sangat dominan dalam struktur perekonomian Indonesia sangat strategis dan seharusnya dijadikan landasan pembangunan ekonomi nasional. Namun fakta menunjukkan perekonomian nasional lebih dikuasai segelintir penguasa besar yang ternyata sangat labil terhadap guncangan ekonomi global. Masalahnya adalah, bagaimana memperluas dan memberdayakan UKM yang cenderung masih menerapkan manajemen tradisional, lemah terhadap akses permodalan, teknologi cenderung yang konvensional, miskin inovasi dan jaringan, sehingga mampu bersama-sama tumbuh dengan perusahaan besar terutama yang berkelas dunia.

Dalam konteks demikian, pendekatan bisnis melalui sistem waralaba merupakan salah satu strategi alternatif bagi pemberdayaan UKM untuk mengembangkan ekonomi dan usaha UKM di masa yang akan datang. UKM harus mampu membesarkan dirinya secara bersinergi dengan pengusaha besar yang lebih kuat dalam hal manajemen, teknologi produk, akses permodalan, pemasaran dan lain-lain, sekurang-kurangnya pada tahap awal perkembangannya.

¹⁰ Joseph Mancuso & Donald Boroian, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba, Bagaimana Membeli dan Mengelola Bisnis Waralaba*, (Jakarta: Dolphin Book, 2006), hal 13

¹¹ Mancuso, *Peluang Sukses*, hal 14

Melalui proses kemitraan waralaba yang saling menguntungkan antara UKM dengan pemberi waralaba yang umumnya adalah pengusaha besar, diharapkan dapat membuat UKM menjadi lebih kuat dan mandiri.

Waralaba menjadi alternatif pilihan, karena melalui bisnis waralaba, UKM penerima waralaba akan mendapatkan, 1) transfer manajemen, 2) kepastian pasar, 3) promosi, 4) pasokan bahan baku, 5) pengawasan mutu, 6) pengenalan dan pengetahuan tentang lokasi bisnis, 7) pengembangan kemampuan sumber daya manusia, dan yang paling penting adalah resiko dalam bisnis waralaba yang sangat kecil.¹²

Di Indonesia usaha waralaba sudah mulai berkembang pada berbagai skala usaha termasuk pada bisnis makanan dan minuman di dalam produk lokal seperti, Kebab Baba Rafi, Kebab King, Teh Racek, Teh Poci, Coklat Klasik, Martabak Mini Afrika, dan lain sebagainya. Sedangkan pada produk luar negeri seperti, KFC, Pizza Hut, Mc Donald, dan lain sebagainya. Fakta menunjukkan, bahwa waralaba yang lebih berkembang di Indonesia adalah waralaba yang sumber teknologinya datang dari luar negeri sebagai pemilik hak atas kekayaan intelektual. Implikasinya, sebagian besar pendapatan yang diperoleh dari bisnis waralaba tersebut mengalir ke kantong pengusaha di luar negeri untuk pembayaran royalti secara terus menerus. Dalam rangka memperkuat perekonomian Negara, maka perlu dikembangkan bisnis waralaba lokal.

¹² Tunggal, *Frequently Ask*, hal iv-v

Ada lima syarat minimal suatu usaha dapat diwaralabakan, yaitu: a) memiliki keunikan, b) terbukti keberhasilannya, c) standar kualitas tetap, d) dapat diajarkan/diaplikasikan, dan e) menguntungkan. Kriteria pertama menunjuk pada keunggulan spesifik yang tidak dipunyai oleh pesaing-pesaing didalam industrinya dan tidak mudah ditiru. Usaha yang akan diwaralabakan harus terbukti dan teruji, misalnya terbukti menguntungkan dan teruji dapat bertahan dalam masa-masa sulit. Usaha waralaba sangat memerlukan standarisasi sehingga kerangka kerjanya harus jelas dan sama. Harus mudah diaplikasikan dan mudah dijalankan oleh orang lain, serta harus menguntungkan yang dibuktikan dengan penerimaan produknya oleh pelanggan.¹³

Bisnis waralaba itu berbeda dibandingkan dengan bisnis lainnya. Bisnis waralaba tidak hanya sekedar menjual produk, tetapi juga menjual HKI (Hak atas Kekayaan Intelektual). Inilah salah satu keunggulan bisnis waralaba, sehingga tidak mudah ditiru oleh pelaku bisnis lain. HKI berperan penting dalam melindungi pemilik produk atau bisnis aslinya supaya tetap dapat memproduksi atau melakukan bisnisnya secara eksklusif.¹⁴

Salah satu waralaba produk lokal yang merajai pangsa pasar yaitu Kebab Turki Baba Rafi milik Hendy Setiono yang telah memiliki lebih dari 1000 outlet yang ada di Indonesia, bahkan sudah sampai melebarkan sayap sampai ke luar negeri.¹⁵ Bisnis ini merupakan sebuah bisnis waralaba yang berada dibawah

¹³ Tunggal, *Frequently Ask*, hal iv-v

¹⁴ Suryono Ekotama, *Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), hal 57

¹⁵ <http://sp.beritasatu.com/ekonomidanbisnis/kebab-baba-rafi-rambah-malaysia-dan-filipina/17072> diakses tgl 26-08-2016 jam 21:54

naungan PT Baba Rafi Indonesia dengan nama KEBAB TURKI BABA RAFI. Usaha ini mulai beroperasi pada September 2003 di Surabaya dengan hanya menggunakan gerobak. Sejak tanggal 30 Agustus 2006 KTBR (KEBAB TURKI BABA RAFI) sudah tercatat sebagai anggota Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) dan telah diakui oleh Disperindag (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) sebagai waralaba yang sangat berpotensi dan sangat layak dikembangkan.

Pada awal tahun 2006, dalam kurun waktu 3-4 tahun sudah mempunyai 150 outlet yang tersebar di beberapa wilayah Pulau Jawa, Bali, Sumatera, Sulawesi dan Kalimantan. Pada 2008 ini jumlah gerai telah bertambah menjadi 325 outlet di 50 kota. Produk unggulannya “kebab” yang lezat dan khas serta terbukti bukan bisnis musiman, kini kiprahnya semakin menggema di seluruh Nusantara, bahkan di negara-negara Asia Tenggara. Bisnis ini juga sudah merambah ke Malaysia. Di bawah bendera PT Baba Rafi SDN Bhd, Kebab Turki Baba Rafi akan mengawali bisnis di Johor Bahru, Jiran dan dibuka 25 gerai. Hingga tahun 2016 ini KTBR (KEBAB TURKI BABA RAFI) mempunyai lebih dari 1200 outlet di 8 negara (Indonesia, Malaysia, Singapura, Philipina, Brunei Darussalam, Srilanka, China dan Belanda).¹⁶ Selain terjadi penambahan outlet juga terdapat penurunan penerima waralaba yang disebabkan permintaan lokasi penjualan yang tidak sesuai dengan calon penerima waralaba dan terlalu dekat dengan penerima waralaba yang lain karena KTBR mengalokasikan wilayah dengan jarak 1-1,5 km.

¹⁶ <http://news.indotrading.com/dari-surabaya-hendy-setiono-bawa-kebab-baba-rafi-ke-8-negara/> diakses tgl 16 november 2016 jam 17:12

Kebab Turki Baba Rafi merupakan pioner waralaba Kebab Lokal di Indonesia, dan telah meraih beberapa penghargaan diantaranya ISMBEA (Indonesian Small Medium Business Entrepreneur Award) 2006 yang diberikan menteri koperasi dan UKM, FRANCHISE TERBAIK 2007 bidang Makanan dan Minuman versi Majalah Pengusaha dan tahun 2008 mendapat penghargaan Indonesia Franchise Award 2008 sebagai kategori – Top 10 Indonesia Franchisor.

Segala sesuatu yang ingin dicapai pasti memerlukan yang namanya sebuah motivasi. Motivasi dalam segala hal sangat penting, dan ini yang mendorong tercapainya tujuan yang diinginkan, begitu juga dengan motivasi kerja, hal ini memberikan kontribusi yang sangat besar bagi suatu pelaku usaha, khususnya di bidang waralaba, berkembang tidaknya usaha tergantung dari tingkat motivasi kerja itu sendiri.

Langkah sukses Kebab Turki Baba Rafi ini tidak terlepas dari motivasi kerja yang sudah diterapkan, seperti dalam pengembangan usahanya. Ini yang mendorong penulis untuk meneliti faktor-faktor motivasi kerja apa saja yang diterapkan, serta dilihat dari kajian kacamata ekonomi Islam mengenai motivasi kerja yang ada di waralaba ini. Maka dari itu peneliti memberikan judul **“Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)”**.

B. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini tidak melebar jauh dari pokok pembahasan, maka dibutuhkan adanya fokus penelitian antara lain:

1. Bagaimana motivasi kerja yang dimiliki Waralaba Kebab Turki Baba Rafi?
2. Bagaimana motivasi kerja yang diterapkan berkontribusi pada perkembangan Waralaba Kebab Turki Baba Rafi?
3. Strategi apakah yang diterapkan oleh Waralaba Kebab Turki Baba Rafi dalam pengembangan usahanya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis motivasi kerja yang dimiliki Waralaba Kebab Turki Baba Rafi.
2. Mendeskripsikan motivasi kerja yang diterapkan mempunyai kontribusi pada perkembangan Waralaba Kebab Turki Baba Rafi.
3. Penerapan metode strategi dalam pengembangan usahanya.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna dalam dua aspek, yaitu:

1. Aspek keilmuan (teoritis)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan baik itu dengan teori baru maupun teori lama terhadap seluruh lapisan masyarakat/mahasiswa terkait dalam motivasi kerja dan UKM.

2. Aspek terapan (praktis)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi semua UKM, lembaga keuangan syariah, praktisi ekonomi, praktisi hukum dan lapisan masyarakat/mahasiswa dalam memahami mekanisme paktek usaha waralaba.

E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini yang berjudul “Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya)” sengaja penulis angkat menjadi judul penelitian ini merupakan karya ilmiah yang belum pernah ditulis oleh siapapun. Walaupun ada tesis yang

membahas mengenai waralaba ini, akan tetapi terdapat perbedaan yang signifikan, yaitu:

Tabel 1.1.
Tabel Orisinalitas Penelitian

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Peneliti	Hasil Penelitian
1	Kristina Nugri Keran, Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan di Yayasan Bintang Timur Tangerang, 2012	Meningkatkan peran motivasi kerja dalam pengembangan usaha	membahas motivasi kerja yang berkaitan dengan kemampuan antara individu dengan yang lain	Penelitian disini menggunakan analisa regresi berganda	Hasil penelitian menggambarkan bahwa kesemua variabel berpengaruh terhadap kinerja karyawan kecuali variabel kompensasi. Hasil penelitian tersebut dapat digambarkan dengan persamaan $Y = 0,271 + 0,714X_1 + 0,409X_2 - 0,168 X_3$, di mana $X_1 =$ Motivasi Kerja, $X_2 =$ Kompetensi, dan $X_3 =$ Kompensasi
2	Dupa Andyka S.Kembaren, Kedudukan Hukum UKM Selaku Franchisee dalam Pengaturan Franchise di Indonesia,	Membahas waralaba dan perkembangan yang ada di Indonesia	Membahas kedudukan franchise menurut hukum di Indonesia	Penelitian disini menggunakan yuridis normatif	Pemberdayaan UKM ini dilakukan melalui program kemitraan yang disyaratkan bahwa pengaturan tentang kemitraan akan diatur lebih

	2009				lanjut dengan Peraturan Pemerintah.
3	Herisman, Hubungan Persepsi dan Motivasi Kerja Pegawai Administrasi dalam Rangka Meningkatkan Kinerja pada Pengadilan Negeri Bengkulu, 2006	Motivasi dan kerja memberikan dampak yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan hidup	Mengaitkan hubungan antara persepsi dan motivasi kerja dalam meningkatkan kinerja	Penelitian disini menggunakan uji statistik pearson corelation	Diperoleh nilai R sebesar 0,584 artinya hubungan antara persepsi dan motivasi dengan kinerja sebesar 0,584. Dari tabel diatas juga diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,341 artinya kontribusi variabel persepsi dan motivasi terhadap kinerja sebesar 34,1%, sementara 65,9% dijelaskan oleh variabel lain
4	Nurin Dewi Arifiah, Pelaksanaan Perjanjian Bisnis Waralaba Serta Perlindungan Hukumnya Bagi Para Pihak, 2008	Membahas pertumbuhan waralaba yang sangat pesat di Indonesia	Mengkaji perjanjian perlindungan hukum antara kedua pihak waralaba	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris	Pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba di Apotek K-24 Semarang adalah perjanjian yang tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan
5	Marhaini dan Patuan, Pengaruh Produk, Modal, Potensi Keuntungan dan Merek Terhadap Keputusan Membeli Usaha	Menganalisis perkembangan waralaba	Mengidentifikasi hasil timbal balik terhadap pemilihan waralaba secara tepat	Penelitian disini menggunakan metode purposive random sampling	Variabel bebas secara bersama-sama atau secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan untuk membeli bisnis waralaba dan

	Franchise, 2012				diketahui bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen
6	I Wayan Juniantara, Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Kopeasi di Denpasar, 2015	Motivasi kerja memberikan dampak yang positif	Membahas motivasi kerja yang mempengaruhi kinerja karyawan	Penelitian disini menggunakan teknik proportionate stratified random sampling	Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.
7	Getty Amanda Irawan, Tinjauan Yuridis Terhadap Kemitraan dengan Pola Waralaba dan Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Waralaba, 2011	Manfaat penerapan bisnis waralaba	Kedudukan hukum bagi penerima waralaba	Penelitian disini menggunakan metode yuridis normatif	Hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak dalam waralaba berkaitan dengan pembinaan yang diberikan pemberi waralaba dan pembayaran royalti yang diberikan penerima waralaba.

F. Definisi Istilah

1. Waralaba

Adalah suatu perjanjian kontrak dagang dengan jangka waktu tertentu dimana yang diberi hak membayar royalti kepada pemberi hak atas hak dagang yang diberikan.¹⁷

2. Motivasi Kerja

Adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja.

Kuat dan lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecil prestasinya.¹⁸

3. Ekonomi Islam

Kumpulan dasar-dasar umum tentang ekonomi yang digali dari Al-qur'an dan As-sunnah.¹⁹

4. Keab Turki Baba Rafi

Sebuah jaringan waralaba terbesar di dunia. Perusahaan ini didirikan tahun 2005 di Surabaya dan sekitar tahun 2010 an kantor pusat

¹⁷ Tumpal Rumapea, Posman Haloho, *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Jakarta, Erlangga, 1994), edisi ke 2, hal 249

¹⁸ Pandji, Anoraga, *Psikologi Kerja*.(Jakarta : PT Rineka Cipta,1992), hal 34

¹⁹ Muhammad Abd al-Mun'in al-Jamal, *Mausu'ah al-Iqtishad al-Islami*, (Kairo: Dar al-Kitab al-Misr, 1980), hal 14

dipindah ke Jakarta. Saat ini kebab turki baba rafi memiliki lebih dari 1000 gerai di Indonesia, Malaysia, dan Filipina.²⁰



²⁰ www.babarafi.com

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritik

a) Pengertian Motivasi Kerja

Dalam pengertian umum, motivasi dikatakan sebagai kebutuhan yang mendorong perbuatan ke arah suatu tujuan tertentu. Batasan mengenai motivasi sebagai “*The process by which behavior is energized and directed*” (suatu proses, dimana tingkah laku tersebut dipupuk dan diarahkan) para ahli psikologi memberikan kesamaan antara motif dengan needs (dorongan, kebutuhan). Dari batasan di atas, dapat disimpulkan bahwa motif adalah yang melatar belakangi individu untuk berbuat mencapai tujuan tertentu.²¹

Sedangkan pengertian mengenai motivasi adalah pemberian atau penimbulkan motif, dapat pula diartikan hal atau keadaan menjadi motif. Jadi motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja. Kuat atau lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya prestasi.

Menurut Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge mendefinisikan motivasi (*motivation*) sebagai proses yang menjelaskan 9 intensitas, arah dan ketekunan seseorang individu untuk mencapai tujuannya.²²

²¹ Pandji Anoraga, *Psikologi Kerja*.(Jakarta : PT Rineka Cipta,1992), hal 34

²² Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge. *Perilaku Organisasi*, edisi ke 12 buku 1.(Jakarta: Salemba empat,2008), hlm. 222

Menurut Melayu, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Menurut Herold Koontz, motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan atau suatu tujuan. Sedangkan menurut Wayne F. Cassio, motivasi adalah sesuatu kekuatan yang dihasilkan dari keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya (misalnya : rasa lapar, haus dan bermasyarakat).²³

Filmore H. Stanford, mengatakan motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu. Menurut Robert A. Baron, motivasi dapat pula dikatakan sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri (*drive aurosal*). Bila suatu kebutuhan tidak terpuaskan, timbul *drive* dan aktivitas individu untuk merespon perangsang (*incentive*) dalam tujuan yang diinginkan. Pencapaian tujuan akan menjadikan individu merasa puas.²⁴

Dalam hubungannya dengan lingkungan kerja Ernest J. McCormick mengemukakan bahwa motivasi kerja adalah suatu kondisi yang mempengaruhi, membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja.²⁵

²³ Hasibuan, Melayu. *Managemen dasar, pengertian dan masalah. Refisi F. d.* (Jakarta : Rajawali, 2001), hal 219

²⁴ Anwar ,Prabu Mangkunegara. *Psikologi Perusahaan.* (Bandung: Trigenda karya, 1993), Hal 46

²⁵ Anwar, *Psikologi Perusahaan*, hal 47

Menurut PF. Drucker, motivasi berperan sebagai pendorong kemauan dan keinginan seseorang, dan inilah motivasi dasar yang mereka usahakan sendiri untuk menggabungkan dirinya dengan organisasi untuk berperan dengan baik.²⁶

Dan seorang ahli dalam aliran behaviorisme, yaitu B.F. Skinner memberi contoh pengertian motivasi sebagai berikut :

*“if you want people to be productive and active in various ways, the important thing is to analyze the contingencies of reinforcement, not the need to be satisfied”*²⁷

Dalam memotivasi karyawan, pimpinan disamping harus memperhatikan dan mempertimbangkan secara kualitatif kemampuan dan potensi psikis mereka agar dapat disumbangkan semaksimal mungkin untuk keberhasilan organisasi. Selain itu juga perlu memperhatikan dan mempertimbangkan apa yang menjadi kebutuhan-kebutuhan para karyawan.

Dari pengertian para tokoh di atas maka, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah dorongan yang menggerakkan seseorang dalam bekerja untuk melakukan pekerjaan dengan segala upaya dan bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Juga dapat dikatakan motivasi kerja adalah dorongan, upaya dan keinginan yang ada dalam diri manusia yang mengaktifkan, memberi daya serta mengarahkan perilaku dalam pelaksanaan tugas di lingkungan pekerjaannya. Hakikat dari motivasi kerja adalah dorongan untuk melakukan

²⁶ Pandji Anoraga. *Psikologi Kerja*. (Jakarta : PT Rineka Cipta,1992), hal 38

²⁷ Sutarto, Wijono, *Psikologi Industry Dan Organisasi: Dalam Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana Prenatal Media Group, 2010), hal 20

segala sesuatu yang lebih baik dari yang lainnya dalam melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan.²⁸

b) Asas-Asas Motivasi

a. Asas mengikutsertakan

Asas mengikutsertakan maksudnya mengajak bawahan untuk ikut berpartisipasi dan memberikan kesempatan kepada mereka dalam mengajukan ide-ide atau rekomendasi dalam proses pengambilan keputusan. Dengan cara ini, bawahan merasa ikut bertanggung jawab atas tercapainya tujuan perusahaan sehingga moral dan gairah kerjanya akan meningkat.

b. Asas Komunikasi

Asas ini maksudnya menginformasikan secara jelas tentang tujuan yang ingin dicapai, cara mengerjakannya, dan kendala yang dihadapi. Dengan asas komunikasi, motivasi bawahan akan meningkat. Sebab semakin banyak seseorang mengetahui suatu soal, semakin besar pula minat dan perhatiannya terhadap sesuatu.

c. Asas Pengakuan

Asas pengakuan maksudnya memberikan penghargaan dan pengakuan yang tepat serta wajar kepada bawahan atas prestasi kerja yang dicapainya. Bawahan akan bekerja keras dan semakin rajin, jika

²⁸ Husein Umar, 2002. *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama), hal 274

mereka terus-menerus mendapat pengakuan dan kepuasan dari usahanya.

d. Asas Wewenang yang didelegasikan

Maksud ini adalah mendelegasikan sebagai wewenang serta kebebasan karyawan untuk mengambil keputusan, berkeaktifitas dan melaksanakan tugas atasan atau manager. Dalam mendelegasikan ini, manager harus bisa meyakinkan bawahan bahwa karyawan mampu dan dipercaya dapat menyelesaikan tugas-tugas itu dengan baik.

e. Asas perhatian timbal balik

Asas perhatian timbal balik adalah memotivasi bawahan dengan mengemukakan keinginan atau harapan perusahaan disamping berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan bawahan dari perusahaan.²⁹

Dari semua asas tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan tujuan yang ingin dicapai, maka perlu memerhatikan sarana dan prasarana yang menunjang. Diantaranya mengikut sertakan bawahan dalam berbagai kesempatan, menginformasikan tujuan bersama secara jelas, memberikan penghargaan atas prestasi dan memberikan kepercayaan kepada anggota dalam menyelesaikan tugas serta berusaha saling mengerti tujuan bersama antara perusahaan dengan karyawan.

²⁹ Hasibuan, Melayu, *Managemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2005), hal 148

c) Ciri-Ciri Motivasi Kerja

Menurut Anoraga terdapat empat ciri motif yakni sebagai berikut:

1. Motif adalah Majemuk

Dalam suatu perbuatan sebenarnya tidak hanya mempunyai satu tujuan tetapi beberapa tujuan yang berlangsung bersama-sama.

2. Motif dapat Berubah-ubah

Motif bagi seseorang sering kali mengalami perubahan. Hal ini disebabkan keinginan manusia selalu berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan atau kepentingannya.

3. Motif dapat berbeda-beda bagi individu

Dua orang yang melakukan pekerjaan yang sama ternyata memiliki motif yang berbeda.

4. Beberapa motif tidak disadari oleh individu

Banyak tingkah laku manusia yang tidak disadari oleh pelakunya, sehingga beberapa dorongan yang muncul karena berhadapan dengan situasi yang kurang menguntungkan, lalu ditekan dibawah sadarnya. Dengan demikian kalau ada dorongan dari dalam yang kuat menjadikan individu yang bersangkutan tidak bisa memahami motifnya sendiri.³⁰

d) Tujuan Motivasi

Menurut Hasibuan, tujuan motivasi antara lain sebagai berikut:

³⁰ Umar, *Metode Riset*, hal 35

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan.
2. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
3. Mempertahankan stabilitas karyawan perusahaan.
4. Meningkatkan kedisiplinan karyawan perusahaan.
5. Mengefektifkan pengadaan karyawan.
6. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
7. Meningkatkan loyalitas, kreatifitas, dan partisipasi karyawan.
8. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan.
9. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya.
10. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.³¹

Ach Molyi juga membagi tujuan motivasi sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan semangat, gairah dan kedisiplinan kerja karyawan (meningkatkan moral kerja).
2. Memupuk rasa memiliki (*sense of belonging*), loyalitas dan partisipasi karyawan.
3. Meningkatkan kreatifitas dan kemampuan karyawan untuk berkembang.

³¹ Hasibuan, Melayu, *Managemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2005), hal 146

4. Meningkatkan produktivitas (prestasi) kerja karyawan.
5. Meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan kerja karyawan.³²

e) Teori-Teori Motivasi Kerja

Teori-teori motivasi dapat digolongkan menjadi tiga klasifikasi teori. Teori-teori tersebut antara lain.

- a. Teori Isi (Content Theory)
 - b. Teori Proses (Process Theory)
 - c. Teori Penguatan (Reinforcement Theory)
1. Teori Isi (Content Theory)

Teori-teori pada bagian ini mendasarkan pemikirannya pada pendekatan kebutuhan dan kepuasan individu. Kebutuhan dan kepuasan individu adalah hal penggerak mengapa individu itu bertindak dan berperilaku dengan cara tertentu. Teori ini mencoba menjawab pertanyaan kebutuhan apa yang memuaskan dan mendorong semangat kerja seseorang. Apabila kebutuhan dan kepuasannya terpenuhi maka seseorang akan semakin giat bekerja. Semakin tinggi standar kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan maka semakin semangat bekerja seseorang.

³² Ach Mohyi, *Teori Dan Perilaku Organisasi*, (Surabaya, UMM Press, 1999), hal 162

Tokoh-tokoh dalam teori ini antara lain: Abraham Maslow, Clayton P. Alderfer, Herzberg, David McClelland.³³

a. Teori Motivasi Klasik

Teori ini dicetuskan oleh F.W. Taylor. Teori ini mengatakan bahwa motivasi para pekerja hanya untuk mendapatkan kepuasan biologis saja, yaitu kebutuhan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup seseorang.

b. Teori Hirarki Kebutuhan

Teori ini dicetuskan oleh A.H. Maslow. Teori ini mempunyai dasar pemikiran bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang keinginannya tidak terbatas dan baru berhenti setelah akhir hayatnya tiba. Alat motivasinya adalah kepuasan yang belum terpenuhi serta kebutuhannya bertingkat-tingkat (hirarki) dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi. Dia membuat hipotesis bahwa dalam setiap diri manusia terdapat hierarki dari lima kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah.³⁴

✓ Kebutuhan yang bersifat fisiologis

Manifestasi kebutuhan ini terlihat dalam tiga hal pokok, sandang, pangan dan papan. Bagi karyawan, kebutuhan akan gaji, uang lembur, perangsang, hadiah-hadiah, fasilitas lainnya seperti rumah, kendaraan, dll menjadi motif dasar dari

³³ M. Karebet Widjajakusuma, M. Ismail Yusanto, *Pengantar Manajemen Syariat*, (Jakarta, Kairul Bayan, 2002) hal 169

³⁴ Eko Nugroho dkk, *Jurnal Menejemen: Pengaruh coaching terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Individual*, 2016, hal 5

seseorang mau bekerja, menjadi efektif dan dapat memberikan produktivitas yang tinggi bagi organisasi. Kebutuhan fisiologis ini adalah yang paling kuat, artinya pada diri manusia yang selalu merasa kurang dalam kehidupannya.³⁵

✓ Kebutuhan keamanan dan keselamatan kerja

Kebutuhan ini mengarah kepada rasa keamanan, ketentraman, jaminan seseorang dalam kedudukannya, jabatannya, wewenangnya, dan tanggung jawabnya sebagai karyawan. Dia dapat bekerja dengan antusias dan penuh produktivitas bila dirasakan adanya jaminan formal atas kedudukan dan wewenangnya. Kebutuhan akan keselamatan dilihat sebagai mobilisator sumber-sumber daya organisme yang aktif dan dominan hanya dalam keadaan darurat, misalnya, perang, wabah penyakit, bencana alam, gelombang kejahatan, kekacauan social, dan situasi yang terus-menerus memburuk.³⁶

✓ Kebutuhan untuk merasa memiliki

Kebutuhan akan kasih sayang dan bersahabat (kerjasama) dalam kelompok kerja atau antar kelompok. Kebutuhan akan diikutsertakan dalam meningkatkan relasi dengan pihak-pihak yang diperlukan, kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi, dan untuk mencintai dan dicintai.

³⁵ Abraham H. Maslow, *Motivasi dan Kepribadian 1*, (Bandung, PT Pustaka Binaman Pressindo, 1994), hal 45

³⁶ Maslow, *Motivasi dan Kepribadian*, hal 51

✓ **Kebutuhan akan harga diri**

Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain. Pemenuhan kebutuhan akan harga diri membawa perasaan percaya diri sendiri, nilai, kekuatan, kapabilitas dan kelaikan, perasaan dibutuhkan, dan bermanfaat bagi dunia.³⁷

✓ **Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri**

Setiap orang ingin mengembangkan kapasitas kerjanya dengan baik. Hal ini merupakan kebutuhan untuk mewujudkan segala kemampuan (kebolehnya) dan seringkali nampak pada hal-hal yang sesuai untuk mencapai citra dan cita diri seseorang. Kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide memberi penilaian dan kritik terhadap sesuatu.³⁸ Dalam motivasi kerja pada tingkat ini diperlukan kemampuan manajemen untuk dapat mensinkronisasikan antara cita diri dan cita organisasi untuk dapat melahirkan hasil produktivitas organisasi yang lebih tinggi.

Pada dasarnya motivasi dapat memacu karyawan untuk bekerja keras sehingga dapat mencapai tujuan mereka. Hal ini akan meningkatkan produktivitas kerja karyawan sehingga berpengaruh pada pencapaian tujuan perusahaan. Sumber motivasi ada tiga faktor, yakni kemungkinan untuk berkembang, jenis pekerjaan dan apakah mereka (karyawan)

³⁷ Maslow, *Motivasi dan Kepribadian*, hal 56

³⁸ M. Karebet Widjajakusuma, M. Ismail Yusanto, *Pengantar Manajemen Syariah*, (Jakarta, Kairul Bayan, 2002) hal, hal 170

dapat merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan tempat mereka bekerja. Disamping itu terdapat beberapa aspek yang berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan, yaitu : rasa aman dalam bekerja, mendapatkan gaji yang adil dan kompetitif, lingkungan kerja yang menyenangkan, penghargaan atas prestasi kerja, dan perlakuan yang adil dari manajemen.³⁹

c. Teori Dua Faktor (Motivator-Higinis)

Teori ini dicetuskan oleh Herzberg. Teori ini mempunyai dasar pemikiran bahwa pekerja dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh dua faktor utama yang merupakan kebutuhan, yaitu: faktor pemelihara/kebersihan (*maintenance/hygiene factor*) dan faktor motivasi (*motivation factor*). Faktor pemelihara merupakan faktor-faktor yang berhubungan dengan hakikat pekerja yang ingin memperoleh ketentraman badaniyah atau lahiriyah. Kebutuhan ini berlangsung secara terus menerus seperti lapar-makan-kenyang-lapar. Dalam hal bekerja, kebutuhan seperti gaji, kepastian pekerjaan, dan supervisi yang baik adalah contoh dari kebutuhan ini. Faktor pemelihara ini bukan merupakan motivator tetapi merupakan keharusan. Sedangkan faktor motivasi merupakan faktor-faktor yang menyangkut kebutuhan psikologis yang berhubungan dengan penghargaan terhadap pribadi yang secara langsung berkaitan dengan pekerjaan seperti ruangan yang

³⁹ Veithzal, Rivai, *Managemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Dari Teori Ke Preaktek*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal 456

nyaman, penempatan kerja yang sesuai dan lainnya. Motivasi, produktifitas dan kinerja akan meningkat jika tingkat kepuasan kerjadalam suatu organisasi atau perusahaan tinggi.⁴⁰

Menurut Herzberg, jika kebutuhan higinis tidak dipenuhi maka pekerja akan tidak puas. Namun apabila kebutuhan tersebut dipenuhi maka para pekerja tidak akan kecewa. Namun pemenuhan kebutuhan ini tidak menghasilkan tingkat motivasi yang tinggi. Agar tingkat motivasi tinggi maka kebutuhan motivator harus terpenuhi.

Teori dua faktor disebut juga dengan konsep Higiene mencakup.

- ✓ *Isi pekerjaan (Content = Satisfiers)* yang berupa : prestasi (achievement); pengakuan (recognition); pekerjaan itu sendiri (the work it self); tanggung jawab (responsibility); pengembangan potensi individu (advancement).
- ✓ *Faktor Higienis (Demotivasi = Dissatisfiers)* yang berupa : gaji atau upah (wages or salaries); kondisi kerja (working condition); kebijakan dan administrasi (policy and administration); hubungan antar pribadi (interpersonal relation); kualitas supervisi (quality supervisor).

d. Teori Motivasi Prestasi

Teori ini dicetuskan oleh David McClelland. Teori ini menyatakan bahwa seseorang pekerja memiliki energi potensial yang dapat

⁴⁰ Christofer, Maya Ida Kusumawatie, Jurnal Media Mahardika Vol 13 No 3: *Pengaruh Teori Dua Faktor Frederick Herzberg terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Perusahaan Ritel Infinite Apple Premium Reseller Surabaya*, (Surabaya, STIE Mahardhika, 2015) hal 212

dimanfaatkan tergantung pada dorongan motivasi, situasi, dan peluang yang ada. Dari uraian di atas dapat diberikan suatu batasan mengenai motivasi berprestasi adalah suatu keinginan dan pendorong seseorang untuk mencapai kesuksesan atau memperoleh sesuatu yang menjadi tujuan akhir yang dikehendaki serta harapan untuk berhasil dalam melakukan tugas yang diberikan secara cepat dan tepat.⁴¹

e. Teori ERG (Existence, Relatedness, Growth)

Teori ini dicetuskan oleh Clyton Alderfer. Teori ini merupakan penyempurnaan dari teori yang dikemukakan Abraham H. Maslow dan dianggap oleh para ahli lebih mendekati keadaan yang sebenarnya yang dihadapi sehari-hari. Artinya, pengalaman banyak manajer membenarkan pendapat yang mengatakan bahwa berbagai kebutuhan manusia yang kompleks itu diusahakan pemuasannya secara simultan, meskipun sudah barang tentu dengan tingkat intensitas yang berbeda-beda, baik antara seorang dengan orang lain maupun oleh orang pada waktu yang berbeda-beda.⁴² Teori ini mengemukakan bahwa ada tiga kelompok kebutuhan utama, yaitu : kebutuhan keberadaan (*existence*), kebutuhan afiliasi (*relatedness*), kebutuhan perkembangan (*growth*).

⁴¹ Desiani Maentiningih, *Jurnal Hubungan antara Secure Attachment dengan Motivasi Berprestasi pada Remaja*, (Depok, Univ. Gunadarma, 2008) hal 7

⁴² Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, (Jakarta, PT Rineka Cipta, 1995), hal 167

2. Teori Proses (Process Theory)

Teori-teori proses berusaha agar setiap pekerja mau bekerja giat sesuai dengan harapan. Daya penggerak yang memotivasi semangat kerja terkandung dari harapan yang akan diperolehnya. Apabila harapan menjadi kenyataan maka pekerja cenderung akan meningkatkan kualitas kerjanya, begitu pula sebaliknya. Teori proses berasumsi bahwa motivasi timbul karena adanya kebutuhan (*needs*), kemudian ada harapan (*expectancy*) terhadap kemungkinan balasan (*reward*) yang dapat digunakan dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. *Valence* atau kekuatan keinginan seseorang terhadap balasan (*reward*) juga akan menentukan seberapa besar motivasi seseorang. Faktor tambahan dalam motivasi adalah valensi atau kekuatan dan preferensi seorang individu terhadap hasil yang diharapkan.⁴³

a. Teori Harapan (Expectancy Theory)

Teori ini dikemukakan oleh Victor H. Vroom. Teori ini menyatakan bahwa kekuatan yang memotivasi seseorang untuk bekerja giat dalam mengerjakan pekerjaannya tergantung dari hubungan timbal balik antara apa yang ia inginkan dan butuhkan dari hasil pekerjaan itu. Berapa besar orang tersebut yakin organisasi akan memberikan pemuasan bagi keinginannya sebagai imbalan atas usaha yang dilakukannya. Bila keyakinan yang

⁴³ Veithzal, Rivai, *Managemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Dari Teori Ke Preaktek*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal 171

diharapkan cukup besar untuk memperoleh kepuasannya, maka orang tersebut akan bekerja keras dan sebaliknya. Dalam bentuk yang lebih praktis, teori harapan mengatakan bahwa, karyawan-karyawan akan termotivasi untuk mengeluarkan tingkat usaha yang tinggi ketika mereka yakin bahwa usaha tersebut akan menghasilkan penilaian kerja yang baik. Penilaian yang baik akan menghasilkan penghargaan-penghargaan organisasional seperti bonus, kenaikan imbalan kerja, atau promosi, dan penghargaan-penghargaan tersebut akan memuaskan tujuan-tujuan pribadi para karyawan.⁴⁴

Menurut Vroom, tinggi rendahnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga komponen, yaitu: *ekspektasi* (harapan) keberhasilan pada suatu tugas. *Instrumentalis*, yaitu penilaian tentang apa yang akan terjadi jika berhasil dalam melakukan suatu tugas (keberhasilan tugas untuk mendapatkan outcome tertentu). *Valensi*, yaitu respon terhadap outcome seperti perasaan positif, netral, atau negatif. Motivasi tinggi jika usaha menghasilkan sesuatu yang melebihi harapan. Motivasi rendah jika usahanya menghasilkan kurang dari yang diharapkan.

b. Teori Motivasi Keadilan (Equity Approach)

Teori ini dicetuskan oleh Stacy Adams. Teori ini menekankan bahwa apa yang penting dalam penentuan motivasi adalah tingkat

⁴⁴ Eko Nugroho dkk, *Jurna Menejemen: l Pengaruh coaching terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Individual*, hal 7

relatif bukannya absolut dari pendapatan yang diterima seseorang dan input yang diberikan. Teori ini berasumsi bahwa motivasi, prestasi, dan kepuasan kerja merupakan fungsi dari persepsi keadilan (atau kewajaran) yang dirasakan oleh pegawai terhadap balasan yang diterimanya.

c. Teori Penentuan Tujuan (Goal Setting Theory)

Teori ini dicetuskan oleh Edwin Locke dan Gary Latham. Teori ini mengasumsikan bahwa manusia sebagai individu yang berfikir (*thinking individual*) yang berusaha mencapai tujuan tertentu. Fokus dari teori ini menekankan pada proses penentuan tujuan itu sendiri. Jika tujuan cukup spesifik dan menantang, maka tujuan dapat menjadi faktor pemotivasi yang efektif baik untuk individu dan kelompok. Motivasi juga meningkat apabila individu dilibatkan dalam penentuan tujuan. Umpan balik yang cepat dan akurat juga bermanfaat untuk mendorong motivasi kerja untuk mencapai tujuan tertentu.

3. Teori Penguatan (Reinforcement Theory)

Menurut pandangan ini orang akan bertindak menurut cara-cara tertentu. Hal tersebut dikarenakan dimasa lalu, mereka belajar bahwa perilaku-perilaku tertentu dihubungkan dengan hasil-hasil yang menyenangkan dan perilaku-perilaku tertentu lainnya, dihubungkan dengan hasil-hasil yang kurang menyenangkan. Jika teori ini mencoba

menjelaskan motivasi “apa” dan teori proses menjelaskan “bagaimana”, teori penguatan mencoba menjelaskan peranan balasan (*reward*) dalam membentuk perilaku tertentu. Teori ini berasumsi apabila suatu perilaku diberikan balasan menyenangkan (*rewarding*) maka perilaku itu akan diulangi. Namun apabila diberikan balasan hukuman (*punishment*) maka perilaku itu tidak akan diulang lagi di masa datang. Proses penguatan (*reinforcement*) meliputi tahapan stimulus, respon, konsekuensi dan respon masa mendatang.⁴⁵

f) Jenis-Jenis Motivasi

Dalam kehidupan berorganisasi, motivasi menjadi suatu hal yang sangat penting dan perlu diadakan karena dengan adanya motivasi mampu merubah perilaku seseorang yang termotivasi. Berdasarkan hal tersebut jenis-jenis motivasi adalah sebagai berikut:

Menurut Hasibuan motivasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Motivasi positif

Motivasi ini maksudnya adalah manager memotivasi (merangsang) bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi diatas prestasi standar. Dengan motivasi positif, semangat kerja bawahan

⁴⁵ Azwar Sanusi, Tesis Ilmu Komunikasi: *Pengaruh Motivasi Kerja dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Keorganisasian Pegawai Arsip Nasional Republik Indonesia*, (Universitas Indonesia, 2012), hal 42

akan meningkat karena umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.

b. Motivasi negatif

Motivasi negatif maksudnya adalah manager memotivasi bawahan dengan standar bahwa mereka akan mendapat hukuman. Dengan memotivasi negatif ini semangat bekerja bawahan dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka panjang dapat berakibat kurang baik.⁴⁶

Menurut Bedjo Siswanto membagi beberapa bentuk motivasi, yaitu:

a. Insentif material

Yaitu insentif atau imbalan yang diberikan kepada karyawan berupa materi, seperti misalnya uang atau bentuk barang-barang yang lain.

b. Insentif non material

Yaitu insentif atau balas jasa (imbalan) yang diberikan kepada para karyawan (bawahan) berupa non materi, misalnya pujian, penghargaan, promosi adanya pemberian sarana atau faktor kemudahan dan lain sebagainya.⁴⁷

Dari semua jenis motivasi tersebut dapat disimpulkan bahwa sekalipun memiliki perbedaan dalam memberikan dorongan namun dari masing-masing jenis tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan motivasi yang ada pada seorang individu agar mampu melaksanakan tugasnya secara maksimal dan mencapai kepuasan yang diinginkan.

⁴⁶ Hasibuan, Melayu, *Managemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2005), hal 150

⁴⁷ Ach Mohyi, *Teori Dan Perilaku Organisasi*, (Surabaya, UMM Press, 1999), hal 162

g) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Faktor-faktor yang memotivasi karyawan sebagaimana yang dipaparkan menurut teori Herzberg adalah sebagai berikut:

1. *Motivation factor* (Faktor Intrinsik)

Faktor-faktor yang berperan sebagai motivator terhadap karyawan, yakni mampu memuaskan dan mendorong orang untuk bekerja lebih baik.

Faktor motivator ini terdiri dari:

a. Prestasi (*achievement*)

Agar seseorang karyawan dapat berhasil dalam pelaksanaan pekerjaannya, maka pemimpin harus mempelajari bawahannya dan pekerjaannya dengan memberikan kesempatan kepadanya agar bawahan dapat berusaha mencapai hasil. Kesempatan itu harus sedemikian rupa sehingga orang-orang berkembang sendiri.

Selanjutnya agar pemimpin memberi semangat pada para bawahannya sehingga bawahan mau berusaha mengerjakan sesuatu yang dirasakan bawahan tidak dapat dikuasainya. Bila bawahan telah berhasil mengerjakan pekerjaannya, pemimpin harus menyatakan keberhasilan itu.

b. Pengakuan (*Recognition*)

Sebagai lanjutan dari keberhasilan pelaksanaan, pimpinan harus memberi pernyataan pengakuan akan keberhasilan tersebut. Pengakuan terhadap keberhasilan bawahan dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu :

- 1) Langsung menyatakan keberhasilan di tempat kerjanya, lebih baik dilakukan sewaktu ada orang lain.
- 2) Surat penghargaan.
- 3) Memberi hadiah berupa uang tunai.
- 4) Memberikan medali, surat penghargaan dan hadiah uang tunai.
- 5) Memberikan kenaikan gaji dan promosi.
- 6) Pekerjaan itu sendiri (*the work it self*).

Pimpinan membuat usaha-usaha riil dan meyakinkan, sehingga bawahan mengerti akan pentingnya pekerjaan yang dilakukannya.

Pimpinan juga akan berusaha menghindarkan bawahannya dari kebosanan dalam pekerjaan, serta mengusahakan agar setiap bawahan sudah tepat dalam pekerjaanya.

c. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Agar *Responsibility* benar-benar menjadi factor motivator bagi bawahan, pemimpin harus menghindari supervise yang ketat, dengan membiarkan bawahan bekerja sendiri sepanjang pekerjaan itu memungkinkan dan menerapkan prinsip partisipasi. Diterapkannya prinsip partisipasi membuat bawahan sepenuhnya merencanakan dan melaksanakan pekerjaanya.

d. Pengembangan (*advancement*)

Advancement merupakan salah satu faktor motivator bagi bawahan. Faktor *Advancement* ini benar-benar berfungsi sebagai motivator, maka pemimpin dapat memulainya dengan melatih bawahannya untuk

pekerjaan yang lebih bertanggung jawab. Bila ini sudah dilakukan selanjutnya pemimpin memberi rekomendasi tentang bawahan yang siap untuk pengembangan, untuk menaikkan pangkatnya, dikirim mengikuti pendidikan atau pelatihan selanjutnya.

2. *Maintenance Factor* (Faktor Ekstrinsik)

Orang belum dapat mencapai faktor kepuasan, sebelum kekecewaan didalam pekerjaan dapat dihilangkan lebih dahulu. Agar kekecewaan dapat dihilangkan dari pekerjaan, maka pimpinan harus melakukan tindakan sebagai berikut.

- a. Kebijakan dan Administrasi dari perusahaan, yang menjadi sorotan disini adalah kebijaksanaan personalia. *Policy personalia* umumnya dibuat dalam bentuk tertulis. Biasanya yang dibuat dalam bentuk tertulis itu baik, dan yang utama adalah bagaimana pelaksanaan dan praktiknya. Pelaksanaan kebijaksanaan dilakukan masing-masing manajer agar apa yang ditulis benar-benar direalisasikan dalam praktik oleh masing-masing manajer yang bersangkutan. Dalam hal ini supaya mereka berbuat seadil-adilnya.
- b. Supervisi (*quality supervisor*), dengan *Technical Supervisor* yang menimbulkan kekecewaan dimaksud adanya kurang mampuan di pihak atasan. Diantarnya bagaimana caranya mensupervisi dari segi teknis pekerjaan yang merupakan tanggung jawabnya atau atasan mempunyai kecakapan teknis yang lebih rendah dari yang diperlukan dari kedudukannya. Untuk mengatasi hal ini para manajer harus

berusaha memperbaiki dirinya dengan jalan mengikuti pelatihan dan pendidikan.

- c. Hubungan antar pribadi (*interpersonal relation*), ini menunjukkan hubungan perseorangan antara bawahan dengan atasannya. Dimana kemungkinan bawahan merasa tidak dapat bergaul dengan atasannya. Agar tidak menimbulkan kekecewaan karyawan, maka minimal tiga kecakapan harus dimiliki setiap manajer yakni.

1) *Technical skill* (kecakapan teknis), kecakapan ini sangat penting bagi pimpinan tingkat terbawah dan tingkat menengah.

Hal ini meliputi kecakapan menggunakan metode dan proses, yang pada umumnya berhubungan dengan kemampuan menggunakan alat.

2) *Human skill* (kecakapan kemanusiaan), kecakapan kemanusiaan adalah kemampuan untuk bekerja didalam atau dengan kelompok, sehingga dapat membangun kerja sama dan mengkoordinasikan berbagai kegiatan.

3) *Conceptual skill* (kecakapan konseptual), kecakapan konseptual adalah kemampuan memahami kerumitan organisasi sehingga dalam berbagai tindakan yang diambil tekanan selalu dalam usaha merealisasikan tujuan organisasi sebagai keseluruhan.

- d. Kondisi kerja (*working condition*), masing-masing manejer dapat berperan dalam berbagai hal agar keadaan masing-masing bawahan menjadi lebih sesuai. Misalnya ruangan khusus bagi unitnya,

penerangan, perabotan, suhu udara, dan kondisi fisik lainnya. Menurut Herzberg seandainya kondisi lingkungan yang baik dapat tercipta, maka prestasi tinggi dapat tercipta. Prestasi tinggi dapat dihasilkan melalui konsentrasi pada kebutuhan-kebutuhan ego dan perwujudan diri yang lebih tinggi.

- e. Gaji (*wages*), pada umumnya masing-masing manajer tidak dapat menentukan sendiri skala yang berlaku dalam unitnya. Namun demikian masing-masing manajer mempunyai kewajiban menilai apakah jabatan-jabatan di bawah pengawasannya mendapat kompensasi sesuai pekerjaan yang mereka lakukan. Para manajer juga harus berusaha untuk mengetahui bagaimana jabatan di dalam perusahaannya diklasifikasikan dan elemen-elemen apa saja yang menentukan pengklasifikasian itu.⁴⁸

Dari semua faktor yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang memotivasi karyawan, diantaranya faktor intrinsik dan ekstrinsik. Keduanya memiliki dasar yang berbeda, faktor intrinsik lebih dipengaruhi oleh motivasi dalam diri yaitu keinginan dari seorang individu akan sebuah penghargaan, pengakuan, kepercayaan, tanggung jawab, dan kesempatan pengembangan diri. Sedangkan motivasi ekstrinsik lebih dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti faktor gaji, lingkungan kerja, hubungan antar manusia dan kebijakan-kebijakan dalam perusahaan.

⁴⁸ Buchari, Zainun, *Manajemen dan Motivasi*, (Jakarta, Balai Aksara, 1989), hal 93

B. Motivasi Kerja Perspektif Ekonomi Islam

Kritik Teori

Karena teori motivasi seperti Herzberg terlahir di barat dan pada umumnya berkaitan dengan ekonomi dan cara meningkatkan. Hal ini wajar terjadi, karena apa yang mereka lahirkan selalu berawal dari konsep matrealisme yang pragmatis serta positifistik. Di sini penulis mencoba untuk mengkritisi teori motivasi kerja Herzberg dengan pandangan Islam, apakah relevan atau tidak pada era modern sekarang ini.

a) Teori Herzberg

(1) Faktor Intrinsik

(a) Prestasi

Memberikan apresiasi terhadap keberhasilan karyawan adalah hal yang harus dilakukan, karena mereka akan merasa dihargai atas kinerja yang telah dilakukan. Dalam hal ini bisa pemberian hadiah. Hadiah diperbolehkan dalam islam, akan tetapi jika pemberian hadiah dimaksud sebagai alat untuk memperlancar suatu urusan, ini yag tidak diperbolehkan, karena termasuk unsur suap, dan suap sangatlah dilarang.⁴⁹

⁴⁹ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, PUSTAKA PELAJAR, 2010), hal 101

(b) Pengakuan

Konteks pengakuan dalam hal kekinian khususnya dibidang pekerjaan tidak relevan dan bertentangan dengan ajaran Islam, karena termasuk *riya'*. Seharusnya ketika bekerja semata-mata karena mengharapkan dan keridhaan Allah SWT (*mardhatillah*).⁵⁰ Mereka tidak berharap imbalan dari orang lain, bekerja tidak melihat diri. Ikhlas itu bekerja dan bertugas bukan untuk mencari popularitas.⁵¹

(c) Tanggung jawab

Tanggung jawab sepenuhnya pada pekerjaan yang dilakukan sebagai kewajiban, jujur dalam melaksanakan kewajiban. Rasulullah selalu jujur dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab, sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.⁵²

(d) Pengembangan

Pengembangan sangat penting dalam meningkatkan kemampuan, dalam hal ini manusia diwajibkan untuk terus belajar.

⁵⁰ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta, Zikrul Hakim, 2015), hal 71

⁵¹ Ahmad Djalaluddin, *Manajemen Qur'ani Menerjemahkan Idarah Ijahiyah dalam Kehidupan*, (Malang, UIN Malang Press, 2007), hal 139

⁵² Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung, Mizan Pustaka, 2006), hal 123

(2) Faktor Ekstrinsik

(a) Kebijakan dan Administrasi Perusahaan

Dalam teori ini yang dimaksud adalah dibidang personalia. Personalia harus cakap dan komunikatif, menyampaikan dengan benar dan dengan tutur kata yang baik, hal ini tercermin dalam sifat Rasulullah yaitu *tabligh*.⁵³

(b) Hubungan antar pribadi

Dalam hal ini hubungan antara atasan dan bawahan seharusnya tidak ada jarak yang menghalangi, karena derajat manusia di mata Allah sama. Hal yang membedakan adalah pada amal dan ibadahnya. Allah menganjurkan untuk saling membantu, pihak yang kuat membantu yang lemah, yang kaya membantu yang miskin agar tidak terjadi ketimpangan sosial dikalangan atasan dan bawahan.

(c) Kondisi Kerja

Kondisi kerja sangat mempengaruhi tingkat motivasi kerja. Oleh karena itu, diharuskan memilih tempat kerja yang mendukung akan kedekatan kita kepada Allah, misalnya, fasilitas tempat ibadah yang memadai dan diwajibkan shalat ketika waktunya telah tiba.

⁵³ Kartajaya, *Syariah Marketing*, hal 132

(d) Gaji

Islam menganjurkan agar membayar upah kepada karyawan sebelum keringatnya kering.⁵⁴

Dari paparan kritik teori diatas dapat disimpulkan bahwa mengenai beberapa faktor yang dapat meningkatkan motivasi kerja yang menurut pandangan Islam yaitu meliputi, faktor batiniyah: (1) hadiah, (2) ikhlas, (3) shiddiq, (4) ta'lim, faktor lahiriyah: (1) tabligh, (2) ta'awun, (3) bi'ah, (4) ujroh.

Dalam buku yang berjudul *Bekerja Dengan Hati* karya Akh. Muwafik Saleh, dikatakan bahwa selama ini banyak orang bekerja untuk mengejar materi belaka demi kepentingan duniawi, mereka tak sedikitpun memperdulikan kepentingan akhirat kelak. Oleh karena itu sudah saatnya para pekerja bekerja dengan motivasi yang dapat memberikan kepribadian yang baik dan dibenarkan oleh Islam yang harus memenuhi ciri-ciri sebagai berikut.⁵⁵

1. Niat baik dan benar (mengharap ridha Allah SWT)

Sebelum seseorang bekerja, harus mengetahui niat dan motivasi dalam bekerja, niat inilah yang akan menentukan arah pekerjaan. Jika niat bekerja hanya untuk mendapatkan gaji, maka hanya itulah yang akan didapat. Tetapi jika niat bekerja sekaligus untuk menambah simpanan akhirat, mendapatkan harta yang halal, dan menafkahi keluarga, tentu akan mendapatkan sebagaimana yang diniatkan. Rasulullah SAW bersabda :

⁵⁴ <https://rumaysho.com/3139-bayarkan-upah-sebelum-keringat-kering.htm> di akses tgl 15 oktober 2016 jam 14:38

⁵⁵ Akh. Muwafik Saleh, *Bekerja Dengan Hati Nurani*, (Jakarta, Erlangga, 2009), hal 65

Dari Saad bin Abu Waqqash ra, Rasulullah SAW bersabda kepadanya: “sesungguhnya apa saja yang kamu nafkahkan (bekerja) yang kamu niatkan untuk mencari keridhaan Allah niscaya kamu akan diberi pahala sebagai apa yang kamu sediakan untuk makan istrimu”. (HR. Bukhari-Muslim).

2. Taqwa dalam bekerja

Taqwa disini terdapat dua pengertian. Pertama, taat melaksanakan perintah dan menjauhi segala bektuk larangan-Nya. Kedua, sikap tanggung jawab seorang muslim terhadap keimanan yang telah diyakini dan telah diikrarkannya. Orang yang bertaqwa dalam bekerja adalah orang yang mampu bertanggung jawab terhadap segala tugas yang diamanahkan.

Orang yang bertaqwa atau bertanggung jawab akan selalu menampilkan sikap-sikap positif , untuk itu orang yang bertaqwa dalam bekerja akan menampilkan sikap-sikap sebagai berikut:

- a. Bekerja dengan cara terbaik sebagai wujud tanggung jawab terhadap kerja dan tugas yang diamanahkan.
- b. Menjauhi segala bentuk kemungkaran untuk dirinya dan orang lain dalam bekerja. Misalnya, tidak malas-malasan, merugikan rekan kerja, dan lain sebagainya.
- c. Taat pada aturan.
- d. Hanya menginginkan hasil pekerjaan yang baik dan halal.

3. Ikhlas dalam Bekerja

Ikhlas adalah syarat kunci diterimanya amal perbuatan manusia disisi Allah SWT. Suatu kegiatan atau aktivitas termasuk kerja jika dilakukan dengan keikhlasan maka akan mendatangkan rahmat dari Allah SWT. Adapun ciri-ciri orang yang bekerja dengan ikhlas yaitu:

- a. Bekerja semata-mata mengharap ridha Allah SWT.
- b. Bersih dari segala maksud pamrih dan riya'.
- c. Penuh semangat dalam mengerjakan seluruh tugas pekerjaan.
- d. Tidak merasa rendah karena makian atau cercaan sehingga tidak mengurangi semangat dalam bekerja.

Mencari rezeki yang halal dalam agama islam hukumnya wajib. Ini menandakan bagaimana penting mencari rezeki yang halal. Dengan demikian, motivasi kerja dalam islam bukan hanya memenuhi nafkah semata tetapi sebagai kewajiban ibadah fardhu lainnya. Islam sangat layak untuk dipilih sebagai jalan hidup (*way of life*). Islam tidak hanya berbicara tentang moralitas akhlak, tetapi juga memberikan peletakan dasar tentang konsep-konsep membangun kehidupan dan peradaban tinggi.

Islam menganjurkan umatnya agar memiliki aktivitas dan karir yang benar-benar selaras dengan kecenderungan dan bakatnya. Dengan demikian, Islam meletakkan dasar yang kuat akan kebebasan berusaha. Hanya saja, untuk menghindari gejala-gejala kejahatan, Islam meletakkan batasan-batasan. Tujuan itu dinyatakan dalam Al-Qur'an dengan ungkapan bahwa bekerja adalah ibadah.

Menurut syariah, keridhaan Allah SWT tidak akan didapatkan jika kita tidak melaksanakan tugas secara tekun, sungguh-sungguh dan sempurna.⁵⁶ Ambisi seorang mukmin dalam bekerja yang paling utama adalah mendapatkan ridha Allah SWT. Dari ambisi yang mulia ini timbul sikap jujur, giat dan tekun. Firman Allah SWT

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : *dan katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepadanya (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (Q.S At-Taubah: 105).*⁵⁷

Ayat diatas memerintahkan agar kita bekerja. Pekerjaan itulah yang akan dilihat Allah SWT sebagaimana disebutkan dalam ayat tersebut. Tidak selalu bahwa yang satu dianugerahi derajat lebih tinggi dari yang lain, tetapi dimaksudkan bahwa kelebihan itu tidak lain dari pada kelebihan keahlian dalam bidang kerja masing-masing. Dengan demikian, setiap orang pasti mempunyai kelebihan atas orang lain dalam bidang kerja tertentu. Melalui adanya kelebihan inilah setiap orang memerlukan

⁵⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), hal 115

⁵⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang, CV. Alwaah), hal 184

bantuan orang lain untuk dapat terselenggaranya kebutuhan-kebutuhan hidupnya.

4. Menyadari bahwa Bekerja adalah Ibadah

Dalam sebuah jurnal tentang budaya kerja menurut perspektif Islam menyimpulkan bahwa ruang lingkup ibadah didalam Islam sangat luas sekali, tidak hanya merangkup kegiatan kehidupan manusia dengan Tuhan, tetapi dalam bermuamalah juga. Setiap aktivitas yang dilakukan baik yang berkaitan dengan individu maupun dengan masyarakat adalah ibadah menurut Islam selagi memenuhi syarat-syarat tertentu, diantaranya sebagai berikut:⁵⁸

- a. amalan yang dikerjakan itu hendaknya diakui Islam, bersesuaian dengan hukum-hukum Islam dan tidak bertentangan.
- b. amalan tersebut dilakukan dengan niat yang baik bagi tujuan untuk memelihara kehormatan diri, menyenangkan keluarga, memberi manfaat kepada umat seluruhnya dan memakmurkan bumi sebagaimana yang dianjurkan oleh Allah SWT.
- c. amalan tersebut mestinya dibuat dengan sebaik-baiknya demi menepati apa yang ditetapkan Rasulullah SAW, yaitu Allah SWT amat menyukai seseorang yang membuat suatu pekerjaan dengan bersungguh-sungguh dan dalam keadaan yang baik.

⁵⁸<http://haslizaali.blogspot.com/2009/12/budaya-kerja-menurut-perspektif-Islam.htm>
diakses tgl 8 agustus 2016 jam 15:06

- d. ketika membuat amalan tersebut hendaklah sesuai menurut hukum-hukum islam ketentuan batasannya, seperti tidak menzalimi orang lain, tidak berkhianat, tidak menipu dan tidak menindas atau merampas hak orang lain.
- e. tidak meninggalkan ibadah-ibadah khusus seperti shalat, zakat, dan sebagainya.

Ada dua pandangan motivasi kerja menurut Ekonomi Islam, yaitu sebagai berikut.

1. Motivasi mencari rizki Allah yang sangat luas.

Islam mengajarkan agar berusaha keras mencari sumber penghasilan, karena apapun yang ada di dunia ini sebagai rizki bagi manusia jika mau berusaha (QS.2:22).

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً
فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۗ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ
تَعْلَمُونَ ﴿٢٢﴾

Artinya: *“Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezki untukmu, karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah”*.⁵⁹

⁵⁹ Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 22

Dalam teori ekonomi, berbagai jenis perusahaan dipandang sebagai unit-unit badan usaha yang mempunyai tujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimum. Tujuan pemaksimalan keuntungan pada sebagian perusahaan merupakan tujuan yang paling penting. Untuk tujuan itu, perusahaan menjalankan usaha dengan cara sama, yaitu mengatur penggunaan faktor-faktor produksi dengan cara efisien sehingga usaha memaksimalkan keuntungan dapat dicapai dengan cara yang paling efisien.⁶⁰

Motif untuk memaksimalkan keuntungan dipandang tidak salah dalam Islam. Upaya untuk mencari keuntungan merupakan konsekuensi logis dari aktivitas produksi seseorang karena keuntungan itu merupakan rezeki yang diberikan Allah kepada manusia. Islam memandang bahwa kegiatan produksi itu adalah dalam rangka memaksimalkan kepuasan dan keuntungan dunia dan akhirat (QS Al-Qashash: 77). Dalam pandangan Islam, produksi bukan sekadar aktivitas yang bersifat duniawi, tetapi juga merupakan sarana untuk mencari kebahagiaan hidup di akhirat kelak. Untuk itu motivasi produsen dalam memaksimalkan keuntungan harus dilakukan dengan cara-cara yang sejalan dengan tujuan syariah (*maqashid syariah*), yaitu mewujudkan kemaslahatan hidup bagi manusia dan lingkungannya secara keseluruhan.

⁶⁰ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2002). Hal 188

Masalah dalam perilaku produsen terdiri atas dua komponen, yaitu manfaat dan berkah.⁶¹ Produsen atau perusahaan yang menaruh perhatian pada keuntungan, maka manfaat yang diperoleh adalah berupa materi. Sementara itu, berkah adalah bersifat abstrak dan tidak secara langsung berwujud materi. Berkah akan diperoleh apabila produsen menerapkan prinsip dan nilai Islam dalam kegiatan produksinya. Keberkahan tidak bisa datang dengan sendirinya dalam setiap kegiatan manusia, ia harus dicari dan diupayakan walaupun kadang seorang produsen akan mengeluarkan biaya ekstra yang tinggi, misalnya, seorang produsen mempekerjakan tenaga kerja harus menunaikan hak tenaga kerja berupa gaji yang adil dan layak. Dia tidak diperbolehkan melakukan eksploitasi tenaga kerja (misalnya menekan upah seminimal mungkin), seorang produsen mungkin dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi sehingga keuntungan yang diperolehnya akan maksimal. Namun, karena prinsip keuntungan dalam produksi Islam berorientasi pada keberkahan, hal itu tidak akan dilakukan oleh seorang produsen muslim.⁶²

2. Motivasi memenuhi kebutuhan hidup.

⁶¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, (Jakarta, Rajawali Press, 2008). Hal 243

⁶² Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2015). Hal 126

Islam menganjurkan memenuhi kebutuhan fisik dari hasil kerjanya sendiri seperti motivasi pencapaian kesempurnaan ibadah ritual, seseorang bekerja karena termotivasi agar dapat melaksanakan ibadah sosial, yaitu zakat, infak, sedekah, hibah, dan juga wakaf. Seseorang yang bekerja hanya mencukupi untuk dirinya sendiri, ia akan termotivasi agar dapat mencukupi untuk istri, anak dan keluarga, serta dapat mengangkat karyawan dan menggajinya. Karena memberi nafkah kepada mereka, akan dihitung sebagai pahala, sekalipun itu merupakan kewajiban.

حدثنا مسلم حدثنا شعبة عن عدي عن عبد الله بن يزيد سمع أبا مسعود

البدري عن النبي صلى الله عليه وسلم قال نفقة الرجل على أهله صدقة

Nabi bersabda: "*nafkahnya seseorang pada keluarganya adalah sedekah*"⁶³

Islam tidak hanya memerintahkan manusia untuk bekerja dan mengembangkan hasil usahanya (produktivitas), tetapi Islam memandang setiap usaha seseorang sebagai ibadah kepada Allah dan jihad di jalan Allah. M. Abdul Mun'in al-Jamal dalam hal ini mengemukakan hal yang sama bahwa usaha dan peningkatan produktivitas dalam pandangan Islam adalah sebagai ibadah, bahkan aktivitas perekonomian ini dipandang semulia-mulianya nilai. Karena hanya dengan bekerja setiap individu dapat memenuhi hajat

⁶³ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang, UIN MALIKI PRESS, 2012), hal 192

hidupnya. Hajat hidup keluarga, berbuat baik kepada karib kerabat, memberikan pertolongan dan ikut berpartisipasi dalam mewujudkan kemaslahatan umum.⁶⁴

Ini semua merupakan keutamaan-keutamaan yang sangat dijunjung tinggi agama. Karena amalan duniawi bukan hanya semata-mata untuk kepentingan pribadi, tetapi juga untuk kemaslahatan seluruh umat manusia sehingga amalan duniawi tersebut dapat bernilai ibadah di sisi Allah. Ihsan dalam bekerja, bukan perkara sunat (*nafilah*) ataupun perkara *fadilah*, dan bukan pula perkara yang sepele dalam pandangan Islam, tetapi merupakan sesuatu yang diwajibkan agama dan dibebankan bagi setiap muslim. Dalam hadits Nabi Saw diungkapkan :

عن شداد بن أوس قال خصلتان سمعتهما من رسول الله صلى الله عليه

وسلم "إن الله كتب الإحسان على كل شيء فإذا قتلتم فأحسنوا". قال غير

مسلم يقول " فأحسنوا القتلة وإذا ذبحتم فأحسنوا الذبح وليحد أحدكم

شفرته وليرح ذبيحته"

Artinya: "sesungguhnya Allah mewajibkan ihsan dalam segala hal, jika mau membunuh hewan, maka bunuhlah dengan baik,

⁶⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta, Rajagwali Pers, 2015). Hal 127

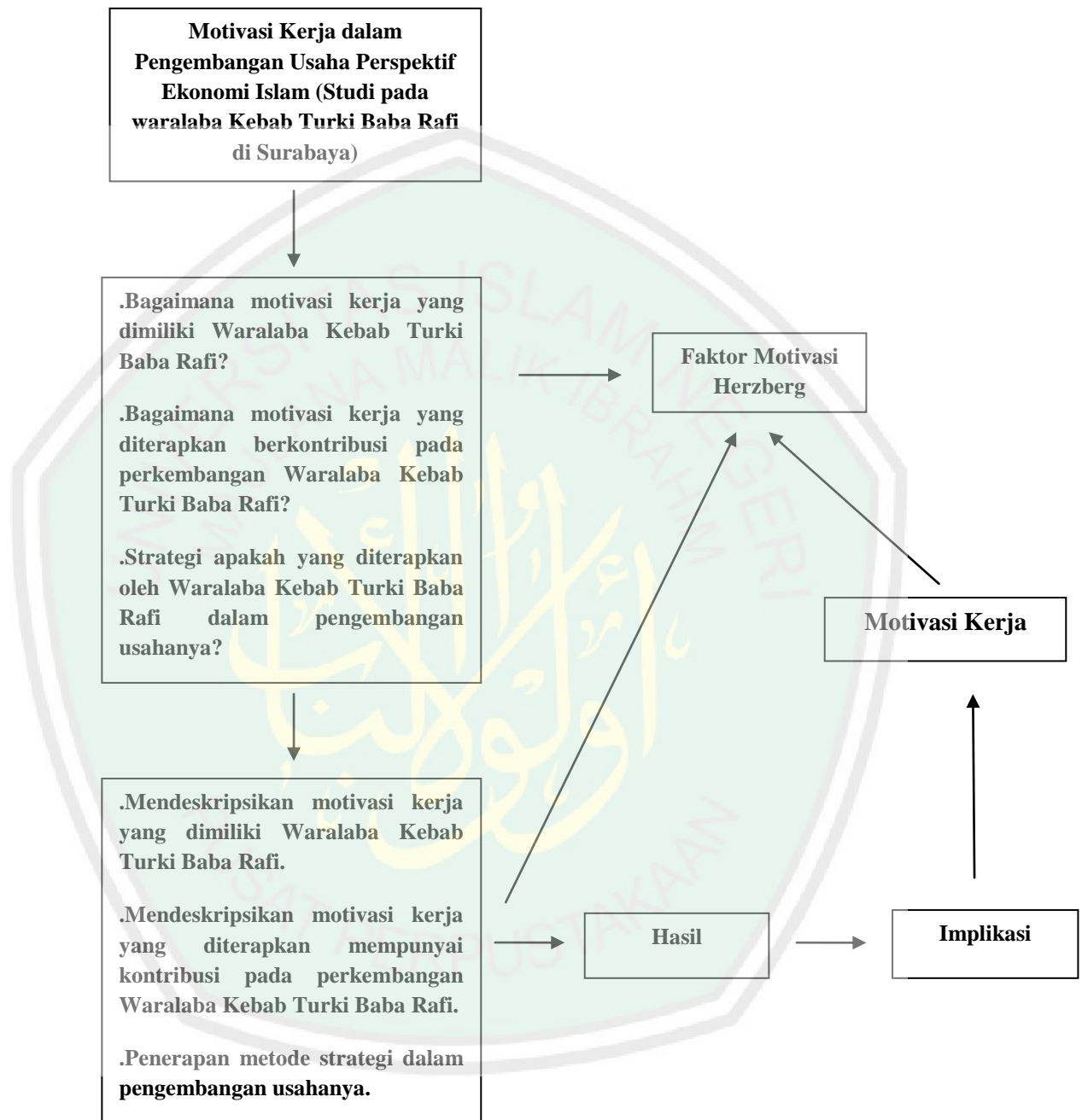
*jika mau menyembelih, maka sembelihlah dengan cara yang baik”.*⁶⁵

Iman, taqwa, dan istiqamah merupakan pendorong yang sangat kuat untuk memperbesar produksi melalui kerja keras dengan baik, ikhlas, dan jujur dalam melakukan kegiatan produksi yang dibutuhkan untuk kepentingan umat, agama, dan dunia.⁶⁶ Sebagai implikasi dari iman, seorang mukmin tidak merasa cukup dengan melakukan pekerjaan hanya sekadarnya saja, tetapi ia akan melakukan dengan sungguh-sungguh. Mengarahkan segala kemampuannya untuk kebaikan adalah perintah Allah untuk berbuat ihsan dalam setiap keadaan. Kemudian meyakini bahwa Allah mengawasi semua aktivitasnya dalam setiap situasi dan kondisi. Apabila seorang mukmin bekerja dalam suatu perusahaan, tujuannya bukan hanya semata-mata untuk mendapatkan hasil atau menyenangkan hati pemilik perusahaan agar dinaikkan gaji atau jabatannya, melainkan juga karena keyakinan bahwa Allah senantiasa mengawasinya, sehingga ia bekerja dengan jujur dan sungguh-sungguh.

⁶⁵ Sulaiman ibn al-Asy'ats ibn Sadad ibn Umar al-Azdi Daud al-Sajastani, *Sunan Abu Daud*, hadits ke-2817, juz. 8. Hal 369

⁶⁶ Yusuf al-Qardhawi, *Imam wa al-Hayah*, terj. Fakhruddin HS. *Iman dan Kehidupan*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), hal 197

C. Kerangka Berfikir⁶⁷



⁶⁷ Kesimpulan peneliti dilihat dari hasil pembahasan di kajian kritik teori

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum dan masyarakat, dengan jalan menganalisisnya. Fokus penelitian secara mendalam terhadap fakta hukum tersebut adalah permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan. Agar suatu penelitian ilmiah dapat berjalan dengan baik, maka perlu menggunakan suatu metode penelitian yang baik dan tepat.

Metodologi merupakan suatu unsur yang mutlak harus ada di dalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.⁶⁸ Sebuah metodologi mengasumsikan urutan logis yang perlu diteliti oleh peneliti untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan.⁶⁹ Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang lazim digunakan pada jenis-jenis penelitian ilmu sosial, ekonomi, humaniora, dan ilmu hukum. Penelitian terhadap sebuah karya Ekonomi Islam merupakan penelitian dalam ranah ilmu sosial-ekonomi. Itulah yang menjadi alasan metode kualitatif tepat digunakan dalam proses penelitian terhadap “Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Waralaba Keab Turki Baba Rafi di Surabaya)”. Selain itu, metode kualitatif dapat memberikan

⁶⁸Soerjono Soekanto. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada,2001) hal 7

⁶⁹ Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif; Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal 40.

perincian yang detail tentang fenomena yang belum diketahui dalam objek penelitian.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dimana peneliti akan meneliti objek yang dituju sebagai acuan arti penelitian ini. Dalam literatur metodologi penelitian, Istilah *kualitatif* tidak hanya lazim dimaknai sebagai jenis data, tetapi juga berhubungan dengan analisis data dan interpretasi atas objek kajian. Secara historis, implementasi penelitian kualitatif bermula dari pengamatan.⁷⁰

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau studi lapangan. Penelitian kualitatif jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada, dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah.⁷¹ Hal ini diharapkan dapat menemukan jawaban tentang Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Waralaba Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya). Penelitian Lapangan (*Field Research*) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke “lapangan” untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu

⁷⁰ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2012), hal 22

⁷¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hal 44

keadaan alamiah. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis.⁷²

Penelitian memiliki tiga tahapan penting Tahapan-tahapan tersebut meliputi tahap persiapan, tugas lapangan, dan tahap analisis. Tahap persiapan dalam hal ini meliputi pemilihan judul, studi pustaka, perumusan masalah, perumusan tujuan, penentuan metode penelitian, dan penetapan waktu penelitian. Pemilihan judul dilakukan dengan terlebih dahulu melihat fenomena yang terjadi ditengah masyarakat. Setelah memahami isi dari fenomena, lalu peneliti mencari inti permasalahan yang menjadi solusi terkait motivasi kerja dalam pengembangan usaha. Tentu saja fenomena yang berusaha dicari di sini adalah fenomena yang belum pernah dibicarakan dalam penelitian sejenis sebelumnya.

Langkah selanjutnya dalam tahap persiapan adalah studi pustaka. Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan bahan-bahan serta literatur yang menunjang proses penelitian. Pemilihan dan pengumpulan bahan-bahan serta literatur penunjang tentu saja dikaitkan dengan rumusan masalah serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Perumusan masalah dalam penelitian ini dilakukan dengan pola pemikiran yang diutarakan, yaitu *manageable* (topik penelitian terjangkau oleh peneliti), *ontainable* (permasalahan dirumuskan dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan-bahan pustaka), *significance* (masalah yang digarap cukup penting untuk diteliti), dan *interest* (masalah yang diangkat mengaktifkan niat).

⁷² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal 26

Tahap tugas lapangan merupakan tahap selanjutnya. Pada tahapan ini dilakukan proses pengumpulan bahan-bahan pustaka, wawancara dengan para pekerja yang meliputi bagian manajer, HRD, dan lain-lain di perusahaan yang ada di Surabaya. Tahapan analisis meliputi *editing* dan *coding*. Tahapan *editing* bertujuan untuk melihat keakuratan dan reliabilitas data dengan permasalahan yang hendak dipecahkan. *Coding* merupakan tahap memberikan tanda pada data-data yang telah ditemukan untuk selanjutnya diklasifikasikan menurut kategori-kategori yang sama.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini sangat penting. Peneliti datang di tempat orang yang akan diteliti, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan usaha. Peneliti berharap bisa saling berbincang dengan pegawai yang bekerja di sana. Namun adakalanya peneliti juga melakukan penelitian secara tersamar, hal ini untuk menghindari kalau ada suatu data yang dicari masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan secara terus terang, maka peneliti tidak mendapatkan data yang disembunyikan.

C. Latar Penelitian

Latar belakang penelitian ini adalah kantor pusat atau kantor pembantu cabang yang ada di Jl. Nginden Semolo Banjarsari Manyar Gresik No.109, Ngenden Jangkungan, Sukolilo, Kota Surabaya, jika memungkinkan bisa menggali informasi dari *outlet-outlet* yang beroperasi. Penelitian ini dilandasi oleh rasa

penasaran peneliti dalam pengembangan suatu *system* waralaba. Perkembangan waralaba yang satu dengan yang lainnya sangat berbeda, meskipun itu dibidang produk yang sama. Namun terdapat perbedaan motivasi kerja yang diterapkan oleh waralaba tersebut.

D. Data dan Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini yaitu berupa kata-kata atau tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperanserta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya.⁷³

Data yang akan digunakan dalam penulisan ini adalah data yang didapat dari kantor pusat maupun kantor pembantu cabang *franchise* yang bersangkutan. Sebagaimana telah disebutkan di atas, data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder dengan penjelasan sebagai berikut.

1. *Data primer*, merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau narasumber sebagai informasi yang langsung berhubungan dengan fokus penelitian yang berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai, yaitu dengan cara datang langsung ke kantor Kebab Turki Baba Rafi yang berlokasi di jalan Nginden Semolo

⁷³ Moleong, *Metode Penelitian*, hal 157

No.109 Surabaya. Peneliti akan mengamati setiap kegiatan karyawan yang ada di sana, motivasi apa saja yang diterapkan di sana.

2. *Data sekunder*, ialah sumber data pendukung dari penelitian ini yang menjadikan lebih sempurna dan maksimal.

E. Teknik Pengumpulan Data

Letak keberhasilan penelitian ialah pada pengumpulan data, sehingga pengumpulan data menjadi inti dari penelitian ini. Berikut teknik penelitian ini sebagaimana berikut.

1. Observasi

Pengamatan atau observasi juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri. Kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.⁷⁴ Disini peneliti mengamati setiap kegiatan dan motivasi yang ditimbulkan oleh karyawan di kantor Kebab Turki Baba Rafi di Surabaya.

Peneliti pada penelitian ini melakukan observasi sejauh mungkin, data penelitian ini dibutuhkan untuk memperjelas dan mengarahkan tujuan penelitian ini. Dalam observasi, peneliti akan menggali data dari para karyawan yang bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti meninjau dengan cermat setiap informasi yang didapat dari karyawan, sehingga dengan begitu peneliti akan mendapatkan data yang akurat mengenai fokus masalah yang diteliti.

⁷⁴ Moleong, *Metode Penelitian*, hal 174

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁷⁵ Peneliti pada penelitian ini melakukan wawancara, baik itu mewawancarai pimpinan tertinggi seperti Presiden Direktur, Direktur Marketing maupun dari pegawai seperti *HRD*, dan *General Affair*. Kegiatan wawancara dilakukan ketika waktu senggang, sehingga tidak mengganggu aktifitas karyawan. Kegiatan wawancara dilakukan dengan cara wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur.

3. Dokumentasi

Catatan lapangan atau dokumentasi menurut Bogdan dan Biglen (1982;74), adalah catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dilhami dan dipikirkan dalam rangka mengumpulkan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif.⁷⁶ Setelah observasi dan wawancara, peneliti akan memotret kegiatan pegawai dan berfoto bersama.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan secara terus-menerus dari awal hingga akhir penelitian, dengan induktif, dan mencari pola,

⁷⁵ Moleong, *Metode Penelitian*, hal 186

⁷⁶ Moleong, *Metode Penelitian*, hal 208

model, tema, serta teori.⁷⁷ Teknik analisis data merupakan hal penting dalam melakukan penelitian Analisis data merupakan proses mengorganisasikan, mengurutkan ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan data terkumpul dengan tujuannya untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Tahap analisis data sebenarnya terdiri dari upaya-upaya memilih data, meringkas data, menerjemahkan, dan mengorganisasikan data. Peneliti menfokuskan analisisnya pada motivasi kerja, dengan kata lain, upaya mengubah kumpulan data yang tidak terorganisir menjadi kumpulan kalimat singkat yang dapat di mengerti orang lain. Upaya ini mencakup kedalaman pengamatan mengenai apa yang sebenarnya terjadi, menemukan regularitas dan pola yang berlaku, dan mengambil kesimpulan yang dapat mengeneralisasikan fenomena yang penulis teliti.

Analisis data pada penelitian ini memakai teori Miles and Huberman, menurut Sugiono melalui beberapa langkah, yaitu;

1. reduksi data ialah melakukan identifikasi data, pada tahap ini peneliti memutar ulang hasil rekaman dan mengidentifikasi hasil,
2. setelah dilakukan transkripsi hasil rekaman, langkah selanjutnya adalah penyajian kategori data yang berasal dari hasil rekaman dan catatan lapangan,
3. langkah terakhir adalah penyimpulan.⁷⁸

⁷⁷ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2012), hal 45

⁷⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 246

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data mutlak diperlukan dalam penelitian kualitatif agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan validitasnya dengan melakukan verifikasi terhadap data. Dalam penelitian ini, langkah-langkah dalam memverifikasi data ialah sebagai berikut:

1. mengecek metodologi yang digunakan untuk memperoleh data,
2. mengoreksi hasil laporan penelitian yang berupa uraian data dan hasil intrepetasi peneliti,
3. triangulasi untuk menjamin objektivitas hasil penelitian.

Pemeriksaan keabsahan data, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang ada di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang sudah ada. Adapun caranya, antara lain dengan pengecekan data melalui sumber yang lain. Hal ini penting dilakukan untuk menetapkan fakta-fakta bahwa setiap orang memiliki hak untuk kepemilikan pribadi beserta alasan-alasan mereka, dan bahwa pertanyaan pertanyaan tentang berbagai aspek hak kepemilikan yang menghendaki jawaban dari perspektif peneliti itu sendiri maupun dari perspektif objek yang terlibat.

Menurut Lexy Moleong, ada tiga macam triangulasi dalam penelitian, yaitu:

1. Triangulasi Sumber, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi waktu, waktu yang sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari saat narasumber masih segar belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.⁷⁹

H. Tahap Penelitian

Secara garis besar, tahap penelitian ini akan dilaksanakan melalui tiga tahapan sebagai berikut.

1. Tahap Pra-Lapangan

Dalam tahapan ini, peneliti mempersiapkan beraneka macam kebutuhan untuk melaksanakan observasi, wawancara dan dokumentasi, seperti kamera hp, bekal perjalanan ke tempat lokasi, dll.

2. Tahap Lapangan

Setelah berada di lokasi penelitian, peneliti akan melakukan pengamatan terlebih dahulu, setelah itu jika memungkinkan akan ikut berkecimpung dalam kegiatan lokasi penelitian.

3. Tahap analisis data dan pelaporan

Setelah mendapatkan data yang di inginkan ketika berada di lokasi lapangan, peneliti akan mengumpulkan semua apa yang diperoleh dan diolah sesuai dengan fokus penelitian.

⁷⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal 330

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Sejarah Kebab Turki Baba Rafi

Ide untuk mengembangkan usaha kebab Turki di Indonesia berawal saat Hendy Setiono pergi ke Timur Tengah dan menemui banyak penjual makanan khas Turki, yaitu kebab. Kebab dibuat dari daging sapi panggang, diracik dengan sayuran segar, dan dibumbui mayonaise, lalu digulung dengan tortila. Sebenarnya, kebab banyak beredar di Qatar dan negara Timteng lainnya. Namun menurut Hendy, kebab paling enak adalah dari Istambul, Turki. Karena itu, dia menggunakan trade mark Turki untuk menarik calon pelanggan.

September 2003, gerobak jualan kebab pertamanya mulai beroperasi. Tepatnya di salah satu pojok Jalan Nginden Semolo, berdekatan dengan area kampus dan tempat tinggalnya. Modal awal yang dikeluarkan Hendy saat itu sebesar Rp 4 juta yang ia gunakan untuk membeli gerobak (gerai) dan peralatan lainnya seperti kompor dan penggorengan. Soal nama kedainya Baba Rafi, dia mengaku terinspirasi nama anak pertamanya, Rafi Darmawan. Baba berarti bapak, jadi Baba Rafi berarti bapaknya Rafi.

Kini sudah sekitar 1000 gerai yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Setelah melebarkan sayap ke Malaysia, maka target Kebab Turki Baba Rafi selanjutnya adalah menaklukkan Negeri Gajah Putih, Thailand. Hendy pun telah menandatangani MoU dengan Filipina untuk membuka cabang di sana.⁸⁰

2. Konsep Usaha Kebab Turki Baba Rafi

Hendy sang pemilik perusahaan ini mempunyai alasan mengapa memakai gerobak untuk kedainya. Pertimbangannya karena membuat gerobak lebih murah daripada membuat kedai permanen, tidak perlu banyak modal. Gerobak pun fleksibel, bisa dipindah-pindah. Untuk menjaga kualitas bahan baku, terutama daging untuk kebab, Kebab Turki Baba Rafi bekerja sama dengan salah satu perusahaan makanan terkenal, PT Belfoods Indonesia, yang sudah meraih sertifikat halal MUI dan persyaratan dari Badan Pengawas Obat-obatan dan Makanan (BPOM). Sedangkan untuk mendistribusikan daging, Kebab Turki Baba Rafi mendirikan gudang di kota-kota besar, seperti Surabaya, Malang, dan Semarang. Melalui gudang inilah daging yang dibutuhkan dipasok ke gerai-gerai yang tersebar di sekitarnya. Pengiriman daging ini dilakukan dua kali seminggu atau tergantung kebutuhan.

Selain kebab, menu lain yang terdapat di Kebab Turki Baba Rafi adalah hotdog, beef burger, chicken burger, syawarma, bigmac sapi dan

⁸⁰ <http://wirausahaindonesia.com/archives/kebab-turki-baba-rafi#.UvxjX9xkNkI>, di akses tgl 14-11-2016 jam 20:30

ayam, serta burger crispy. Sejak 2004 usaha Kebab Turki Baba Rafi dikelola secara waralaba. Hingga kini sudah resmi dibuka sebanyak 1300 outlet.⁸¹

3. Visi dan Misi Kebab Turki Baba Rafi

Sebagai perusahaan yang besar dan mempunyai tujuan yang jelas, Kebab Turki Baba Rafi mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

VISI

“Berusaha untuk menjadi bisnis waralaba kebab yang terbesar, yang menguntungkan dan yang paling berpengaruh di dunia”

MISI

“Kami berusaha untuk menjadi bisnis waralaba kebab terbesar di dunia dengan menawarkan rasa dan kualitas dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang memuaskan untuk para Franchisee dan pelanggan. Kami juga memiliki tujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan mengadakan program dan tanggung jawab sosial yang dapat membantu masyarakat dan pemegang saham”.⁸²

4. Kelebihan Waralaba Kebab Turki Baba Rafi

Kelebihan Kebab Turki Baba Rafi sehingga sangat cepat dalam pemasarannya :

- a. kami adalah PIONER Waralaba Kebab Lokal di Indonesia,

⁸¹ <http://aftshop.blogspot.com/p/sukses-di-usia-muda.html> diakses tgl 16 november 2016 jam 20:32

⁸² <http://babarafi.com/vision-and-mission/> diakses 16 november 2016 jam 20:42

- b. brand “KEBAB TURKI BABA RAFI” sudah kuat dan melekat di masyarakat,
- c. inovasi terus menerus dengan berorientasi pada kepuasan *customer*,
- d. bahan baku murah dan *disupply* rutin,
- e. proyeksi ROI (*Return On Investment*) cepat, 1-2 tahun,
- f. kami telah berpengalaman lebih dari 5 tahun dan terbukti sukses (telah berdiri lebih dari 1000 *outlet* cabang),
- g. sistem telah teruji dan mudah diaplikasikan,
- h. manajemen yang handal dan professional,
- i. resiko kegagalan kurang dari 5 %,
- j. *design outlet* yang selalu *up to date*,
- k. pangsa pasar yang terus berkembang.

5. Fasilitas

Setelah seseorang bekerja sama dengan Kebab Turki Baba Rafi, dan telah menjadi penerima hak waralaba maka mereka berhak mendapatkan.

- a. Fasilitas yang didapatkan:
 - 1) *survey* lokasi dicarikan,
 - 2) *recruitment & training* karyawan,
 - 3) satu unit *counter*,
 - 4) paket perlengkapan *counter* lengkap,

- 5) alat *burner* kebab,
 - 6) paket promosi (*banner, neon box, flayer, dll*),
 - 7) *manual book* (SOP),
 - 8) *software* keuangan,
 - 9) *team quality control* (*maintainance & monitoring*),
 - 10) promosi ke media nasional dengan *target and user*,
 - 11) *team management* yang solid,
 - 12) masa kerjasama selama 4-5 tahun,
 - 13) sistem operasional yang sudah terbukti.
- b. Fasilitas Yang Diperlukan:
- 1) lokasi berada di tempat strategis (sewa) : daerah kampus, perumahan, pusat belanja, mal, dll,
 - 2) luas tempat sewa sesuai ukuran *outlet*,
 - 3) Tenaga Pelaksana (operator yang memenuhi kualifikasi dan di-training KTBR),
 - 4) transportasi lokal (sepeda motor),
 - 5) *Freezer Box*,
 - 6) bahan baku awal.
- c. Fasilitas Pendukung:
- 1) menyediakan *training* karyawan/karyawati,
 - 2) menyediakan Perlengkapan yang dibutuhkan dalam bisnis Kebab Turki Baba Rafi,
 - 3) menyediakan kelengkapan bisnis Kebab Turki Baba Rafi,

- 4) menyediakan *stock* bahan baku utama,
- 5) melaksanakan *training* secara berkala, baik di *training center* maupun di cabang,
- 6) melakukan *audit control* seluruh cabang,
- 7) melakukan perubahan harga jual ke konsumen,
- 8) melakukan kegiatan promosi nasional.

6. Peranan Waralaba

Seorang penerima waralaba juga memiliki peranan yang sangat penting dalam usaha ini, mereka berhak:

- a) mengajukan usulan lokasi tempat,
- b) melakukan pengawasan secara menyeluruh peralatan, disiplin karyawan,
- c) melakukan pembelian bahan baku Kebab Turki Baba Rafi,
- d) bertanggung jawab atas hasil penjualan,
- e) bertanggung jawab atas biaya sewa tempat/lokasi,
- f) melakukan promosi kurang lebih radius 1 km-1,5 km dari *outlet*.

7. Keuntungan *Join Member* Waralaba Syariah Program

Keunggulan membeli paket *Syariah* dibandingkan membeli paket yang lain diantaranya:

- a) bebas *royalty fee* setiap bulan,
- b) *outlet* dikelola penuh oleh pemilik waralaba,
- c) dapatkan *pasif income* tiap bulan,
- d) keuntungan lebih terjamin,
- e) system kerjasama *profit sharing* 50%:50%.⁸³

8. Paket Waralaba

Ada beberapa pilihan paket waralaba yang disediakan oleh KTBR, diantaranya:

a. Paket Black Kios : Rp. 75.000.000

Financial Analysis

Investasi awal **Rp. 75,000,000**

Revenue

Rata-rata pendapatan per hari Rp. 650,000

Pendapatan per bulan (30 hari) Rp. 19,500,000

Costs

Pengeluaran bahan baku Rp. 10,725,000

Sewa tempat dan gaji pegawai Rp. 3,412,500

Royalty Rp. 600,000

TOTAL COSTS Rp. 14,737,500

Pendapatan bersih Rp. 4,762,500

Pay Back Period 1.3 tahun

Modal awal sekitar 75 juta, perusahaan menganalisis pendapatan penjualan kebab per hari 650 ribu (sesuai pengalaman selama lebih dari 12 tahun) dikali 30 hari (1 bulan) menjadi 19,5 juta per bulan, dipotong biaya operasional yang meliputi biaya bahan baku utama, biaya sewa tempat, gaji pegawai dan royalti sekitar

⁸³ <http://babarafi.com/facilities-conditions/> di akses tgl 17 november 2016 jam 17:30

14,7 juta, jadi pendapatan 19,5 juta dikurangi pengeluaran 14,7 juta menjadi 4,8 juta (laba bersih), jika pendapatan bersih sekitar 4,8 juta per bulan, maka balik modal sekitar 15 bulan (1,3 tahun).

b. Paket Syariah Black Kios : Rp. 75.000.000

Financial Analysis

Investasi awal **Rp. 75,000,000**

Revenue

Rata-rata pendapatan per hari Rp. 650,000

Pendapatan per bulan (30 hari) Rp. 19,500,000

Costs

Pengeluaran bahan baku Rp. 10,725,000

Sewa tempat dan gaji pegawai Rp. 3,412,500

Royalty Rp. 600,000

TOTAL COSTS Rp. 14,737,500

Pendapatan bersih Rp. 4,762,500

Bagi hasil 50:50 Rp. 2,381,250

Pay Back Period 2.4 tahun

Modal awal sekitar 75 juta, perusahaan menganalisis pendapatan penjualan kebab per hari 650 ribu (sesuai pengalaman selama lebih dari 12 tahun) dikali 30 hari (1 bulan) menjadi 19,5 juta per bulan, dipotong biaya operasional yang meliputi biaya bahan baku utama, biaya sewa tempat, gaji pegawai dan royalti sekitar 14,7 juta, jadi pendapatan 19,5 juta dikurangi pengeluaran 14,7 juta menjadi 4,8 juta (laba bersih), jika pendapatan bersih sekitar 4,8 juta per bulan, karena paket *syariah*, maka ada pembagian bagi hasil

sekitar 50:50, jadi yang didapat investor dan perusahaan masing-masing mendapatkan 2,4 juta per bulan maka balik modal sekitar 28 bulan (2,4 tahun).

c. Paket Black Booth : Rp. 90.000.000

Financial Analysis

Investasi awal **Rp. 90,000,000**

Revenue

Rata-rata pendapatan per hari Rp. 650,000

Pendapatan per bulan (30 hari) Rp. 19,500,000

Costs

Pengeluaran bahan baku Rp. 10,725,000

Sewa tempat dan gaji pegawai Rp. 3,412,500

Royalty Rp. 600,000

TOTAL COSTS Rp. 14,737,500

Pendapatan bersih Rp. 4,762,500

Pay Back Period 1.6 tahun

Modal awal sekitar 90 juta, perusahaan menganalisis pendapatan penjualan kebab per hari 650 ribu (sesuai pengalaman selama lebih dari 12 tahun) dikali 30 hari (1 bulan) menjadi 19,5 juta per bulan, dipotong biaya operasional yang meliputi biaya bahan baku utama, biaya sewa tempat, gaji pegawai dan royalti sekitar 14,7 juta, jadi pendapatan 19,5 juta dikurangi pengeluaran 14,7 juta menjadi 4,8 juta (laba bersih), jika pendapatan bersih sekitar 4,8 juta per bulan, maka balik modal sekitar 18 bulan (1,6 tahun).

d. Paket Premium Type : Rp. 200.000.000

Financial Analysis

Investasi awal **Rp. 200,000,000**

Revenue

Rata-rata pendapatan per hari Rp. 1,500,000

Pendapatan per bulan (30 hari) Rp. 45,000,000

Costs

Pengeluaran bahan baku Rp. 24,750,000

Sewa tempat dan gaji pegawai Rp. 9,000,000

Royalty Rp. 2,250,000

TOTAL COSTS Rp. 36,000,000

Pendapatan bersih Rp. 9,000,000

Pay Back Periode **1.9 tahun**

Modal awal sekitar 200 juta, perusahaan menganalisis pendapatan penjualan kebab per hari 1,5 juta (sesuai pengalaman selama lebih dari 12 tahun) dikali 30 hari (1 bulan) menjadi 45 juta per bulan, dipotong biaya operasional yang meliputi biaya bahan baku utama, biaya sewa tempat, gaji pegawai dan royalti sekitar 36 juta, jadi pendapatan 45 juta dikurangi pengeluaran 36 juta menjadi 9 juta (laba bersih), jika pendapatan bersih sekitar 9 juta per bulan, maka balik modal sekitar 22 bulan (1,9 tahun).

e. Paket Container : Rp. 200.000.000

Financial Analysis

Investasi awal **Rp. 200,000,000**

Revenue

Rata-rata pendapatan per hari Rp. 2,000,000

Pendapatan per bulan (30 hari) Rp. 60,000,000

Costs

Pengeluaran bahan baku	Rp.	33,000,000
Sewa tempat dan gaji pegawai	Rp.	9,000,000
Royalty	Rp.	–
TOTAL COSTS	Rp.	42,000,000
Pendapatan bersih	Rp.	18,000,000
Bagi hasil 60%	Rp.	10,800,000
Pay Back Period		1.5 tahun ⁸⁴

Modal awal sekitar 200 juta, perusahaan menganalisis pendapatan penjualan kebab per hari 2 juta (sesuai pengalaman selama lebih dari 12 tahun) dikali 30 hari (1 bulan) menjadi 60 juta per bulan, dipotong biaya operasional yang meliputi biaya bahan baku utama, biaya sewa tempat, gaji pegawai dan royalti sekitar 42 juta, jadi pendapatan 60 juta dikurangi pengeluaran 42 juta menjadi 18 juta (laba bersih), jika pendapatan bersih sekitar 18 juta per bulan, maka balik modal sekitar 22 bulan (1,9 tahun). Bagi hasil sesuai kesepakatan antara pemilik lahan dan perusahaan. Untuk sementara ini paket *container* masih belum dimitrakan dalam bentuk sistem *franchise*, akan tetapi paket ini hanya bekerjasama dengan pemilik lokasi untuk membuka *container* ini.

⁸⁴ <http://babarafi.com/investment-types/> di akses tgl 17 november 2016 jam 18:00

9. Penghargaan yang didapat

Kebab Turki Baba Rafi selama berkecimpung di industri usaha kategori makanan dan minuman mulai tahun 2003 sampai sekarang telah mendapatkan beberapa penghargaan, diantaranya.

- a) Pemenang "Anugerah Peduli Pendidikan di Perusahaan *Categorized*" - Departemen Pendidikan Nasional Indonesia,
- b) Pemenang *Ernst & Young Entrepreneur Of The Year - "Spirit Award Khusus Wirausaha 2009"* - oleh Ernst & Young Waralaba Terbaik untuk Investasi 2009" - oleh Majalah SWA,
- c) Pemenang "Penghargaan Pengusaha Muda Waralaba Indonesia" - oleh Majalah Info Waralaba,
- d) Pemenang "Waralaba TOP 30 ASEAN Terbaik" - Majalah Info Waralaba,
- e) Pemenang "Pemasaran Terbaik - *Waralaba Indonesia Of The Year 2009*" - oleh Majalah Info Waralaba,
- f) Pemenang "Penghargaan Kewirausahaan *Pasific Asia 2009*" - Posisi Kategori-oleh *Enterprise Asia* dari Malaysia 2008,
- g) Pemenang "Kewirausahaan Asia Pasifik Awards 2008" - Kategori Paling Menjanjikan - oleh *Enterprise Asia* dari Malaysia,
- h) Indonesia Ambassador untuk "Forum Iklim Pemimpin Muda Asia" - oleh *British Council*,

- i) Pemenang "Penghargaan Tahunan Kepemimpinan *Most Favorite* 2008" - oleh Leadership Award 2008,
- j) TOP 10 Waralaba Indonesia dari tahun 2008 Tahun" - oleh Majalah Info Waralaba 2007,
- k) Inspirator "Suara Perubahan" - oleh A Mild Live Soundrenaline 2007,
- l) Pemenang "Wirausaha Muda Mandiri 2007" (Pengusaha Muda Mandiri 2007)-Kategori Pasca Sarjana dan Alumni - Bank Mandiri,
- m) Pemenang "*Best Achievement* - Pengusaha Muda Penghargaan 2007" - Bisnis Indonesia,
- n) Pemenang "*Franchise* Terbaik 2007" dalam F Lokal & B Kategori - oleh Pengusaha Majalah,
- o) Pemenang "Manusia *Prestasi of The Year* 2007" - oleh Yayasan Citra Profesi Indonesia,
- p) Pemenang "Penghargaan Pengusaha Indonesia Terbaik 2007" - dengan Penghargaan Profesional Indonesia (IPA),
- q) Pemenang "Indonesian *Best Start Up* Perusahaan 2007" - Penghargaan oleh Yayasan Prestasi Indonesia.Pengusaha Jawara 2007" - oleh KONTAN,
- r) Pengusaha Terbaik Asia di bawah 25 tahun" - oleh BusinessWeek,
- s) *People Of The Year* 2006" - oleh Majalah TEMPO,

- t) Pemenang "*Enterprise 50*" - Pengusaha Hottest pada tahun 2006 - oleh Majalah SWA,
- u) Pemenang "Citra Pengusaha Berprestasi Indonesia Abad 21" - oleh Profesi Indonesia,
- v) Pemenang "Kecil dan Menengah Penghargaan Bisnis Pengusaha Indonesia" (ISMBEA 2006 oleh Menteri untuk Kerjasama & UKM Indonesia,
- w) Pemenang 1 "Rencana Bisnis Pengusaha" di Petra Universitas Surabaya,
- x) Juara 1 dalam "Membuat Uang Dengan Persaingan Tidak ada" di Makassar.⁸⁵

B. Paparan Data Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di kantor PT Baba Rafi Indonesia di Surabaya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sebelum itu peneliti mencoba menggambarkan suasana lokasi penelitian yang ada di Surabaya, kantornya terletak di jalan Nginden Semolo No.109 arah ke asrama haji sukolilo, dimana kantor tersebut merupakan *Brand Office* dari KTBR dan kantor *Head Office* pusat terletak di jalan RS Fatmawati No.33 Labu Cilandak Jakarta Selatan. Ditempat tersebut memakai bangunan ruko 3 lantai. 3 ruko jadi satu yang mana sisi kanan dipakai untuk jualan kebab, dan

⁸⁵ <http://profil.merdeka.com/indonesia/h/hendy-setiono/> di akses tgl 17 november 2016 jam 18:30

yang sisi tengah dipakai untuk tempat pengemasan barang bahan baku. Sedangkan di samping sisi kiri dibuat kafe dengan nama Waroeng Mie, untuk kantor pelayanan berada di lantai 2 dan 3.

Dari segi pelayanan sangat ramah dan penyajiannya cepat, seragam berwarna kuning, bersih dan rapi, memakai celana dan sepatu, fasilitas ada tempat duduk dan TV guna menunggu antrian. Peneliti mencoba memesan kebab original, dan tidak sampai 5 menit kebab original sudah siap dihidangkan, tempat parkir yang lumayan luas, dan lokasi yang tidak pernah sepi, karena disekitas sana dikelilingi oleh SPBU dan kampus-kampus ternama seperti Universitas Dr Sutomo dan Universitas 17 Agustus Surabaya.

2. Hasil Wawancara

Kali ini peneliti akan memaparkan hasil wawancara dengan mengkaitkan sama fokus penelitian, yaitu sebagai berikut:

a. Motivasi Kerja Kebab Turki Baba Rafi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di kantor PT Baba Rafi Indonesia di Surabaya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti kaitkan dengan kerangka teori, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Intrinsik

a. Prestasi

Prestasi diharapkan dapat memberikan motivasi dan gerakan dalam menuangkan inovasi dan bisa mengeluarkan unek-unek ketika menghadapi kendala dalam pekerjaannya, seperti yang

diungkapkan oleh mbak Himmatul Muhlisa selaku HRD *Coordinator* di perusahaan PT. Baba Rafi Indonesia yaitu sebagai berikut:

“dalam hal memotivasi kinerja karyawan ada beberapa aspek golongan yang meliputi di antaranya dari devisi komersil, karyawan dalam penjualan melebihi target akan diberikan bonus, baik itu berupa gaji tambahan atau kenaikan jabatan. Kemudian dalam devisi support, kali ini lebih dalam mengevisiensi biaya pengeluaran seminim mungkin, sehingga dapat ditekan pengeluaran yang tidak terlalu perlu. Setelah itu dalam bidang personal, perusahaan melakukan penilaian selama 6 bulan sekali tentang kinerjanya selama ini, penilaian bonus 3 bulan sekali jika ada peningkatan penjualan dan juga menilai baik buruk kinerja karyawannya yang meliputi 6 kategori di antaranya, karyawan yang suka menolong, disiplin, ceria, kreatif, relasi yang baik, pendengar yang baik”(HRD *Coordinator* KTBR Himmatul Muhlisa).⁸⁶

Perusahaan ini memberikan perhatian yang lebih kepada para karyawannya, dan tidak menyia-nyaiakan usaha kerja keras yang mereka keluarkan demi kemajuan perusahaan. Setiap bagian pekerjaan diberikan bonus jika memenuhi target penjualan, ini yang mendorong terjadinya semangat dalam menjalankan tugas masing-masing. Senada dengan hal ini, Pernyataan HRD juga diperkuat oleh pendapat mbak Weny Asmara Wirna selaku *General Affairs SPV* di perusahaan tersebut, sebagai berikut:

“perusahaan ini mengapresiasi hasil kinerja karyawan dalam pengembangan usahanya agar supaya karyawan bisa semangat dalam bekerja yang di antaranya memberikan bonus bagi yang melampaui target penjualan, merayakan karyawan yang lagi ulang tahun dengan membeli kue tar, akan tetapi dana perayaan ini dari iuran para karyawan, bukan dari perusahaan, memberikan penilaian kepada karyawan, dan bahkan ada yang

⁸⁶ Wawancara dengan HRD KTBR Himmatul Muhlisa, 03 November 2016

disekolahkan S2 full/dibiayai dari perusahaan” (General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).⁸⁷

Perusahaan tidak setengah-setengah dalam memberikan apresiasi bagi karyawan yang berprestasi, bahkan perusahaan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk melanjutkan studi yang lebih tinggi ke jenjang S2. Hal ini sudah pantas diberikan karena timbal balik yang diberikan ke perusahaan begitu besar. Keberhasilan para karyawan dalam memberikan sumbangsih kepada perusahaan memberikan banyak penghargaan, hal ini diutarakan oleh presiden direktur bapak Hendi Setiono, yaitu sebagai berikut:

“dalam perjalanan Alhamdulillah ada 60 award yang telah diterima dalam proses 15 tahun yang itu memotivasi kami dan tim supaya terus berkarya lagi dan menjadi lebih baik, sebagai recordnation ini hasil karya kita diapresiasi oleh pihak luar dan itu membuat kita semakin bersemangat untuk terus memberikan inspirasi kepada orang lain juga” (Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).⁸⁸

Mendapatkan penghargaan dapat memberikan dorongan untuk terus berinovasi dalam mengembangkan perusahaan agar supaya lebih maju dikemudian hari. Hal ini dibuktikan dengan mendapatkan beberapa penghargaan hingga ekspansi ke luar negeri.

Peneliti menemukan bahwa perusahaan sangat menghargai para karyawan yang berprestasi, memberikan kelonggaran dalam

⁸⁷ Wawancara dengan General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda, 05 November 2016

⁸⁸ Dokumentasi wawancara Presdir KTBR Hendi Setiono, 15 November 2016

mengeluarkan ide serta inovasi agar perusahaan cepat berkembang, hal ini dibuktikan dengan memberikan kenaikan pangkat atau gaji, bahkan sampai dibiayai S2 full sampai lulus. Disamping itu, penghargaan yang diterima oleh perusahaan akan memberikan nilai lebih dalam memotivasi agar menjadi perusahaan yang lebih baik lagi kedepannya, dan memberikan kepercayaan kepada investor. Hal ini terlihat di lemari kaca beberapa piala-piala dan foto penghargaan yang didapat terpampang di kantor tersebut.

b. Pengakuan

Suatu kegiatan atau aktivitas termasuk kerja jika dilakukan dengan keikhlasan maka akan mendatangkan ketenangan hati dalam bekerja, melakukan setiap langkah demi langkah akan memberikan keringanan dalam hal saling membantu, hal ini disampaikan oleh mbak Himmatul Muhlisa, yaitu sebagai berikut:

“dalam menjalankan rutinitas sehari-hari, keikhlasan sangat diperlukan, sehingga tidak akan merasa terbebani jikalau mengalami kendala dalam pekerjaannya, akan tetapi memang keikhlasan tidak bisa diukur secara objektif, akan tetapi keikhlasan dalam bekerja bisa dilihat dari jobdisknya, loyalitas antara para sesama karyawan. Disamping itu ada kegiatan rutinitas breafing setiap hari selasa dan kamis, materinya meliputi tentang kajian keagamaan, memotivasi para karyawan, bekerja dengan hati bukan dengan sakit hati, dan juga ada rutinitas tausyah setiap bulan, karena dalam perusahaan ini soal pekerjaan dan religious harus seimbang”(HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Ikhlas menjalani tugas merupakan kesadaran yang harus ditanam sejak dini, sehingga apa yang dikerjakan menjadi ringan

dan tidak terbebani dengan pekerjaan yang dilakukan. Bekerja dengan hati akan memberikan aura positif bagi lingkungan sekitar, begitu juga sebaliknya, apa yang dilakukan tidak dengan sepenuh hati akan memberikan dampak yang negatif bagi lingkungan sekitar. Keikhlasan membutuhkan kebiasaan dalam penerapannya. Kesenangan dalam pekerjaan adalah salah satu dari ciri-ciri keikhlasan, hal ini diperkuat oleh pendapat mbak Weny Asmara Wirna, yaitu sebagai berikut:

“setiap apa yang kita kerjakan termasuk profesi yang sedang digeluti sekarang ini memang harus disadari dari awal, apakah kita mencintai pekerjaan ini apa tidak, jadi dilihat dari niat awal dalam bekerja, seperti yang kami lakukan dalam pekerjaan kami selaku pengawas dalam menjaga kualitas barang-barang termasuk pengecekan kerusakan booth, kita harus dituntut untuk senang dalam kerja lapangan, mengecek kondisi booth di setiap cabang yang ada” (General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirna).

Niat awal dalam menjalankan suatu profesi sangat penting, hal ini yang mempengaruhi tingkat kesadaran dan keikhlasan dalam menjalankan pekerjaan. Ketika dihadapkan dalam suatu permasalahan dan niat awal mencintai pekerjaan yang dijalani tetap tergaja, beban akan terasa ringan meskipun permasalahan tersebut sangat besar adanya. Jika niat awal sudah tidak selaras dengan pekerjaan, permasalahan sekecil apapun akan terasa sangat besar.

Peneliti menemukan bahwa keikhlasan dapat dilihat dari loyalitas antar karyawannya, seperti ikhlas saling tolong menolong. Bekerja dengan niat yang baik akan mempermudah dalam menjalankan pekerjaan. Ketenangan hati dalam menjalankan amanah dapat mempermudah permasalahan yang ada. Ikhlas menerima masalah baik itu yang besar maupun yang kecil akan terasa ringan dan tak ada beban sama sekali.

c. Tanggung jawab

Sikap tanggung jawab seorang muslim terhadap pekerjaan yang telah diyakini harus dilaksanakan sepenuhnya. Tanggung jawab merupakan tindakan dimana seseorang melaksanakan tugas tidak pandang bulu, hal ini diutarakan oleh mbak Himmatul Muhlisa, yaitu sebagai berikut:

“saya berbicara pada porsi saya sebagai HRD di perusahaan ini ya, yang pertama dari sisi menejemen, dalam hal ini saya harus menegakkan aturan sesuai ketentuan dari perusahaan, posisi kita harus netral meskipun jikalau nanti ada teman baik kita melakukan kesalahan, kita tidak boleh berat sebelah, tapi harus imbang dan netral, harus bisa paham dan mendengarkan setiap keluhan, tidak terlalu mengekang terhadap karyawan yang lain, dalam hal ini kita harus bisa memposisikan diri kita gimana” (HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Netral merupakan salah satu dari sikap tanggung jawab. Hal ini sangat penting dalam melaksanakan tanggung jawab terlebih pada pekerjaan HRD yang mana menegakkan aturan tidak memandang bulu siapa yang melakukan kesalahan. Disamping itu

juga, melakukan kontrol dalam pekerjaan juga merupakan bentuk tanggung jawab, seperti yang disampaikan oleh mbak Weny Asmara Wirna, yaitu sebagai berikut:

“posisi saya kan sebagai General Affair SPV pada divisi supporting, yang mana tidak terlepas dari problem SDM, disini kami melakukan quality control pada setiap gerai yang ada di Surabaya, setiap ada keluhan masalah gerai dalam hal kerusakan dan lain sebagainya, kami akan melakukan tindakan perbaikan dengan cepat, dan biaya perbaikan tergantung pada paket yang dipilih, disini pemilik outlet dapat dikenai biaya jikalau kerusakan di akibatkan oleh kelalaiannya sendiri, akan tetapi jikalau kerusakan akibat memang dari pusat tidak dikenai biaya” (General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirna).

Memenuhi kebutuhan sehari-hari menimbulkan rasa tanggung jawab dalam diri. Kebutuhan keluarga akan memberikan dorongan untuk melakukan pekerjaan yang sebaik-baiknya, seperti yang disampaikan oleh Presiden Direktur Bapak Hendi Setiono menyatakan bahwa:

“jadi terjadi pergeseran dari pelaku wirausaha, bahasa kerennya entrepreneur 10 tahun yang lalu dengan yang sekarang, kalau entrepreneur sekarang telah menjadi life style, jadi mendapatkan status sebagai entrepreneur itu keren, lulus kuliah punya bisnis itu keren, tapi jaman dulu enggak, saya berbisnis karena saya memenuhi hidup saya berumah tangga, sehingga saya membuka cabang yang kemudian berbisnis kebab itu murni karena saya ingin memenuhi hidup saya dan keluarga saya, yang ternyata menghasilkan, kalau saya buka satu gerai omsetnya sekian untungnya sekian, bagaimana kalau buka dua, ternyata kali dua, dan bagaimana kalau saya buka sepuluh, ternyata kali sepuluh, dan akhirnya keterusan dan mulai saya franchisekan dengan jumlah banyak dan ternyata memberikan manfaat dengan setiap saya buka cabang baru saya membuka opportunity lapangan kerja baru, sehingga sumber tersebut menjadi mata rantai buat orang banyak”(Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Memberikan manfaat buat orang banyak seperti membuka lapangan pekerjaan merupakan bentuk tanggung jawab menurut bapak Hendy. Motivasi yang beliau lakukan setidaknya menjadikan contoh yang baik buat semua. Seperti yang diajarkan oleh Islam sebaik-baiknya manusia adalah yang memberikan manfaat buat orang lain. Menurut marketing direktur Ibu Nilam Sari, tanggung jawab merupakan proses apa yang sudah dimulai menuju hal yang lebih baik dan besar. Seperti yang beliau katakan:

“waktu itu tahun 2008 kita pernah hamper kolap, karena memang pada saat itu ada krisis dunia dan kemudian kita juga dari Surabaya pindah ke Jakarta sehingga pada saat itu kita agak shakie perusahaannya, tim Surabaya kita tarik ke Jakarta dan tim Surabaya seperti anak kehilangan induknya dan jakartapun berkembang, tapi memang secara culture luar biasa berkembang tapi culture belum siap untuk mengimbangi perkembangan perusahaan yang kesini makin besar, dan kita berusaha untuk memperbaiki dari sistem menejerial, sistem perusahaan, dan saya sempet sekolah S2 dan Alhamdulillah itu bisa teratasi ditahun 2010, dulu kita perusahaan rumahan , nah makin kesini setelah kita pindah ke gedung yang Alhamdulillah memiliki luas 2000 meter persegi, orang menuntut kita untuk lebih, dari segi pelayanan, ketepatan, quality, dan lain-lainnya, tapi memang makin kesini kita Alhamdulillah bisa melewati semua cobaan tadi” (Marketing Direktur KTBR Nilam Sari).⁸⁹

Proses merupakan perjalanan dalam menuju sesuatu yang lebih besar. Hal ini membutuhkan kesabaran, keikhlasan, fokus dan tanggung jawab dalam menjalaninya agar mendapatkan hasil yang diharapkan kedepannya. Melewati cobaan masalah yang dihadapi satu demi satu dengan rasa tanggung jawab sepenuhnya.

⁸⁹ Dokumentasi wawancara dengan Marketing Direktur KTBR Nilam Sari, 10 November 2016

Peneliti menemukan bahwa pendiri waralaba KTBR menjelaskan awal mula menjalankan bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Pada saat itu pendiri waralaba mempunyai tanggung jawab sebagai kepala keluarga, menjalani proses dengan penuh tanggung jawab dan dedikasi yang tinggi agar bisa bermanfaat buat semuanya. Kemudian peneliti melihat pengirimkan bahan baku yang tepat waktu dan dalam proses pengemasan sangat cepat.

d. Pengembangan

Belajar merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan, dengan belajar apa yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Manusia diwajibkan terus belajar sepanjang akhir hayatnya. Belajar juga tidak serta merta hanya di bangku sekolah dan kuliah. Belajar bisa dimana saja, belajar dari kehidupan yang dialami sendiri atau yang dialami oleh orang lain. Bekerja juga membutuhkan banyak belajar, seperti yang disampaikan oleh mbak Himmatul Muhlisa:

“ini lebih kepada training operator, akan tetapi tidak semua divisi ikut training, tapi dilihat dulu training yang sebelumnya berjalan maksimal atau belum, jikalau sebelumnya hasil trainingnya berjalan oke dan akan diteruskan ke training selanjutnya, jika mengalami kesulitan langsung Tanya sama mentornya, disisi lain jga ada kegiatan rutinitas breafing setiap hari selasa dan kamis, materinya meliputi tentang kajian keagamaan, memotivasi para karyawan, hal ini bertujuan untuk keseimbangan bekerja dan ibadah”(HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Hal senada juga disampaikan oleh mbak Weny Asmara Wirda yang menyatakan bahwa:

“di perusahaan ini menerapkan asas kekeluargaan, yang mana semua karyawan bebas mengapresiasi ide-ide dan produk-produk baru dan bisa langsung disampaikan ke atasan, akan tetapi dalam penerapannya harus dilakukan step by step, melakukan riset dan uji coba selama satu minggu, apabila produk baru bisa diterima sama konsumen, maka akan bisa di ajukan menjadi salah satu menu utama dari 16 menu yang ada” (General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Mbak Weny Asmara Wirda menyatakan bahwa asas kekeluargaan menimbulkan kenyamanan dalam belajar, mempermudah dalam menuangkan ide-ide yang akan dikembangkan nanti demi kemajuan perusahaan. Belajar membutuhkan waktu agar bisa memberikan hasil yang baik kedepannya. Belajar bisa didapatkan dimana saja, kapan saja. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Hendy Setino sebagaimana pendapatnya:

“hobi saya traveling, makan, jalan-jalan, bisnis terwakili dengan hobi saya makan, kemudian travelling terwakili dengan hobi dan aktivitas saya yaitu memberi dan mengisi seminar, kebetulan saya kerap kali diundang oleh beberapa kampus di seluruh Indonesia didalam dan diluar negeri, sharing tentang bagaimana jadi pengusaha yang berhasil yang entrepreneur dan disamping itu jalan-jalan saya juga hobi aktivitas berorganisasi, jadi saya tergabung dalam beberapa komunitas, saya tergabung di HIPNI dan KADIN sebagai ketua kompartemen pengembangan wirausaha, sehingga aktivitas saya banyak untuk membagikan waktu ke generasi muda supaya mereka menjadi pengusaha sukses” (Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Peneliti menemukan bahwa perusahaan KTBR berusaha menciptakan SDM yang berkompeten dunia akhirat. Dibuktikan dengan melaksanakan *breafing* rutin setiap hari Selasa dan Kamis yang meliputi pembelajaran keagamaan, memotivasi karyawan. Disamping itu juga pengalaman dari pendiri yang jatuh bangun membangun usaha bisa menjadikan pembelajaran bagi generasi muda kedepannya, dengan cara mengadakan seminar bisnis di berbagai kota di seluruh Indonesia.

2. Faktor Ekstrinsik

a. Kebijakan dan Administrasi

Menghindari larangan-larangan yang ditetapkan oleh perusahaan demi memperlancar kinerja karyawan merupakan tugas untuk semua. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kedisiplinan dalam bekerja. Apabila ada yang melanggar peraturan perusahaan akan dikenakan hukuman. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Mbak Himmatul Muhlisa, menyatakan bahwa:

“tetep ya kita harus komitmen sama peraturan yang sudah dibuat oleh perusahaan ini, jika ada yang melakukan kesalahan, maka akan mendapatkan SP1, akan tetapi pengeluaran SP tergantung tingkat kesalahannya apa, jika kesalahannya kecil, atasan cuma menegur dan menasehati saja, jikalau kesalahannya agak besar dan merugikan perusahaan, entah itu mencoreng nama baik perusahaan maupun hilangnya khas perusahaan, maka akan dikeluarkan SP1,2,3 dan bisa langsung dikeluarkan, jika pelanggaran UUD, akan dilaporkan ke pihak berwajib”(HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Pembahasan mengenai hal ini juga disampaikan oleh Mbak Weny Asmara Wirda, pelanggaran yang telah dilakukan akan diberikan peringatan. Baik itu peringatan tertulis maupun tidak tertulis, tergantung dari tingkat pelanggaran yang dilakukan. Seperti yang disampaikan:

“tergantung dari tingkat kesalahan yang dilakukan, jika ringan akan ditegur dengan lisan, dan jika melakukan kesalahan serupa berulang-ulang akan diberikan SP 1,2,3” (General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Peneliti menemukan bahwa ketegasan dalam bertindak sangat penting agar peraturan dapat berjalan dengan baik dan tidak melakukan tindakan semena-mena. Akan tetapi tutur kata dalam menindak lanjuti pelanggaran yang dilakukan juga sangat penting, agar yang melanggar bisa menyadari kesalahannya dan tidak akan mengulangnya kembali. Dengan ketegasan, apa yang dicita-citakan perusahaan melalui visi misi bisa cepat terealisasikan.

b. Hubungan antar pribadi

Manusia adalah makhluk lemah yang tak mampu mencukupi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa bantuan pihak lain. Agar memenuhi kebutuhan hidupnya manusia perlu mengadakan kerjasama, tolong menolong dan saling membantu dalam berbagai hal. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Hendy Setiono yang menyatakan bahwa:

“saya pikir keberhasilan kami membangun baba rafi tidak lepas dari dukungan orang terdekat terutama dari orang tua, jadi doa dari ibu dari ayah doa dari teman-teman sekitar itu yang membuat bisnis semakin maju, jadi ya saya selalu dalam menghadapi situasi apapun baik senang maupun susah baik itu lagi jaya ataupun lagi susah, dengan doa dan dukungan orang tua saya membuat lebih tenang, lebih berkah bisnisnya, dan saya sendiripun mendapatkan dukungan secara emosional, ini yang membuat saya oke tidak boleh saya menyerah, tambah semangat dan lebih maju, jadi teman-teman entrepreneur muda kalau mereka mau berbisnis ya doa restu orang tua yang paling penting” (Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Beliau menyampaikan bahwa dukungan orang terdekat sangatlah penting. Ini yang dapat menimbulkan semangat dalam mengembangkan perusahaan hingga sekarang ini. Tidak muda menyerah, membuat hati terasa tenang, tidak pandang tinggi rendahnya jabatan, paparan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Mbak Himmatul Muhlisa yang mengungkapkan bahwasannya:

“jabatan disini baik itu jabatan dari brand menejer, supervisor, coordinator, operator dan lain-lain semuanya sama, karena dalam perusahaan ini memakai nilai kekeluargaan setiap ada karyawan ultah selalu dirayain dengan membeli kue tar, uang buat beli kue bukan dari perusahaan, akan tetapi kita saling iuran setiap bulan, dan dipapan tulis terdapat nama karyawan beserta tanggal ulang tahunnya, jadi kita semua bisa tau kapan dan siapa yang akan ulang tahun, ini diharapkan agar hubungan antar sesama bisa saling terjaga dengan baik” (HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Kebersamaan membuat solid dalam mempercepat tercapainya tujuan bersama, semuanya adalah saudara, keluarga, teman, susah duka dan senang semua ditanggung bersama. Hal ini dibuktikan dengan mengadakan perayaan ulang tahun kecil-kecilan dengan memakai kantong pribadi masing-masing. Pernyataan

tersebut dibenarkan oleh Mbak Weny Asmara Wirda yang menjelaskan bahwa:

“hubungannya sangat fleksibel ya, apa lagi orang-orang disini banyak yang hamble, dalam artian orangnya asyik dalam berhubungan, pendengar yang baik, suka tolong menolong dan masih banyak lagi”(General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Peneliti menemukan bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang sangat besar, baik itu untuk dirinya sendiri maupun orang lain, bahkan untuk perusahaan itu sendiri. Faktor dorongan dari keluarga terdekat juga memberikan dampak yang sangat besar dikala perusahaan dilanda masalah. Keluarga adalah penyemangat utama untuk bisa bangkit dan menghadapi masalah yang ada. Peneliti juga merasakan bahwa aroma hubungan yang baik antar karyawan yang mana para karyawan saling menyapa satu sama lain, melayani tamu dengan sangat ramah.

c. Kondisi Kerja

Kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai keadaan lingkungan disekitarnya, antara manusia dan lingkungan terdapat hubungan yang sangat erat. Dalam hal ini, manusia akan selalu berusaha untuk beradaptasi dengan berbagai keadaan lingkungan sekitarnya. Demikian pula halnya ketika melakukan pekerjaan, karyawan sebagaimana manusia tidak dapat dipisahkan dari berbagai keadaan disekitar tempat mereka bekerja, yaitu kondisi

kerja. Selama melakukan pekerjaan, setiap karyawan akan berinteraksi dengan berbagai kondisi yang terdapat dalam lingkungan kerja. Kondisi kerja didalam perusahaan merupakan faktor yang sangat penting bagi karyawan maupun petinggi perusahaan dalam proses produksi yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Penjelasan disampaikan oleh Mbak Himmatul Muhlisia sebagaimana yang diutarakan yaitu:

“motivasi dalam bekerja pengaruhnya akan sangat luas dan tampak dalam pengembangan usahanya, di antaranya bisa lebih cekatan dalam packing-packing barang bahan baku mentah yang akan dikirim ke outlet-outlet, cepat dan ramah dalam melayani pembeli, rajin dalam menunaikan ibadah shalat, dan secara tidak langsung akan disiplin sendiri-sendiri, dalam pekerjaannya tidak ada tekanan, baik atasan maupun bawahan adalah keluarga, harus saling gotong royong, dan ini yang membuat karyawan semangat dalam bekerja dan secara perlahan pengembangan usahanya lambat raut akan mengalami peningkatan, aturan istirahat antara jam 1 sampai jam 2”(HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisia).

Lingkungan kerja merupakan keadaan yang terjadi berkaitan dengan hubungan kerja, baik hubungan dengan atasan, maupun hubungan dengan sesama rekan kerja ataupun hubungan dengan bawahan. Perusahaan harus dapat mencerminkan kondisi yang mendukung kerja sama antar tingkat atasan, bawahan maupun yang memiliki status yang sama. Kondisi yang diciptakan adalah suasana kekeluargaan, komunikasi yang baik. Adapun hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Mbak Weny Asmara Wirda, kekeluargaan merupakan asas yang sangat penting dalam kondisi kerja agar situasi bisa kondusif. Seperti yang dikatakan:

“disini kan kita bekerja secara profesional dan baik, namanya juga kita disini memakai nilai asas kekeluargaan, jadi semuanya adalah keluarga, maka dari itu setiap ada perayaan entah itu ultah atau sejenisnya, kita selalu merayakannya, rutin ditarik iuran untuk membeli hadiah buat yang lagi punya hajat, ini yang membuat kita nyaman dalam bekerja”(General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Peneliti menemukan bahwa perusahaan memakai nilai asas kekeluargaan. Jadi dengan kondisi ini suasana tempat kerja bisa kondusif dan nyaman. Tidak ada rasa tertekan dalam bekerja dengan cara seperti ini akan menimbulkan rasa kesadaran diri dalam bekerja, secara tidak disadari menjadi giat bekerja dan cekatan. Peneliti juga melihat kondisi kerja yang ada di perusahaan ini fasilitasnya sangat lengkap, setiap karyawan istirahat makan siang telah disediakan tempat cuci tangan, dan juga terdapat tempat sampah di pojok dekat tangga, dan disamping itu juga terdapat musholla yang lumayan cukup besar, ketika waktu shalat tiba akan berbunyi alarm sebagai tanda masuknya waktu shalat.

d. Gaji

Karyawan merupakan salah satu faktor yang sangat penting, keberadaan karyawan tidak boleh begitu saja dikesampingkan, akan tetapi harus diperhatikan kesehatan dan kesejahteraannya. Hal yang tidak terlepas begitu saja dari karyawan adalah gaji. Gaji merupakan hasil timbal balik yang diterima karyawan sebagai jasa yang telah dilakukan. Besar

kecilnya gaji secara keseluruhan tidak bisa diuraikan secara gamblang, hal ini sebagai bentuk privasi. Seperti yang disampaikan oleh Mbak Himmatul Muhlisa menjelaskan bahwa:

“mohon maaf sebelumnya, kami sangat tertutup dalam hal memberikan informasi gaji dari pihak luar, karena ditakutkan akan ada kesenjangan jika antar sesama karyawan mengetahui gaji yang diterima satu sama lain, yang jelas cukup buat hidup di kota besar seperti di Surabaya ini”(HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Pernyataan tersebut juga diperkuat pendapatnya oleh Mbak Weny Asmara Wirda, bahwasannya gaji tidak bisa disebutkan berapa nominal yang didapat, demi menjaga kerukunan antar sesama karyawan:

“skema pengupahan disini kami tidak bisa memberikan banyak info, dikarenakan untuk menjaga keharmonisan dan tidak ada kesenjangan antara karyawan, yang pasti Alhamdulillah cukup buat makan sehari-hari, apapun jumlah yang kita dapatkan harus tetap disyukuri”(General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Peneliti menemukan bahwa soal gaji adalah urusan perusahaan, dan memang jarang sekali ada perusahaan yang terang-terangan soal berapa gaji yang didapat di setiap jabatan. Berbagai alasan yang bisa perusahaan buat, akan tetapi, menurut pengalaman peneliti, dulu saat menjadi operator di salah satu *outlet* di malang, mendapatkan gaji pokok 800 ribu, uang makan 10 ribu dan uang transport 10 ribu bagi yang mempunyai kendaraan.

b. Kontribusi Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di kantor PT Baba Rafi Indonesia di Surabaya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yaitu sebagai berikut:

Kontribusi merupakan suatu hasil yang dilakukan untuk membantu menghasilkan atau mencapai sesuatu bersama-sama dengan orang lain, atau untuk membantu membuat sesuatu yang sukses. Ketika memberikan kontribusi, itu berarti memberikan sesuatu yang bernilai bagi sesama, seperti uang, harta benda, penghargaan dan lain sebagainya. Sebagaimana halnya yang dijelaskan oleh bapak Hendy Setion sebagai berikut:

“dalam perjalanan Alhamdulillah ada 60 award yang telah diterima dalam proses 15 tahun yang itu memotivasi kami dan tim supaya terus berkarya lagi dan menjadi lebih baik, sebagai recordnation ini hasil karya kita diapresiasi oleh pihak luar dan itu membuat kita semakin bersemangat untuk terus memberikan inspirasi kepada orang lain juga” (Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Beliau memberikan kontribusi yang nyata dalam memberikan pelayanan yang terbaik, terbukti dengan banyaknya penghargaan yang didapat selama ini. Hal ini mendorong semangat untuk bisa menginspirasi untuk yang lain. Beliau juga melanjutkan penjelasannya, disamping itu kontribusi yang beliau berikan dapat membuka lapangan kerja baru untuk orang lain:

“jadi terjadi pergeseran dari pelaku wirausaha, bahasa kerennya entrepreneur 10 tahun yang lalu dengan yang sekarang, kalau entrepreneur sekarang telah menjadi life style, jadi mendapatkan status sebagai entrepreneur itu keren, lulus

kuliah punya bisnis itu keren, tapi jaman dulu enggak, saya berbisnis karena saya memenuhi hidup saya berumah tangga, sehingga saya membuka cabang yang kemudian berbisnis kebab itu murni karena saya ingin memenuhi hidup saya dan keluarga saya, yang ternyata menghasilkan, kalau saya buka satu gerai omsetnya sekian untungnya sekian, bagaimana kalau buka dua, ternyata kali dua, dan bagaimana kalau saya buka sepuluh, ternyata kali sepuluh, dan akhirnya keterusan dan mulai saya franchisekan dengan jumlah banyak dan ternyata memberikan manfaat dengan setiap saya buka cabang baru saya membuka opportunity lapangan kerja baru, sehingga sumber tersebut menjadi mata rantai buat orang banyak”(Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Disamping itu pula beliau juga mengatakan:

“jadi kami bersyukur berjalan 12 tahun ternyata tidak di Indonesia saja, tapi kita mampu mengibarkan bendera di 8 negara, jadi mulai dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Brunei, kemudian kami membuka di Sri Lanka, China dan Belanda yang kami buka akhir tahun kemaren, dan itu menjadi cikal bakal kami untuk membawa kebab dengan cita rasa Indonesia, merk asli Indonesia yang digemari dunia, jadi tentu karena kami memulai di Indonesia maka gerai yang terbanyak di Indonesia sendiri sebanyak 1200 gerai dan jumlah cabang Internasional yang kira-kira berjumlah 56 cabang, jadi itu menjadi kebanggaan kita, ayo merk Indonesia jangan mau kalah ne, go MEA harus kita serbu, yuk kita jualan pecel, rawon, rumah makan padang di Negara Asean lain, yang menarik, kebab itu menjadi menu tradisional yang sangat banyak disana (Turki), tapi tidak ada yang berbentuk jaringan usaha dalam jumlah banyak, sehingga begitu kami muncul di Indonesia dengan jumlah gerai terbanyak , kemudian perkembangan cabang tidak hanya di Indonesia saja tapi di luar negeri, sehingga itu memunculkan permintaan dari seluruh dunia, dan saat mereka mau berbisnis kebab datanglah ke baba rafi”(Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Memulai sesuatu harus dari yang kecil terlebih dahulu, karena memulai dari yang kecil akan memiliki risiko yang kecil pula. Begitu juga dengan kontribusi yang diberikan, yang terpenting

menghadapi masalah sebagai tantangan, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nilam Sari, sebagai berikut:

“start something small, mulai dari resiko yang terukur, karena kadang orang bisnis yang dilihat adalah untung, padahal kita juga harus melihat ruginya, selanjutnya konsisten karena masalah dalam bisnis sangat banyak, saya mungkin tidak bilang masalah tapi lebih ke challenge, dan lihat setahun dua tahun akan menjadi langkah besar buat kita”.(Marketing Directur KTBR Nilam Sari)

Kontribusi dalam pengembangan usaha berimbas secara langsung terhadap karyawan, yang mana karyawan yang awalnya sedikit malas bisa semangat lagi. Salah satunya dari faktor lingkungan dan hubungan antar sesama karyawan. Hal ini dijelaskan panjang lebar oleh Mbak Himmatul Muhlisa, sebagaimana yang akan dijabarkan berikut ini:

“motivasi dalam bekerja pengaruhnya akan sangat luas dan tampak dalam pengembangan usahanya, di antaranya bisa lebih cekatan dalam packing-packing barang bahan baku mentah yang akan dikirim ke outlet-outlet, cepat dan ramah dalam melayani pembeli, rajin dalam menunaikan ibadah shalat, dan secara tidak langsung akan disiplin sendiri-sendiri, dalam pekerjaannya tidak ada tekanan, baik atasan maupun bawahan adalah keluarga, harus saling gotong royong, dan ini yang membuat karyawan semangat dalam bekerja dan secara perlahan pengembangan usahanya lambat raut akan mengalami peningkatan”(HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Penjelasan dari mbak Himmatul Muhlisa diperkuat oleh mbak Weny dalam pandangan pengembangan usaha, yaitu sebagai berikut:

“kontribusi motivasi kerja dalam pengembangan usaha tidak serta merta selalu berkaitan dalam bertambahnya jumlah outlet

yang ada, melainkan dari sumber daya manusianya (SDM), karena pengalaman karyawan dalam pengembangan ini akan menjadikan mereka professional di bidangnya, yang namanya professional itu butuh proses yang lama, sehingga akan ahli dalam bidangnya”(General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Peneliti menemukan bahwa kontribusi berdampak sangat luas baik bagi karyawan maupun bagi perusahaan. Bagi karyawan yang mempunyai motivasi tinggi akan memberikan dampak pada penjualan yang tinggi pula dengan mendapatkan imbalan kenaikan gaji atau pangkat. Bagi perusahaan dengan *track recordnya* bagus akan memberikan prestasi, yaitu berupa banyaknya penghargaan yang sudah didapat selama 15 tahun menjalankan bisnis. Dalam mengembangkan usaha butuh kesabaran dan keikhlasan dalam menjalaninya. Lakukan sesuatu mulai dari yang kecil terlebih dahulu, ubah masalah menjadi sebuah tantangan, hadapi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, nanti kedepannya akan membuahkan hasil yang lebih baik. Hubungan yang baik akan memberikan kontribusi yang sangat besar. Pertama yang harus di dahului adalah hubungan dengan orang dekat, yaitu keluarga dan saudara-saudara. Semangat emosionalnya akan semakin membara, apalagi restu dari orang tua terutama ibu, ini yang membuat usaha semakin berkah. Lingkungan tempat kita bergaul sehari-hari juga akan memberikan kontribusi yang lebih, menambah semangat agar selalu tidak akan pernah menyerah dalam menghadapi tantangan yang ada.

c. Strategi Pengembangan Waralaba

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di kantor PT Baba Rafi Indonesia di Surabaya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yaitu sebagai berikut:

Pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dan perubahan lingkungan yang cepat menyebabkan perusahaan harus secara terus menerus memantau pasar dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Menjadi keharusan bagi perusahaan untuk menjalankan atau membuat strategi-strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Strategi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan. Dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang diperoleh dari kegiatan strategi yang dijalankan perusahaan. Melihat pentingnya strategi pengembangan terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan, maka ada beberapa strategi yang dijalani perusahaan Kebab Turki Baba Rafi. Seperti yang dijelaskan oleh Mbak Himmatul Muhlisa yang mengatakan bahwa:

“dalam strategi pengembangan franchise di perusahaan ini ada 2 kategori yang akan ditekankan, diantaranya dari sisi penjualan, dalam penjualan ini ada 2 bagian yaitu dari penjualan franchise itu sendiri, dalam menarik calon investor, desain booth harus semenarik mungkin dan pilihan warna harus yang sangat mencolok seperti warna merah dipadukan dengan warna kuning, mempresentasikan keunggulan dari franchise ini kepada calon investor, mengikuti acara even pameran. Bagian kedua dari segi produk, mempertahankan produk sangatlah penting, setelah melihat desain booth, calon investor melihat apa yang di jual dari franchise tersebut, produk harus berkualitas, memilih bahan-bahan yang terbaik, sehingga menghasilkan

produk yang sangat memuaskan, meskipun harga naik, kualitas produk dan rasa akan tetap sama. Kategori yang kedua itu dari segi pengembangan, desain booth selalu up to date, investor yang sudah bergabung dan puas akan kerjasama dengan perusahaan ini akan ditawarkan kembali untuk menambah outlet atau cabang, dan ini yang membuat cabangnya bertambah banyak” (HRD Coordinator KTBR Himmatul Muhlisa).

Sejalan dengan pemaparan yang sudah disampaikan sebelumnya, diperkuat oleh mbak Weny Asmara Wirda yang menjelaskan bahwa:

“selain dalam pengembangan strategi yang meliputi desain booth dan sebagainya, perusahaan ini juga mengupgrade menu yang tersedia di perusahaan ini, adapun promo menu terbaru tidak harus ide dari para atasan, akan tetapi para bawahan atau karyawan juga diberikan hak wewenang atas usulan produk menu terbaru, jika ada salah satu karyawan mempunyai ide menu baru akan dilakukan uji coba terlebih dahulu, apakah akan diterima oleh pasar apa tidak, jika banyak yang minat, makan akan dimunculkan menu terbaru tersebut. Selain itu perusahaan juga mempunyai usaha selain kebab ini, yaitu Waroeng Me, disana juga akan ada diskon bagi pelanggan yang masih berstatus siswa, dan juga ada Kontainer Kebab, sensasi membeli kebab selain di outlet-outlet yang sudah ada, dan yang terbaru produk frozen kebab, produk ini masih dikategorikan bahan mentah, ada sensasi tersendiri jika memasak sendiri kebab dirumah dengan frozen kebab ini” (General Affair SPV KTBR Weny Asmara Wirda).

Ibu Nilam Sari mengenang perjuangan jatuh bangun membangun perusahaan Kebab Turki Baba Rafi sampai sekarang. Setiap apa yang dilakukan harus memiliki mimpi yang sangat besar, selalu semangat menghadapi rintangan yang menghampiri, tidak mudah putus asa setiap kali mengalami kesulitan. Seperti yang beliau sampaikan:

“memang kita orang Surabaya, kaki lima pinggir jalan yang mempunyai cita-cita luar biasa besar, well kita waktu itu mencoba keberuntungan saja, waktu itu pemerintah sempat membuka stand free, waktu itu kita belum siap, jujur dari segi sistem atau human resource, tapi kita coba aja keberuntungan dan Alhamdulillah kita sempat tiga sampai empat kali closing deal, tapi memang ketika Malaysia pada saat itu mereka datang ke Indonesia mereka kaget lha ini kantornya kok masih berbentuk rumah, karena kita memang waktu itu ya udah yang penting berani aja, tapi kita sadar secara empat tahun yang akhirnya gak jadi berturut-turut kita closing deal itu tadi dan kita mulai banyaknya kita harus memperbaiki diri, membenahi SOP, harus mencari orang yang International basic yang ngeri dan lain-lain, Alhamdulillah ditahun 2010 akhirnya kita closing bisa dan kita bener-bener wow mimpi kita akhirnya jadi nyata dan Alhamdulillah gak cuma Malaysia dan hampir disaat yang sama berselang dua bulanan kita bisa buka di Filipina” (Marketing Directur KTBR Nilam Sari).

Beliau juga meneruskan ceritanya mengenai selalu berinovasi juga menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, sebagaimana yang telah disampaikan:

“mungkin salah satu kuncinya adalah never ending inovasi, karena begini memang kebab iya makanan luar negeri seperti burger hotdog, yang kita jual bukan makanan Indonesia, tapi rasanya kita ganti dengan rasa local, nah itu kuncinya, sehingga orang lokalpun bisa menerima, basicly orang Indonesia sangat terbuka dengan makanan baru dari luar negeri, tapi memang harus disesuaikan dengan lidah lokal, sama ketika kita buka diluar negeri pun kita juga akan justing dengan rasa lokal plus teknik marketing” (Marketing Directur KTBR Nilam Sari).

Strategi selanjutnya yang beliau paparkan mengenai ketersediaan bahan baku, hal ini sangat penting supaya cita rasa yang disediakan akan tetap sama, pernyataannya sebagai berikut:

“di baba rafi kita memotong 70% proses memasak, jadi 70% sudah kita prepare di baba rafi, jadi tortilanya berbentuk frozen, dan daging yang kita supply dalam bentuk frozen, sauspun sudah jadi, ketika di outlet tidak ada lagi proses masak memasak, tinggal memanggang, memoting tipis-tipis dan meracik, sayur

daging tortilla dan saus diracik jadi satu dipanaskan sudah jadi, jadi siapapun yang masak rasanya sama” (Marketing Directur KTBR Nilam Sari).

Dalam perkembangan informasi dan teknologi, sebuah media *online* memiliki peranan penting didalam memasarkan sebuah produk atau jasa yang hendak disampaikan kepada masyarakat umum. Masyarakat pada saat ini telah menggunakan media *online* untuk mencari informasi mengenai produk apa yang akan dimiliki dengan tingkat keinginan mengetahui keunggulan dan manfaat tambahan dari sebuah produk yang akan dibeli. Peranan media *online* menumbuhkan inspirasi bagi para pemuda dalam mempelajari mengenai media *online*. Dalam melakukan promosi melalui media *online*, para pengusaha akan mendapat berbagai manfaat dengan memperkenalkan produk atau jasa. Peluang ini juga dimanfaatkan oleh Ibu Nilam Sari, seperti yang beliau sampaikan:

“baba rafi totally bermain banget disana, kita juga membuka yang namanya www.babarafionline.com itu menjual tentang everything tentang baba rafi, kita juga mempunyai kebab frozen jadi yang siap saji, orang ketika mau membeli kebab dan malas keluar mereka bisa tinggal beli, kita juga bermain di SEO, kita juga bermain di landing page, bahkan yang namanya took online, twitter, sosial media yang lain, dan bahkan juga mungkin salah satu yang paling lucu ne kita bisa closing ke luar negeri itu adalah karena kita memang benar-benar memainkan website kita dengan perpaduan SEO, dan kita juga sudah bekerjasama dengan zalora, eleania, kaskus kita menjual barang kita disana, dan surprizely salesnya luar biasa banget” (Marketing Directur KTBR Nilam Sari).

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh bapak Hendy Setiono yang mengenai peranan penting media online dalam strategi promosi produk, beliau mengatakan bahwa:

“jadi agak berbeda tren 10 tahun yang lalu dengan yang sekarang, kalau dulu trennya adalah pasang iklan di koran, majalah dan sejenisnya, dan sekarang campionnya berbentuk digital, jadi internet digital marketing kemudian memanfaatkan dengan tren yang ada sekarang delivery order lewat go food, memanfaatkan sekarang pengiriman lewat internet, dan bahkan kami sendiri membuat portal bernama www.babarafionline.com, itu market place untuk produk-produk makanan frozen, seperti food frozen baba rafi, frozen kebab dan kami menjual menu-menu beragam yang ini membuat costumer di seluruh Indonesia dimanapun berada mereka bisa memesan online dan dikirim” (Presiden Directur KTBR Hendy Setiono).

Peneliti menemukan bahwa menjaga hubungan baik dengan pelanggan sangatlah penting, mengingat pelanggan adalah raja, begitu juga dengan investor di perusahaan ini. Memberikan pelayanan yang baik kepada investor agar investor merasa puas dengan hasil kinerja perusahaan, memberikan hasil laba rugi secara benar dan jujur kepada investor. Kesungguhan dalam memperbaiki manajemen akan berdampak pada sehat tidaknya perusahaan. Ketika perusahaannya sehat, akan meningkatkan rasa kepercayaan investor terhadap perusahaan ini. Para pelaku usaha juga dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam berbisnis, mengikuti arus jaman modern, memanfaatkan media online buat sarana promosi produk, berani menerima tantangan dikala menghadapi kesulitan dalam berbisnis, tahan banting, dan sebagainya.

C. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini akan peneliti olah berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang sudah dijabarkan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi Kerja Kebab Turki Baba Rafi

Perusahaan sangat menghargai para karyawan yang berprestasi Hal ini dibuktikan dengan memberikan kenaikan pangkat, bahkan sampai dibiayai S2 *full* sampai lulus. Disamping itu penghargaan yang diterima oleh perusahaan akan memberikan nilai lebih dalam memotivasi agar menjadi perusahaan yang lebih baik lagi kedepannya. Selain itu, pentingnya nilai keikhlasan dapat dilihat dari loyalitas antar karyawannya, seperti ikhlas saling tolong menolong.

Pendiri waralaba KTBR menjelaskan awal mula menjalankan bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga, yang pada saat itu mempunyai tanggung jawab sebagai kepala keluarga bagi istri dan ketiga anaknya. Perusahaan KTBR menyadari pentingnya menciptakan SDM yang berkompeten dunia akhirat. Dibuktikan dengan melaksanakan *breafing* rutin setiap hari Selasa dan Kamis yang meliputi pembelajaran keagamaan. Disamping itu juga pengalaman dari pendiri yang jatuh bangun membangun usaha, bisa menjadikan pembelajaran bagi generasi muda kedepannya. Hal itu dilakukan dengan cara mengadakan seminar bisnis di berbagai kota di seluruh Indonesia, agar ilmu dan pengalamannya bisa bermanfaat bagi semua.

Ketegasan dalam bertindak sangat penting agar peraturan dapat berjalan dengan baik dan tidak melakukan tindakan semena-mena. Akan tetapi, tutur kata

dalam menindak lanjuti pelanggaran yang dilakukan juga perlu diperhatikan, agar yang melanggar bisa menyadari kesalahannya dan tidak akan mengulangnya kembali. Dengan ketegasan, apa yang dicita-citakan perusahaan melalui visi misi bisa cepat terealisasikan.

Hubungan yang baik akan memberikan dampak yang sangat besar baik itu untuk dirinya sendiri maupun orang lain, bahkan untuk perusahaan itu sendiri. Dengan suksesnya membuka 1200 cabang baik di seluruh Indonesia dan di 8 negara telah membuktikan hubungan yang baik dan kepercayaan investor pada perusahaan ini, serta kenyamanan SDM dalam bekerja. Perusahaan memakai nilai asas kekeluargaan,. Jadi dengan kondisi ini suasana tempat kerja bisa kondusif dan nyaman, tidak ada rasa tertekan dalam bekerja dengan cara seperti ini akan menimbulkan rasa kesadaran diri dalam bekerja, secara tidak disadari menjadi giat bekerja dan cekatan.

2. Kontribusi Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha

Kontribusi berdampak sangat luas baik bagi karyawan maupun bagi perusahaan. Bagi karyawan yang mempunyai motivasi tinggi akan memberikan dampak pada penjualan yang tinggi, serta akan mendapatkan imbalan kenaikan gaji atau pangkat. Dan bagi perusahaan dengan *track recordnya* yang bagus akan memberikan prestasi, yaitu berupa banyaknya penghargaan yang sudah didapat selama 15 tahun menjalankan bisnis. Dalam mengembangkan usaha butuh kesabaran dan keikhasan dalam menjalaninya. Lakukan sesuatu mulai dari yang kecil terlebih dahulu. Ubah masalah menjadi sebuah tantangan, hadapi dengan

penuh kesabaran dan keikhlasan, nanti kedepannya akan membuahkan hasil yang lebih baik.

Pendiri KTBR mempunyai tanggung jawab sebagai kepala keluarga adalah hal yang sangat besar, sehingga memotivasi agar bisa memberikan manfaat bagi keluarganya dan masyarakat luas. Hal ini dibuktikan oleh pendiri perusahaan KTBR, yang mana awal mula memiliki tanggung jawab yang besar kepada orang tua dan keluarganya, pendiri bisa memberikan lapangan pekerjaan yang luas bagi orang lain melalui bisnis yang dijalani. Disamping itu juga, pengalaman adalah sebuah pembelajaran berharga agar apa yang akan dilakukan dikemudian hari bisa lebih berhati-hati dalam bertindak. Melalui pengalaman tersebut bisa menjadi acuan dalam mengembangkan usaha kedepan. Semangat terus belajar akan memberikan kontribusi yang sangat besar, hal ini dibuktikan bagaimana pendiri melewati tantangan demi tantangan secara konsisten dan fokus. Hadapi satu demi satu dengan sungguh-sungguh dan kemudian akan menjadi pembelajaran kedepannya nanti.

Ketegasan dalam menyampaikan sesuatu sangat penting. Ketegasan tidak harus berbicara dengan kasar dan bernada tinggi, akan tetapi ketegasan dengan cara yang baik, tutur kata yang halus namun mengena, seperti ketika melakukan kesalahan. Jika disampaikan dengan baik, maka yang bersalah akan menyadari kesalahan dan tidak mengulagi kembali, kontribusinya kinerja perusahaan akan kembali pulih dan baik. Perusahaan ini juga tegas menyampaikan visi dan misinya, yaitu akan menjadi perusahaan makanan kebab terbesar di dunia, menguasai pasar *MEA* dan lain sebagainya.

Hubungan yang baik akan memberikan kontribusi yang sangat besar. Pertama yang harus di dahului adalah hubungan dengan orang dekat, yaitu keluarga dan saudara-saudara. Semangat emosionalnya akan semakin membara, apalagi restu dari orang tua terutama ibu ini yang membuat usaha semakin berkah. Lingkungan tempat kita bergaul sehari-hari juga akan memberikan kontribusi yang lebih, menambah semangat agar selalu tidak akan pernah menyerah dalam menghadapi tantangan yang ada.

3. Strategi Pengembangan Waralaba

Strategi pengembangan waralaba yang diterapkan di PT. Baba Rafi Indonesia melalui 3 kategori, yang pertama melalui media elektronik, seperti menjadi pemateri dalam seminar, masuk siaran di TV, dan lain sebagainya. Kedua, melalui media cetak, seperti majalah wirausaha, meliput di koran, dan lain sebagainya. Ketiga, melalui media *online*, seperti melalui *FB*, *Twitter*, dan lain sebagainya. Selain itu untuk memikat pelanggan supaya bisa kembali membeli lagi, perusahaan ini juga selalu berinovasi memberi menu baru setiap 2 minggu sekali.

Peneliti menggolongkan ada 4 kriteria strategi pengembangan yang di ambil dari sifat Nabi Muhammad SAW yaitu: *pertama, shiddiq* : menjaga hubungan baik dengan pelanggan sangatlah penting. Mengingat pelanggan adalah raja, begitu juga dengan investor di perusahaan ini. Memberikan pelayanan yang baik kepada investor sehingga merasa puas dengan hasil kinerja perusahaan, memberikan hasil laba rugi secara benar dan jujur kepada investor. *Kedua,*

amanah: kesungguhan dalam memperbaiki manajemen akan berdampak pada sehat tidaknya perusahaan. Ketika perusahaannya sehat, akan meningkatkan rasa kepercayaan investor terhadap perusahaan ini. *Ketiga, tabligh*: ajakan untuk berfikir secara luas dan global, menjual produk dengan memanfaatkan *MEA*. Strateginya yaitu memperbaiki kemasan, memanfaatkan sumber daya yang ada, memberikan nama *branding* yang baik. *Keempat, fathanah*: para pelaku usaha dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam berbisnis, mengikuti arus jaman modern, memanfaatkan sosial media buat sarana promosi produk, berani menerima tantangan dikala menghadapi kesulitan dalam berbisnis, tahan banting, dan sebagainya.



BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bagian bab V ini akan membahas serta mendiskusikan beberapa hasil temuan penelitian yang dideskripsikan pada bab IV dengan landasan teori yang dibahas pada bab II. Berdasarkan pada fokus penelitian, maka pada bab ini akan mendeskripsikan sebagai berikut:

Motivasi Kerja Dalam Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam

Peneliti akan mencoba menghubungkan hasil temuan dengan kerangka teori pada bab II yang mana peneliti akan mengaitkan motivasi kerja yang ada di KTBR dengan teori motivasi kerja Herzberg yang oleh peneliti sudah kupas di bab II dengan pandangan Ekonomi Islam, sebagai berikut:

❖ Teori Herzberg

1. Faktor Intrinsik

- a. *Prestasi* : memberikan apresiasi terhadap keberhasilan karyawan adalah hal yang harus dilakukan, dari situ, mereka merasa dihargai atas kinerja yang diberikan. Dalam hal ini bisa pemberian hadiah. Hadiah diperbolehkan dalam islam, akan tetapi jika pemberian hadiah dimaksud sebagai alat untuk memperlancar suatu urusan, ini yang tidak diperbolehkan,

karena termasuk unsur suap, dan suap sangatlah dilarang.⁹⁰

Dalam hal ini perusahaan akan memberikan bonus baik berupa kenaikan gaji maupun kenaikan pangkat bagi karyawan yang bisa melampaui target dalam memasarkan produk.

b. *Pengakuan* : konteks pengakuan dalam hal kekinian khususnya dibidang pekerjaan tidak relevan dan bertentangan dengan ajaran Islam, karena termasuk riya'. Seharusnya ketika bekerja semata-mata karena mengharapkan dan keridhaan Allah SWT (*mardhatillah*).⁹¹ Mereka tidak berharap imbalan dari orang lain, bekerja tidak melihat diri. Ikhlas itu bekerja dan bertugas bukan untuk mencari popularitas.⁹² dalam hal ini bisa dilihat pada perusahaan KTBR menerapkan asas kekeluargaan, yang mana disini para karyawan diberi kebebasan dalam mengapresisaikan uneg-unegnya dalam memberikan kontribusi buat perusahaan, dan mereka merasa dihargai sebagai orang yang bisa memberikan kontribusi buat perusahaannya.

c. *Tanggung jawab* : bertanggung jawab sepenuhnya pada pekerjaan yang dilakukan sebagai kewajiban, jujur dalam melaksanakan kewajiban. Sifat Rasulullah selalu jujur (*shiddiq*) dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab, sikap jujur

⁹⁰ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, PUSTAKA PELAJAR, 2010), hal 101

⁹¹ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta, Zikrul Hakim, 2015), hal 71

⁹² Ahmad Djalaluddin, *Manajemen Qur'ani Menerjemahkan Idarah Ijahiyah dalam Kehidupan*, (Malang, UIN Malang Press, 2007), hal 139

berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.⁹³ Perusahaan ini sangat menjunjung tinggi nilai kedisiplinan bagi karyawan, hal ini dibuktikan melalui agenda penilaian karyawan secara rutin 6 bulan sekali. Penilaian ini meliputi 6 kategori yaitu, karyawan yang suka menolong, disiplin, ceria, kreatif, relasi yang baik, pendengar yang baik. Hal ini dilakukan supaya buat bahan evaluasi kinerja karyawan supaya bisa bekerja secara efektif dan professional. Sifat tanggung jawab harus ditatap sejak dini, semua harus mempunyai rasa tanggung jawab baik itu buat dirinya maupun buat orang lain, dan juga rasa kejujuran dalam bekerja.

- d. *Pengembangan* : pengembangan sangat penting dalam meningkatkan kemampuan, dalam hal ini manusia diwajibkan untuk terus belajar (*ta'lim*). Didalam perusahaan ini rutin melakukan breafing setiap hari selasa dan kamis, materinya meliputi pengetahuan tentang keagamaan, nilai-nilai moral dalam bekerja, dan juga mengadakan agenda tausiah rutin setiap 1 bulan sekali, tujuannya untuk keseimbangan antara pekerjaan dan keagamaan.

⁹³ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung, Mizan Pustaka, 2006), hal 123

2. Faktor Ekstrinsik

- a. *Kebijakan dan Administrasi Perusahaan* : dalam teori ini yang dimaksud adalah dibidang personalia. Personalia harus cakap dan komunikatif, menyampain dengan benar dan dengan tutur kata yang baik, hal ini tercermin dalam sifat Rasulullah yaitu *Tabligh*.⁹⁴ Perusahaan ini memakai sikap kekeluargaan, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada kesenjangan atau kesungkahan antara atasan dan bawahan, selalu membaaur bersama, tutur kata atasan tidak menyinggung ketika menasehati bawahan yang melakukan kesalahan.
- b. *Hubungan antar pribadi* : dalam hal ini hubungan (*ta'awun*) antara atasan dan bawahan seharusnya tidak ada jarak yang menghalangi, karena derajat manusia di mata Allah sama, cuma yang membedakan adalah pada amal dan ibadahnya, dan anjuran Allah untuk saling membantu, pihak yang kuat membantu yang lemah, yang kaya membantu yang miskin agar tidak terjadi ketimpangan sosial dikalangan atasan dan bawahan. hubungan yang terjalin antara para karyawan di perusahaan ini ialah sangat baik, hal tersebut dibuktikan melalui antusias antara para karyawan dalam hal perayaan ulang tahun, mereka rela menyisihkan sebagian kecil penghasilan untuk iuran dan tasyakuran perayaan ulang tahun.

⁹⁴ Kartajaya, *Syariah Marketing*, hal 132

- c. *Kondisi Kerja* : kondisi kerja sangat mempengaruhi tingkat motivasi kerja, oleh karena itu, diharuskan memilih tempat kerja yang mendukung akan kedekatan kita kepada Allah, misalnya, fasilitas tempat ibadah yang memadai dan diwajibkan shalat ketika waktunya telah tiba. Di perusahaan ini peneliti lihat dari kedisiplinan masuk kerja tepat waktu, suasana yang sangat nyaman, jauh dari kebisingan dan hawanya sejuk dan segar, ini yang membuat semua karyawan yang ada di dalam perusahaan ini sangat nyaman, menjalankan ibadah sangat fleksibel, tidak ada ketentuan harus jam berapa.
- d. *Gaji* : islam menganjurkan agar membayar upah kepada karyawan sebelum keringatnya kering.⁹⁵ Perusahaan ini tidak memberikan informasi mengenai gaji, tapi yang jelas, pembayaran gaji sesuai dengan jobdisknya masing-masing, dan cukup buat biaya hidup.

Setelah mengkaitkan hasil temuan dengan teori pada bab II di atas, peneliti akan mencoba mengelompokkan motivasi kerja sesuai dengan fokus penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi Kerja Kebab Turki Baba Rafi

Menelaah hasil dari temuan peneliti pada PT. Baba Rafi Indonesia menyebutkan bahwa motivasi kerja yang diterapkan pada perusahaan ini

⁹⁵ <https://rumaysho.com/3139-bayarkan-upah-sebelum-keringat-kering.htn> di akses tgl 15 oktober 2016 jam 14:38

meliputi aspek kekeluargaan, yang mana dalam hal ini bersifat saling keterbukaan. Disamping itu juga terdapat bonus penjualan, hal ini juga akan mendorong para karyawan bersemangat dalam bekerja.

Perusahaan ini telah menerapkan teori motivasi kerja Herzberg, di antaranya:

a. Prestasi

Karyawan yang mampu bekerja menjual melampaui target akan diberi bonus baik itu berupa tambahan gaji maupun dengan kenaikan jabatan. Memberikan apresiasi penghargaan dalam islam diperbolehkan, akan tetapi jika pemberian hadiah dimaksud sebagai alat untuk memperlancar suatu urusan, ini yang tidak diperbolehkan, karena termasuk unsur suap, dan suap sangatlah dilarang.⁹⁶

b. Tanggung jawab

Perusahaan ini sangat menjunjung tinggi nilai kedisiplinan bagi karyawan, hal ini dibuktikan melalui agenda penilaian karyawan secara rutin 6 bulan sekali. Penilaian ini meliputi 6 kategori yaitu, karyawan yang suka menolong, disiplin, ceria, kreatif, relasi yang baik, pendengar yang baik. Hal ini dilakukan supaya buat bahan evaluasi kinerja karyawan supaya bisa bekerja secara efektif dan professional. Sifat tanggung jawab harus ditatap sejak dini, semua harus mempunyai

⁹⁶ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, PUSTAKA PELAJAR, 2010), hal 101

rasa tanggung jawab baik itu buat dirinya maupun buat orang lain, dan juga rasa kejujuran dalam bekerja, ini tercermin dari sifat Rasulullah. Rasulullah selalu jujur dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab, sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.⁹⁷

c. Pengembangan

Perusahaan ini rutin melakukan breafing setiap hari Selasa dan Kamis, materinya meliputi pengetahuan tentang keagamaan, nilai-nilai moral dalam bekerja, dan juga mengadakan agenda taushiah rutin setiap 1 bulan sekali, tujuannya untuk keseimbangan antara pekerjaan dan keagamaan. Islam mewajibkan umat manusia agar terus belajar mulai dari lahir hingga sampai ke liang lahat.

d. Kebijakan dan Administrasi Perusahaan

Perusahaan ini memakai sikap kekeluargaan, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada kesenjangan atau kesungkapan antara atasan dan bawahan, selalu membaaur bersama, tutur kata atasan tidak menyinggung ketika menasehati bawahan yang mempunyai kesalahan, memberikan SP 1,2,3 dengan tutur kata yang baik pula, dan atasan selalu mengecek kondisi lapangan yang ada. Dari sikap itulah, karyawan merasa nyaman dan tak terbebani dalam menjalankan pekerjaan. Dalam hal ini Islam mengatakan, tutur kata yang baik dan

⁹⁷ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung, Mizan Pustaka, 2006), hal 123

sopan adalah ciri-ciri pemimpin yang baik. Rasulullah sendiri mempunyai sifat *Tabligh*.

e. Hubungan antar pribadi

Hubungan yang terjalin antara para karyawan di perusahaan ini yang peneliti temukan ialah sangat baik, hal tersebut dibuktikan melalui antusias antara para karyawan dalam hal perayaan ulang tahun, mereka rela menyisihkan sebagian kecil penghasilan untuk iuran dan tasyakuran perayaan ulang tahun. Islam menjelaskan bahwasannya manusia diciptakan untuk saling melengkapi, semua saling tergantung, derajat manusia di mata Allah adalah sama, yang membedakan adalah dari amal perbuatannya.

f. Kondisi kerja

Suasana yang peneliti rasakan selama penelitian di perusahaan ini sangat kondusif. Dilihat dari kedisiplinan masuk kerja tepat waktu, suasana yang sangat nyaman, jauh dari kebisingan dan hawanya sejuk dan segar, ini yang membuat semua karyawan yang ada di dalam perusahaan ini sangat nyaman, menjalankan ibadah sangat fleksibel, tidak ada ketentuan harus jam berapa. Seperti yang sudah kita ketahui bahwasannya suasana di daerah Surabaya sangatlah panas, ini yang menuntut perusahaan menyediakan suasana tempat yang nyaman, kondusif dan bersih.

2. Kontribusi Motivasi Kerja dalam Pengembangan Usaha

Pembahasan kali ini mengenai sumber daya manusia (SDM), yang mana dalam hal ini sangat berperan penting dalam pengembangan dan kemajuan perusahaan, terlihat dari visi dan misi perusahaan ini “berusaha untuk menjadi bisnis waralaba kebab yang terbesar, yang menguntungkan dan yang paling berpengaruh di dunia” dan “Kami berusaha untuk menjadi bisnis waralaba kebab terbesar di dunia dengan menawarkan rasa dan kualitas dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang memuaskan untuk para Franchisee dan pelanggan. Kami juga memiliki tujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan mengadakan program dan tanggung jawab sosial yang dapat membantu masyarakat dan pemegang saham”. Dari visi dan misi tersebut terdapat gambaran hasrat dan motivasi yang sangat besar, untuk merealisasikan hal tersebut, perusahaan merekrut tenaga profesional di bidangnya, di antaranya banyak yang dari lulusan S1 dan S2. Kontribusi yang terlihat disini ialah dari segi kebijakan dan administrasi perusahaan, bagaimana cara atasan menyampaikan sesuatu dan memberikan contoh tindakan yang baik kepada para karyawannya. Hal ini sudah tercerminkan dari sifat Rasulullah yaitu tabligh, yang mana antara ucapan dan perbuatan selaran atau sejalan, memberikan teladan yang baik buat ummatnya.

3. Strategi Pengembangan Waralaba

Sekilas dari paparan visi dan misi perusahaan tersebut dapat disimpulkan secara tersirat bahwasannya perusahaan ini mempunyai impian yang sangat

besar dalam memikat market, dan fokus utama strategi pengembangan dari perusahaan dalam memperkenalkan produk yaitu berusaha menjangkau daerah-daerah luas atau pelosok-pelosok daerah supaya produk kebab banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Indonesia merupakan penduduk yang mayoritas beragama Islam, oleh karena itu perusahaan memunculkan produk paket investasi syariah yang mekanismenya sistem bagi hasil, berbagi keuntungan dan berbagi resiko, diharapkan dapat meningkatkan minat para investor dalam berinvestasi di perusahaan ini. Disamping itu juga perusahaan ini menerapkan berbisnis ala Rasulullah,

Ada empat hal yang menjadi key success factors (KSF) dalam mengelola strategi pemasaran syariah, yaitu:⁹⁸

- a. Shiddiq (benar dan jujur), jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, jika seorang pemasar bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Begitu juga di perusahaan ini menerapkan sistem syariah dalam bisnisnya, seperti bagi hasil, memberikan data yang transparan dan benar dikala bisnisnya menguntungkan, dan berkata sejujurnya dikala bisnis lagi mengalami resiko.
- b. Amanah (terpercaya, kredibel), artinya, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu

⁹⁸ Tresnati Ratih, Nina Maharani, 2015, Jurnal Menejemen: *Kajian Tentang Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penguatan Daya Saing UMK Menghadapi AEC 2015 Di Indonesia*, Bandung, UNISBA, 2015). Hal 5

sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah. Perusahaan ini memberikan jaminan return yang menjanjikan kepada para investor, karena dalam bisnis di perusahaan ini sudah berjalan lebih dari 13 tahun dan telah teruji keberhasilannya.

- c. Tablig (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif dengan tutur kata yang tepat dan mudah dipahami. Dalam bisnis, haruslah menjadi seorang yang mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan stakeholder lainnya. Juga menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong maupun menipu pelanggan. Perusahaan ini sudah jelas dalam memberikan pelayanan yang baik, menjelaskan manfaat yang akan diterima jika menjadi investor di perusahaan ini, memberikan bukti, track record, dan penghargaan yang sudah diterima oleh perusahaan selama ini, sehingga akan memberikan kepercayaan yang lebih buat para investor dalam mengembangkan usaha ini.
- d. Fathanah (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua

potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan.⁹⁹ Hal ini sudah diterapkan oleh perusahaan bahwasanya perusahaan merekrut banyak tenaga ahli dibidangnya, salah satunya banyak lulusan dari S1 dan S2, agar supaya manajemen perusahaan menjadi sehat.



⁹⁹ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung, Mizan Pustaka, 2006) hal 120-135

BAB VI

PENUTUP

Pada bab ini akan dikemukakan mengenai kesimpulan, implikasi teoritis dan praktisi, serta saranyang diperoleh dari paparan pada bab IV disertai dengan hasil atau temuan penelitian yang telah dibahas pada bab V dengan mendialogkan sesuai dengan teori-teori yang relevan.

A. Kesimpulan

1. Motivasi kerja dalam pengembangan usaha pada perusahaan PT. Baba Rafi Indonesia menerapkan 6 faktor, *pertama prestasi* yaitu memberikan apresiasi terhadap karyawan yang dapat melampaui target penjualan dengan cara baik itu dapat hadiah, kenaikan gaji atau pangkat, *kedua tanggung jawab* yaitu menjunjung tinggi nilai kedisiplinan dan menjalankan aturan yang berlaku, *ketiga pengembangan* yaitu memberikan breafing berupa tausiah pendalaman agama setiap sebulan sekali, *keempat kebijakan administrasi* yaitu memakai asas kekeluargaan, yang mana diharapkan dapat memberikan keleluasaan dalam memberikan masukan-masukan demi meningkatkan perkembangan di perusahaan, *kelima hubungan antar pribadi* yaitu saling perhatian antar sesama karyawan dengan cara merayakan ulang tahun bersama, *keenam kondisi*

kerja yaitu menyediakan fasilitas kerja yang lengkap guna memberikan kenyamanan dalam menjalankan tugas

2. Kontribusi motivasi kerja dalam pengembangan waralaba di PT. Baba Rafi Indonesia terletak pada kebijakan dan administrasi perusahaan, yang mana pemimpin sebagai roda pengendali kebijakan perusahaan telah memberikan contoh yang baik, sosok pemimpin yang santun dan *welcome*. Disisi lain juga membuka mata rantai rezeki dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru.
3. Fokus utama strategi pengembangan dari perusahaan dalam memperkenalkan produk yaitu berusaha menjangkau daerah-daerah luas atau pelosok-pelosok daerah supaya produk kebab banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Disamping itu juga strategi pengembangan pada perusahaan ini telah menerapkan prinsip bisnis ala Rasulullah yang di antaranya adalah, *shiddiq, amanah, tabligh*, dan *fatamah*.

B. Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis, sebagaimana diuraikan berikut.

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu upaya ketertarikan peneliti dalam melihat motivasi kerja yang diterapkan oleh Kebab Turki Baba Rafi, dalam segi pengembangan sampai menembus pasar Internasional.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan usaha, khususnya dalam pengembangan sistem waralaba. Hal yang sudah di alami PT. Baba Rafi Indonesia selama bertahun-tahun dapat di ambil pembelajaran bagi pemula yang ingin menjadi pengusaha sukses ala Rasulullah.

C. Saran

Kepada Kebab Turki Baba Rafi peneliti menyarankan untuk mencoba memasang iklan atau berpromosi melalui media elektronik televisi. Dikarenakan peneliti melihat sejauh ini Kebab Turki Baba Rafi belum memasang iklan di televisi. Menurut peneliti, tidak ada salahnya mencoba mengiklankan produk di televisi. Televisi jangkauannya lebih luas dalam penyiarannya, sehingga Kebab Turki Baba Rafi bisa lebih dikenal hingga ke pelosok Indonesia.

Saran untuk peneliti selanjutnya, tesis ini tentu tidak lepas dari berbagai kekurangan. Apabila secara kebetulan ada yang mengangkat tema yang sama seperti tesis ini, alangkah lebih baiknya anda lebih kritis dalam mengembangkan apa yang sudah dituliskan dalam tesis ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad, Ifham Sholihin, 2010, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta, PT. Gramedia
- al-Jamal, Muhammad Abd al-Mun'in, 1980, *Mausu'ah al-Iqtishad al-Islami*, Kairo: Dar al-Kitab al-Misr
- Amrin, Abdullah, 2007, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: Grasindo
- Anoraga, Pandji, 1992, *Psikologi Kerja*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Anwar ,Prabu Mangkunegara, 1993, *Psikologi perusahaan*, Bandung: Trigenda karya.
- Asosiasi Franchise Indonesia, dalam Majalah SWA 26 Juli 2009, Yayasan Sembada Swakarya, Jakarta.
- Buchari, Zainun, 1989, *Manajemen dan Motivasi*, Jakarta, Balai Aksara.
- Christofer, Maya Ida Kusumawatie, 2015, *Jurnal Media Mahardika Vol 13 No 3: Pengaruh Teori Dua Faktor Frederick Herzberg terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Perusahaan Ritel Infinite Apple Premium Reseller Surabaya*, Surabaya, STIE Mahardhika.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang, CV. Alwaah.
- Diana, Ilfi Nur, 2012, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang, UIN MALIKI PRESS.
- Djakfar, Muhammad, 2004, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praksis*, Jakarta: Salemba
- Djalaluddin, Ahmad, 2007, *Manajemen Qur'ani Menerjemahkan Idarah Ijahiyah dalam Kehidupan*, Malang, UIN Malang Press.
- Djiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi
- Ekotama, Suryono, 2008, *Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise*, Yogyakarta: Media Pressindo.

- Gatut Susanto dan M.Azrin Syamsuddin, 2009, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM*, Cetakan pertama, Depok, Raih Asa Sukses.
- Hasibuan, Melayu, 2001, *Managemen dasar, pengertian dan masalah. Refisi F. d.* Jakarta : Rajawali.
- Hasibuan, Melayu, 2005, *Managemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, PT Bumi Aksara.
- Husein Umar, 2002. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Joseph Mancuso & Donald Boroian, 2006, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba, Bagaimana Membeli dan Mengelolah Bisnis Waralaba*, Jakarta: Dolphin Book
- Kartajaya, Hermawan, 2006, *Syariah Marketing*, Bandung, Mizan Pustaka
- Klausul menimbang huruf a, Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Klausul menimbang huruf b, Undang-Undang No 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Maentingsih, Desiani, 2008, *Jurnal Hubungan antara Secure Attachment dengan Motivasi Berprestasi pada Remaja*, Depok, Univ. Gunadarma.
- Marimbo, Rizal Calvary, 2007, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise!*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Maslow, Abraham H, 1994, *Motivasi dan Kepribadian 1*, Bandung, PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Mohyi, Ach, 1999, *Teori Dan Perilaku Organisasi*, Surabaya, UMM Press.
- Moleong, Lexy J, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nazir, Moh, 2014, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Eko dkk, 2016, *Jurnal Menejemen: Pengaruh coaching terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Individual*,
- Prastowo, Andi, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.

- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, 2008, Jakarta, Rajawali Press.
- Qardhawi, Yusuf, 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta, Gema Insani Press.
- Qardhawi, Yusuf, 1993, *Imam wa al-Hayah*, terj. Fakhruddin HS. *Iman dan Kehidupan*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Rachmadi, Bambang N, 2007, *Franchising The most Practical and Excellent Way of Succeeding*, Cetakan kedua, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Rozalinda, 2015, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Saleh Akh. Muwafik, 2009, *Bekerja Dengan Hati Nurani*, Jakarta, Erlangga.
- Sanusi, Azwar, 2012, *Tesis Pengaruh Kerja dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Keorganisasian Pegawai Arsip Nasional Republik Indonesia*, Universitas Indonesia.
- Siagian, Sondang P, 1995, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Jakarta, PT Rineka Cipta.
- Soekanto, Soerjono, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, 2008, *Perilaku Organisasi*, edisi ke 12 buku 1, Jakarta: Salemba empat.
- Sugiono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, 2002, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Sulaiman ibn al-Asy'ats ibn Sadad ibn Umar al-Azdi Daud al-Sajastani, *Sunan Abu Daud*, hadits ke-2817, juz. 8
- Sulistiyono, Adi, 2009, *Hukum Ekonomi Sebagai Panglima*, Cetakan pertama, Sidoarjo, Masmadia Buana Pustaka.
- Suryani, Hendryadi, 2015, *Metode Riset Kuantitatif; Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Sutarto, Wijono, 2010, *Psikologi Industry Dan Organisasi: Dalam Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Kencana Prenatal Media Group.

Suwiknyo, Dwi, 2010, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta, PUSTAKA PELAJAR.

Tresnati Ratih, Nina Maharani, 2015, *Jurnal Menejemen: Kajian Tentang Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penguatan Daya Saing UMK Menghadapi AEC 2015 Di Indonesia*, Bandung, UNISBA.

Tunggal, Hadi Setia (II), 2006, *Frequently Ask Questions (FAQs) Franchising*, Jakarta: Harvarindo.

Usman, Abdul Halim, 2015, *Manajemen Strategis Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta, Zikrul Hakim.

Veithzal, Rivai, 2004, *Managemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Dari Teori Ke Preaktek*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.

World Bank, 2014, *Global Findex, Indonesia*.

World Bank, 2014, *statistic Indonesia, McKinsey*

MEDIA ONLINE

<http://babarafi.com>

<http://bps.go.id>

<http://haslizaali.blogspot.com/2009/12/budaya-kerja-menurut-perspektif-Islam.htm>

<http://news.indotrading.com/dari-surabaya-hendy-setiono-bawa-kebab-baba-rafi-ke-8-negara/>

<http://sp.beritasatu.com/ekonomidanbisnis/kebab-baba-rafi-rambah-malaysia-dan-filipina/17072>

<https://rumaysho.com/3139-bayarkan-upah-sebelum-keringat-kering.htn>

<http://aftshop.blogspot.com/p/sukses-di-usia-muda.html>

<http://profil.merdeka.com/indonesia/h/hendy-setiono/>

<http://wirausahaindonesia.com/archives/kebab-turki-babarafi#.UvxjX9xkNkI>,

https://m.youtube.com/watch?v=9DjLmK_TD_g

<https://m.youtube.com/watch?v=yIPYSWd3GHY>



RIWAYAT HIDUP

Nama : Saifuddin
Tempat tanggal lahir : Lumajang, 12 Juli 1991
Jenis kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. A. Yani RT003 RW001
Kunir Lor – Kunir – Lumajang
No HP : 085745768755/085239999755
Status : Menikah
E-Mail : saimuda91@gmail.com



DATA PENDIDIKAN

Formal

SD : SDN Kunir Kidul 01 Lumajang
SMP : MTs Nurul Jadid Paiton Probolinggo
SMA : SMA Negeri Kunir Lumajang
Perguruan Tinggi : S-1 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
S-2 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Organisasi

1. OSIS SMAN Kunir Lumajang
2. UKM KOPMA UIN Maliki Malang
3. HMJ BSA UIN Maliki Malang
4. PMII UIN Maliki Malang



LAMPIRAN

Paparan Pertanyaan dan Hasil Wawancara

A. Hasil wawancara bersama Presiden Direktur PT. Baba Rafi Indonesia Bapak Hendy Setiono yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana awal mula KTBR berdiri sehingga sampai membuka cabang hingga ke 8 negara!

“memang baba rafi sendiri dimulai 12 tahun yang lalu, saya masih kuliah di ITS Surabaya dan saya sebagai mahasiswa memulai mendirikan bisnis makanan kebab, jadi di usia saya yang mash 19 tahun, pertama kali saya terinspirasi jualan makanan kebab gara-gara saya mengunjungi orang tua saya di Qatar, jadi ayah saya bekerja di salah satu perusahaan oil di Qatar dan di sela-sela waktu saya mengunjungi beliau disana, dan disanalah pertama kali saya menemukan makanan kebab, sehingga terinspirasi dan belajar untuk membuka bisnis makanan kebab saya sendiri di Surabaya, sehingga di tahun 2003 ketika umur saya 19 tahun modal awal saya 4 juta saya gunakan untuk bikin gerobak saya yang pertama dan masih belum ada brandingnya dan hanya berwarna putih saja, jadi dari situ saya mendirikan gerai pertama saya dan Alhamdulillah ternyata berkembang dengan baik dan membuka cabang yang ke dua ke tiga dan seterusnya dan mulai di Franchisekan dan berjalan hingga sekarang”

2. Mengapa anda memakai konsep gerobak dalam usaha ini?

“jadi pertama kali saya memulai dengan satu kios berbentuk gerobak dengan berwarna putih biasa dan menyewa di minimarket lokasi tempat kami berjualan yang ternyata mendapatkan respon yang positif, dan kenapa saya mulai dengan kios yang kecil, karena satu pengalaman bisnis saya tidak punya, dua modal saya tidak besar, tiga bagaimana saya memulai bisnis dengan investasi yang relatif lebih kecil dan ketika gagal tidak terlalu ngoyoh, jadi akhirnya mulailah berjualan kebab dengan menggunakan kios dan ternyata Alhamdulillah dari satu gerai tersebut membuahkan hasil yang sangat bagus dan keuntungannya saya gunakan untuk membuka cabang kedua ke tiga dan seterusnya sampai tahun pertama bisa membuka enam cabang dan akhirnya kita Franchisekan dan kami bersyukur bisa berkembang jadi lebih dari 1200 outlet”

3. Kenapa dikasih nama Baba Rafi?

“awalnya saya tidak mengerti branding dan saya memulai bisnis pertama tidak ada brandnya, Cuma gerai kebabnya saya tulis kebab tanpa merk apapun, tapi costumer saya banyak yang kecele, karena tidak ada branding dan warna gerainya putih, pembeli saya datang itu malah pesen martabak satu, jadi datang ke gerai saya bukan beli kebab malah beli martabak, dan akhirnya dari situ saya rubah tampilan gerai saya supaya berbeda dengan penjual martabak di sepanjang jalan tersebut, akhirnya saya terinspirasi membuat tampilan gerai saya menjadi lebih menarik berwarna kuning merah, ngejreng dan saya beri merk Baba Rafi, yang Rafi sendiri adalah nama anak pertama saya, dan baba artinya bapak, jadi bapaknya rafi. Dan banyak mengiri pasti yang punya ini orang Arab ne pake surban dan jenggotan, ternyata ya sama juga”.

4. Kendala apa sajakah yang dihadapi ketika awal proses memulai mendirikan KTBR ini sampai sekarang?

“saya pikir yang namanya bisnis pasti mengalami tantangan, bahkan sampai sekarangpun kami mengalami challenge yang berbeda, saya inget di awal tantangan saya mengedukasi market, karena kami pelopor yang memperkenalkan menu kebab di Indonesia dan belum banyak yang tahu sehingga memperkenalkan menu kebab sendiri menjadi tantangan, yang saya lakukan saat itu adalah menfotokopi semacam flayer kemudian satu rame saya bagi dua, kemudian saya sebar di area dekat lokasi saya jualan, sampai segitunya saya lakukan agar memperkenalkan outlet kebab pertama saya, yang kemudian setelah saya ikuti dan saya lakukan tersebut ternyata costumer gak langsung mau membeli, saya inget hujan deras, jualan sepi, dan saya hamper menyerah, dan kalau hari itu saya menyerah itu tidak ada cerita baba rafi sampek sekarang, sehingga tantangan semacam itu juga terjadi, kuncinya jadi pengusaha memang bagaimana kita melewati satu demi satu tantangan tersebut secara konsisten dan secara fokus dan hadapi satu demi satu dengan sungguh-sungguh, dan kemudian menjadi suatu pembelajaran buat kita semua”.

5. Belajar bisnis pertama kali dari mana, jika dilihat dari perkembangan KTBR yang begitu pesat, apakah ada faktor pengaruh keturunan orang tua?

“saya kebetulan tidak ada darah pengusaha, ibu saya seorang guru, ayah saya bekerja sebagai TKI di Negara Qatar, beliau bekerja di salah satu perusahaan disana sebagai operator dan saya dan keluarga dilahirkan menjadi professional worker, sehingga pada saat saya lulus kuliahpun temen-temen dan keluarga saya menghendaki saya kerja di perusahaan asing, yang ternyata saya sekolah di SMA 5 Surabaya, sekolah faforit di Jawa Timur, kemudian saya kuliah di ITS jurusan informatika belum sampai lulus saya memutuskan buat berbisnis, yang kemudian saya harus memilih harus fokus dimana neh bisnis atau kuliah saya, akhirnya saya memilih untuk fokus di bisnis dan kuliah saya sebelum di DO saya memilih OD alias out dewe”.

6. Apa motivasi terbesar untuk membangun bisnis ini?

“kami mensyukuri semua proses, dan tidak selalu mulus, dan mengalami take down, sebenarnya yang menjadi pengusaha itu yang paling susah adalah fokus dan konsisten, kenapa, karena godaannya banyak, mau beli inilah, baru ada duit ganti mobil, ada duit sedikit menyicil rumah barulah apa dan sebagainya, sehingga secara bisnis dia uangnya terpakai terus buat hal-hal konsumtif, sementara bisnisnya sendiri ini juga membutuhkan capital buat mengembang, entah itu mengembangkan cabang, memperluas tempat produksi, menambah manajemen tim yang juga membutuhkan modal, sehingga menjadi pengusaha saya pikir konsisten dalam hal mengembangkan bisnis agar sesuai dengan jalur itu dibutuhkan fokus yang sungguh-sungguh, jadi jangan bercepat puas, perbaiki manajemen, kemudian fokus dan konsisten dalam membangun bisnis Insya Allah menjadi sustainable dan berkah buat semuanya”.

7. Apa yang ada di benak anda ketika memulai bisnis KTBR?

“jadi terjadi pergeseran dari pelaku wirausaha, bahasa kerennya entrepreneur 10 tahun yang lalu dengan yang sekarang, kalau entrepreneur sekarang telah menjadi life style, jadi mendapatkan status sebagai entrepreneur itu keren, lulus kuliah punya bisnis itu keren, tapi jaman dulu enggak, saya berbisnis karena saya memenuhi hidup saya berumah tangga, sehingga saya membuka cabang yang kemudian berbisnis kebab itu murni karena saya ingin memenuhi hidup saya dan keluarga saya, yang ternyata menghasilkan, kalau saya buka satu gerai omsetnya sekian untungnya sekian, bagaimana kalau buka dua, ternyata kali dua, dan bagaimana kalau saya buka sepuluh, ternyata kali sepuluh, dan akhirnya keterusan dan mulai saya franchisekan dengan jumlah banyak dan ternyata memberikan manfaat dengan setiap saya buka cabang baru saya membuka opportunity lapangan kerja baru, sehingga sumber tersebut menjadi mata rantai buat orang banyak”.

8. Bagaimana tanggapan keluarga ketika membangun bisnis KTBR?

“keluarga saya terutama ibu saya, karena beliau menghendaki saya berbisnis itu hanya iseng-iseng doang, main-main doang di awal, jadi di anggapnya saya berbisnis itu saya hanya main-main dan iseng-iseng doang, sehingga oleh orang tua saya disuruh menyelesaikan kuliah saya dan kerja aja, yang ternyata setelah saya membuka cabang saya yang kedua di umur saya yang ke 20 tahun dan saat itu juga saya sampaikan ke orang tua saya, mama papa dengan segala hormat setelah ini saya tidak usah dikirimi lagi uang bulanan, lha kenapa, kamu dapat uang dari mana, gimana hidupnya, Alhamdulillah dari hasil bisnis ternyata sudah bisa digunakan untuk buat menghidupi diri sendiri dan membuka cabang, akhirnya disitu dan orang tua saya mulai terbuka pikirannya, oh ternyata kalau mau dapat penghasilan itu gak harus dari gaji, oh penghasilan itu gak harus kerja yang berdasi, oh ternyata kamu jualan begini aja bisa, nah saat itulah orang tua saya merubah paradigma pikirannya yang awalnya menentang menjadi mendukung dan doa ibulah yang akhirnya membuat sekarang bisnis saya maju”.

9. Untuk Brand KTBR sejak tahun berapa?

“saya mulai pakai merk KTBR tahun 2005, ketika saya memulai bisnis umur 19 tahun, berkeluarga umur 20 tahun, dan Alhamdulillah umur 23 tahun anak saya sudah 3, ini mungkin termasuk pintu rizki, saya dan istri saya yang sekarang juga partner bisnis membangun Baba Rafi bersama-sama, ya kami mengembagkan ini menjadi bisnis yang dahulu tradisional bisnis menjadi professional bisnis dengan manajemen tim yang lebih solid”.

10. Seberapa besar faktor dukungan keluarga yang anda rasakan?

“saya pikir keberhasilan kami membangun baba rafii tidak lepas dari dukungan orang terdekat terutama dari orang tua, jadi doa dari ibu dari ayah doa dari teman-teman sekitar itu yang membuat bisnis semakin maju, jadi ya saya selalu dalam menghadapi situasi apapun baik senang maupun susah baik itu lagi jaya ataupun lagi susah, dengan doa dan dukungannya orang tua saya membuat lebih tenang, lebih berkah bisnisnya, dan saya sendiripun mendapatkan dukungan secara emosional, ini yang membuat saya oke tidak boleh saya menyerah, tambah semangat dan lebih maju, jadi teman-teman entrepreneur muda kalau mereka mau berbisnis ya doa restu orang tua yang paling penting”.

11. Berapa karyawan yang sudah bekerja di KTBR?

“kami bersyukur saat ini kami mempekerjakan lebih dari 1900 karyawan, dengan jumlah manajemen tim sebanyak 400 orang dan terbayak adalah

dari operator kru di outlet dan itu tersebar di seluruh Indonesia dan 8 negara”.

12. Ada berapa cabang yang sudah dibuka oleh KTBR di Indonesia dan di 8 negara?

“jadi kami bersyukur berjalan 12 tahun ternyata tidak di Indonesia saja, tapi kita mampu mengibarkan bendera di 8 negara, jadi mulai dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Brunei, kemudian kami membuka di Sri Lanka, China dan Belanda yang kami buka akhir tahun kemaren, dan itu menjadi cikal bakal kami untuk membawa kebab dengan cita rasa Indonesia, merk asli Indonesia yang digemari dunia, jadi tentu karena kami memulai di Indonesia maka gerai yang terbanyak di Indonesia sendiri sebanyak 1200 gerai dan jumlah cabang Internasional yang kira-kira berjumlah 56 cabang, jadi itu menjadi kebanggaan kita, ayo merk Indonesia jangan mau kalah ne, go MEA harus kita serbu, yuk kita jualan pecel, rawon, rumah makan padang di Negara Asean lain, yang menari kebab itu menjadi menu tradisional yang sangat banyak disana (Turki), tapi tidak ada yang berbentuk jaringan usaha dalam jumlah banyak, sehingga begitu kami muncul di Indonesia dengan jumlah gerai terbanyak, kemudian perkembangan cabang tidak hanya di Indonesia saja tapi di luar negeri, sehingga itu memunculkan permintaan dari seluruh dunia, dan saat mereka mau berbisnis kebab datanglah ke baba rafi”.

13. Bagaimana cara mensiasati agar menjadi cita rasa Indonesia ketika dilihat dari nama Kebab Turki yang identik dengan cita rasa orang Turki?

“jadi sebenarnya ramuannya tekstur rasanya bumbu-bumbunya tetap khas Indonesia, cuma ada disini yang kebab digulung pakai torkila, padahal yang asli itu pakai pitabret, pakai roti semacam swawarma dan libernis, tapi kita pakai roti seperti torkila, yang krispi, gurih, dikasih daging yang empuk, yang enak dibumbui mayonais cuma ada di Indonesia, dan ternyata tekstur rasa ini digemari di negara Asia lain, terbukti saat kita buka di Malaysia dan boom responnya luar biasa, Malaysia punya 30 cabang, Filipina ada 14 cabang, Brunei kami baru membuka dan berhasil mencetak rekor outlet dengan omset tertinggi yang pernah kami buka, jadi untuk satu gerai kecil take away di Brunei costumer harus mengantri hingga 2 jam untuk bisa makan kebab”.

14. Apa target selanjutnya yang ingin dicapai setelah bisnis ini berkembang dengan pesat?

“kami bersyukur saat ini posisi baba rafi sendiri Top of Mine adalah number one sebagai merk Franchise paling dikenal dan digemari di Indonesia katego ro bisnis makanan kebab, dan berupaya tidak di Indonesia melainkan di duniapun kami memiliki visi the world bussines kebab chain, sehingga berbicara apa yang saya lakukan sekarang ini atau rencana yang akan kita jalankan setelah ini, ya sekarang kan momennya go MEA ne, jadi dari pada kita ketakutan diserbu merk asing, kenapa enggak kita yang start memulai dengan kita berinisiatif buka di Negara asing, kebetulan sebelum MEA dimulai kita sudah membuka di 5 negara dari total 8 negara, sehingga kita perlu mengumpulkan 5 negara lagi supaya full 10 negara Asean ini bisa masuk, jadi planningnya adalah kita tidak membuka cabang lagi di second layer city di Indonesia atau kota-kota kecil di Indonesia saja itu tetep jalan, tapi kita juga membuka depo sendiri di Vietnam dan Thailand, dan mudah-mudahan setelah membuka depo disana cabangnya bisa bertumbuh, berkembang dan terus berkibar merk Indonesia melalui baba rafi”.

15. Apakah di KTBR sudah mengembangkan menu-menu lain selain kebab?

“ kami melakukan inovasi pada beberapa sektor, tidak hanya menu, tapi pada tampilan gerai yang dulunya hanya gerobak kecil dan sekarang container dan outlet indoor didalam mall, kafe dan sebagainya, tampilan dari menejemen lebih rapi lebih standart, kemudian marketing strategi yang tadi dari offline bisnis menjadi online bisnis, menu sendiri juga kita lakukan inovasi, dulu hanya kebab biasa, sekarang kebab ada beberapa varian termasuk menu unggulan kami black kebab, jadi kebab hitam pertama di dunia yang menggunakan bahan baku bambucarkol dan itu bisa digunakan untuk detoks, jadi di Jepang sudah digunakan buat burger, untuk ice cream, untuk yogurt dengan bambocarkol, kita menggunakan formula tersebut buat kebab”.

16. Penghargaan apa saja yang sudah didapat selama menjalankan usaha ini?

“dalam perjalanan Alhamdulillah ada 60 award yang telah diterima dalam proses 15 tahun yang itu memotivasi kami dan tim supaya terus berkarya lagi dan menjadi lebih baik, sebagai recordnation ini hasil karya kita diapresiasi oleh pihak luar dan itu membuat kita semakin bersemangat untuk terus memberikan inspirasi kepada orang lain juga”.

17. Kesibukan apa saja yang anda jalani selain mengelola usaha KTBR?

“hobi saya traveling, makan, jalan-jalan, bisnis terwakili dengan hobi saya makan, kemudian travelling terwakili dengan hobi dan aktivitas saya yaitu memberi dan mengisi seminar, kebetulan saya kerap kali diundang oleh beberapa kampus di seluruh Indonesia didalam dan diluar negeri, sharing tentang bagaimana jadi pengusaha yang berhasil yang

entrepreneur dan disamping itu jalan-jalan saya juga hobi aktivitas berorganisasi , jadi saya tergabung dalam beberapa komunitas, saya tergabung di HIPNI dan KADIN sebagai ketua kompartemen pengembangan wirausaha, sehingga aktivitas saya banyak untuk membagikan waktu ke generasi muda supaya mereka menjadi pengusaha sukses”.

18. Faktor strategi marketing tidak terlepas dari pengembangan usaha, apa yang anda lakukan dalam mengembangkan KTBR ini?

“jadi agak berbeda tren 10 tahun yang lalu dengan yang sekarang, kalau dulu trennya adalah pasang iklan di koran, majalah dan sejenisnya, dan sekarang campionnya berbentuk digital, jadi internet digital marketing kemudian memanfaatkan dengan tren yang ada sekarang ddelivery order lewat go food, memanfaatkan sekarang pengiriman lewat internet, dan bahkan kami sendiri membuat portal bernama babarafionline.com, itu market place untuk produk-produk makanan frozen, seperti food frozen baba rafi, frozen kebab dan kami menjual menu-menu beragam yang ini membuat costumer di seluruh Indonesia dimanapun berada mereka bisa memesan online dan dikirim”.

19. Sekarang sudah memasuki era MEA, menurut anda potensi seperti apa saja yang dimiliki pelaku usaha di Indonesia era sekarang ini?

“Indonesia ini kaya akan kreativitas, dan kaya akan sumber daya baik manusianya ataupun resorsesnya, sehingga kalau itu bisa kita kemas dengan baik, dipacking dengan baik, dilakukan branding yang baik dan secara professional, saya yakin kreativitas dan pruduk-produk Indonesia mampu merabah market luar negeri, hanya dibutuhkan kepercayaan diri saja, karena apa, sebenarnya tidak ada salahnya jadi jagoan local, tapi alangkah lebih baik kita bisa membanggakan Indonesia dengan menjual produk kita ke market luar, sehingga ya saya mengingcorect teman-teman pelaku usaha muda untuk berfikir global, sehingga mampu menjual produknya dalam negeri tapi secara ekspor juga, memanfaatkan momentum go MEA di 2016 ini”.

20. Apa harapan anda kedepan terutama buat para pelaku usaha di Indonesia agar bisa maju dan bisa sukses?

“saya pikir buat teman-teman pengusaha ya kita satu fokus, konsisten, kemudian kedua membangun network seluas-luasnya, karena silaturahmi membawa rezeki, baik network didalam negeri maupun diluar negeri, dan ketiga corrage keberanian buat melangkah, baik itu melangkah memulai

bisnis maupun melangkah membesarkan bisnisnya keluar negeri, sehingga pada saat kita corrage disertai dengan konsistensi kita Insya Allah hasilnya akan menjadi berkah buat bisnis itu sendiri”.



B. hasil wawancara dengan Marketing Directur PT. Baba Rafi Indonesia Ibu Nilam Sari sebagai berikut:

1. Bagaimana awal mula membangun bisni KTBR hingga sukses seperti sekarang ini?

“pada saat itu 13 tahun yang lalu di Surabaya , memang kita memulai dengan modal yang sangat minim yaitu 4 juta, dan kita mulai benar-bener dari gerobak pinggir jalan warna putih, tapi Alhamdulillah semakin kesini semakin berkembang dan kita pelan-pelan tahun pertama kita punya 6 gerobak Alhamdulillah tahun kedua kita bisa mengembangkan sampai 20 gerobak dan pelan-pelan kita mulai untuk kemitraan, kita buka lowongan bisnis kepada orang-orang yang berminat untuk membuka usaha yang sama, tapi makin kesini kita mulai memperbaiki sistemnya, kita mulai memperbaiki logistiknya, marketing dan the hole thing inside, dan kita mulai menyebut diri kita Franchise”.

2. Banyak orang bilang bahwa memulai bisnis ini banyak kesulitannya, mungkin bisa disebutkan 3 kesulitan terbesar selama mendirikan KTBR ini apa?

“waktu itu tahun 2008 kita pernah hampir kolap, karena memang pada saat itu ada krisis dunia dan kemudian kita juga dari Surabaya pindah ke Jakarta sehingga pada saat itu kita agak shakie perusahaannya, tim Surabaya kita tarik ke Jakarta dan tim Surabaya seperti anak kehilangan induknya dan jakartapun berkembang, tapi memang secara culture luar biasa berkembang tapi culture belum siap untuk mengimbangi perkembangan perusahaan yang kesini makin besar, dan kita berusaha untuk memperbaiki dari sistem menejerial, sistem perusahaan, dan saya sempet sekolah S2 dan Alhamdulillah itu bisa teratasi ditahun 2010, dulu kita perusahaan rumahan , nah makin kesini setelah kita pindah ke gedung yang Alhamdulillah memiliki luas 2000 meter persegi, orang menuntut kita untuk lebih, dari segi pelayanan, ketepatan, quality, dan lain-lainnya, tapi memang makin kesini kita Alhamdulillah bisa melewati semua cobaan tadi”.

3. Apa yang membedakan antara mengembangkan usaha Franchise dengan membuka usaha makanan lainnya?

“kalau usaha Franchise memang ada 3 kategori, yang pertama kita harus mempunyai unicness, yang kedua kita sudah harus profen minimum kita sudah harus mempunyai 3 outlet dan profit, dan yang ketiga sudah teruji lebih dari 5 tahun, baru setelah itu kita mendaftarkan diri kita kepada pemerintah dan baru mendapatkan surat pendaftaran waralaba, dan baru bisa disebut dengan Franchise, dan baba rafi kita sudah lebih dari 5 tahun sehingga kita bisa menyebut diri kita dengan sebutan Franchise, dan memang sekarang Alhamdulillah kita sudah ada 1200 outlet diseluruh 8 negara”.

4. Apa sajakah kesulitan yang dialami dalam mengembangkan Franchise ketimbang mendirikan restaurant atau usaha makanan sendiri?

“sebenarnya its about mix and max aja, kita harus membagi resikonya, tentunya kita mengembangkan Franchise adalah kita membagi resiko, tapi in the end of the day kita mendapatkan capital di awal, itu adalah salah satu keuntungan buat kita, memang secara keuntungan kita mendapatkan lebih sedikit tapi kita berbagi pusing kepala dan resikonya, tapi kalau kita membuka sendiri memang lebih mudah mengatur, lebih mudah mengaplikasikan apapun sistem yang kita mau terapkan, tapi all the risk is in us, jai kita harus menshare semuanya”.

5. Apa sajakah masalah yang pernah di alami selama mengembangkan KTBR ini?

“banyak banget ya, mungkin salah satu yang paling aneh adalah baba rafi adalah bentuknya gerobak dan kita sangat berharap pada satu karyawan saja dan karyawan ini kadang susah dipegang, karena tingkat kenakalannya agak luar biasa tinggi tapi kalau kita ngomong soal restaurant ataupun mungkin seperti container ini ada dua tiga orang ada tempat dan fasilitasnya dan itu lebih mudah untuk mengontrolnya, dan juga komitmen Franchisee, karena kadang kalau Franchisee di Indonesia tingkat pengetahuan tentang apa itu Franchise masih sangat rendah, mereka berfikirnya we go to Franchise itu hanya tentang bagaimana kita invest, padahal seharusnya juga ada Franchise sebagai owner operator, nah itu tadi mungkin harus lebih di sosialisasikan”.

6. Bagaimana pandangan anda ketika melihat persaingan usaha Franchise bidang makanan di Indonesia yang mempunyai beragam macam merk?

“sekarang industry Franchise sudah lebih mature kalau saya lihat ya, banyak sekali memang pemain baru tapi memang itu akan hanya waktu yang bisa membuktikan dan Franchise yang masih bertahan adalah

Franchise yang memang bisa membangun sistem, dan culture dari perusahaannya diterapkan kepada bisnisnya, karena banyak Franchise hanya mengejar pertumbuhan jumlah outlet akan tetapi sustenaiblenya masih dipertanyakan”.

7. Bagaimana cara makanan kebab agar bisa diterima secara luas oleh masyarakat Indonesia, yang mana makanan kebab bukanlah asli dari Indonesia?

“mungkin salah satu kuncinya adalah never ending inovasi, karena begini memang kebab iya makanan luar negeri seperti burger hotdog, yang kita jual bukan makanan Indonesia, tapi rasanya kita ganti dengan rasa local, nah itu kuncinya, sehingga orang lokalpun bisa menerima, basicly orang Indonesia sangat terbuka dengan makanan baru dari luar negeri, tapi memang harus disesuaikan dengan lidah local, sama ketika kita buka diluar negeri pun kita juga akan justing dengan rasa lokal plus teknik marketing”.

8. Bagaimana awal mula KTBR bisa menembus pasar luar negeri hingga ke 8 negara?

“memang kita orang Surabaya, kaki lima pinggir jalan yang mempunyai cita-cita luar biasa besar, well kita waktu itu mencoba keberuntungan saja, waktu itu pemerintah sempet membuka stand free, waktu itu kita belum siap, jujur dari segi sistem atau human resource, tapi kita coba aja keberuntungan dan Alhamdulillah kita sempat tiga sampai empat kali closing deal, tepi memang ketika Malaysia pada saat itu mereka datang ke Indonesia mereka kaget lha ini kantornya kok masih berbentuk rumah, karena kita memang waktu itu ya udah yang penting berani aja, tapi kita sadar secara empat tahun yang akhirnya gak jadi berturut-turut kita closing deal itu tadi dan kita mulai kanyaknya kita harus memperbaiki diri, membenahi SOP, harus mencari orang yang International basic yang ngerti dan lain-lain, Alhamdulillah ditahun 2010 akhirnya kita closing bisa dan kita bener-bener wow mimpi kita akhirnya jadi nyata dan Alhamdulillah gak cuma Malaysia dan hamper disaat yang sama berselang dua bulanan kita bisa buka di Filipina”.

9. Seberapa pentingkah membuat menu baru dalam kelangsungan bisnis?

“rata-rata kalau yang namanya di baba rafi sendiri pertahun kita akan provoding dua menu baru, total kita mempunyai 16 menu dan biasanya kita add dua menu baru pasti kita take out menu baru lagi, karena kita berusaha menjaga sekali supaya operation di outlet tidak terlalu banyak,

dan kemudian waisnyapun atau bahan baku yang terbuang kita minimalisasi, jadi bener-bener penjualannya APP bisa terjaga dan pembeli juga fokus terhadap menu tertentu yang memang kita jual”.

10. Bagaimana cara menjaga mutu dan quality controlnya supaya ketika rasa itu sampai ke lidah konsumen rasa akan tetap sama dan tidak berubah sedikitpun?

“di baba rafi kita memotong 70% proses memasak, jadi 70% sudah kita prepare di baba rafi, jadi tortilanya berbentuk frozen, dan daging yang kita supply dalam bentuk frozen, sauspun sudah jadi, ketika di outlet tidak ada lagi proses masak memasak, tinggal memanggang, memotong tipis-tipis dan meracik, sayur daging tortilla dan saus diracik jadi satu dipanaskan sudah jadi, jadi siapapun yang masak rasanya sama”.

11. Bicara soal bisnis Franchise, sekarang jamannya era digital, bagaimana KTBR memadukan keduanya?

“baba rafi totally bermain baget disana, kita juga membuka yang namanya www.babaraonline.com itu menjual tentang everything tentang baba rafi, kita juga mempunyai kebab frozen jadi yang siap saji, orang ketika mau membeli kebab dan malas keluar mereka bisa tinggal beli, kita juga bermain di SEO, kita juga bermain di landing page, bahkan yang namanya took online, twitter, sosial media yang lain, dan bahkan juga mungkin salah satu yang paling lucu ne kita bisa closing ke luar negeri itu adalah karena kita memang benar-benar memainkan website kita dengan perpaduan SEO, dan kita juga sudah bekerjasama denga zalora, eleania, kaskus kita menjual barang kita disana, dan surprizely salesnya luar biasa banget”.

12. Seberapa besar kontribusi jual online terhadap peningkatan sales di KTBR ini?

“memag kita baru new player masuk kurang lebih dua tahunan, jadi salesnya memang mungkin belum terlalu besar dibandingkan dengan mungkin sekitar 4% dari total sales kita, tapi totally ini adalah market yang sangat besar dan kalau kita garap lebih serius kedepan akan bisa menghasilkan”.

13. Apa tips yang bisa anda berikan bagi pengusaha pemula dalam mengembangkan bisnisnya?

“start something small, mulai dari resiko yang terukur, karena kadang orang bisnis yang dilihat adalah untung, padahal kita juga harus melihat ruginya, selanjutnya konsisten karena masalah dalam bisnis sangat banyak, saya mungkin tidak bilang masalah tapi lebih ke challenge, dan lihat setahun dua tahun akan menjadi langkah besar buat kita”.



C. Hasil wawancara bersama HRD Coordinator mbak Himmatul Muhlisa di perusahaan PT. Baba Rafi Indonesia Surabaya, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah ada apresiasi tentang penilaian prestasi terhadap karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja, jika ada apa saja yang sudah diterapkan?

“dalam hal memotivasi kinerja karyawan ada beberapa aspek golongan yang meliputi di antaranya dari devisi komersil, karyawan dalam penjualan melebihi target akan diberikan bonus, baik itu berupa gaji tambahan atau kenaikan jabatan. Kemudian dalam devisi support, kali ini lebih dalam mengevisiensi biaya pengeluaran seminim mungkin, sehingga dapat ditekan pengeluaran yang tidak terlalu perlu. Setelah itu dalam bidang personal, perusahaan melakukan penilaian selama 6 bulan sekali tentang kinerjanya selama ini, penilaian bonus 3 bulan sekali jika ada peningkatan penjualan dan juga menilai baik buruk kinerja karyawannya yang meliputi 6 kategori di antaranya, karyawan yang suka menolong, disiplin, ceria, kreatif, relasi yang baik, pendengar yang baik”.

2. Dalam hal memotivasi kerja dalam bekerja butuh keikhlasan agar setiap apa yang dilakukan tidak merasa terbebani, sejauh apa anda menilai keikhlasan dalam bekerja, apakah memberikan kontribusi dalam pekerjaan anda sekarang ini?

“didalam menjalankan rutinitas sehari-hari dalam menjalani pekerjaan, keikhlasan sangat diperlukan, sehingga tidak akan merasa terbebani jikalau mengalami kendala dalam pekerjaannya, akan tetapi memang keikhlasan tidak bisa diukur secara objektif, akan tetapi keikhlasan dalam bekerja bisa dilihat dari jobdisknya, loyalitas antara para sesama karyawan. Disamping itu ada kegiatan rutinitas breafing setiap hari selasa dan kamis, materinya meliputi tentang kajian keagamaan, memotivasi para karyawan , bekerja dengan hati bukan dengan sakit hati, dan juga ada rutinitas tausiah setiap bulan, karena dalam perusahaan ini soal pekerjaan dan religious harus seimbang”.

3. Bagaimana anda menyikapi rasa tanggung jawab dalam pekerjaan anda selama ini, dan problematika apa yang pernah anda alami dalam menanggung tanggung jawab dalam pekerjaan anda?

“saya berbicara pada porsi saya sebagai HRD di perusahaan ini ya, yang pertama dari sisi menejemen, dalam hal ini saya harus menegakkan aturan sesuai ketentuan dari perusahaan, posisi kita harus netral meskipun jikalau nanti ada teman baik kita melakukan kesalahan, kita tidak boleh berat sebelah, tapi harusimbang dan netral, harus bisa paham dan mendengarkan setiap keluhan, tidak terlalu mengekang terhadap karyawan yang lain, dalam hal ini kita harus bisa memposisikan diri kita gimana”

4. Dalam meningkatkan ketreampilan karyawan, apakah pernah melakukan pelatihan rutin disetiap ada pengeluaran produk terbaru ataupun tidak?

“ini lebih kepada training operator, akan tetapi tidak semua divisi ikut training, tapi dilihat dulu training yang sebelumnya berjalan maksimal atau belum, jikalau sebelumnya hasil trainingnya berjalan oke dan akan diteruskan ke training selanjutnya, jika mengalami kesulitan langsung Tanya sama mentornya”.

5. Jika posisi anda sebagai karyawan di perusahaan ini, bagaimana sikap atasan anda terhadap karyawan ketika melakukan kesalahan, begitu juga jika posisi anda sebagai atasan, apa yang akan anda lakukan?

“tetep ya kita harus komitmen sama peraturan yang sudah dibuat oleh perusahaan ini, jika ada yang melakukan kesalahan, maka akan mendapatkan SPI, akan tetapi pengeluaran SP tergantung tingkat kesalahannya apa, jika kesalahannya kecil, atasan cuma menegur dan menasehati saja, jikalau kesalahannya agak besar dan merugikan perusahaan, entah itu mencoreng nama baik perusahaan maupun hilangnya khas perusahaan, maka akan dikeluarkan SPI,2,3 dan bisa langsung dikeluarkan, jika pelanggaran UUD, akan dilaporkan ke pihak berwajib”.

6. Bagaimana hubungan antara atasan dan bawahan di perusahaan ini, apa ada kesenjangan diantara keduanya, dan bagaimana cara mengatasi supaya hubungan antara keduanya bisa kondusif?

“jabatan disini baik itu jabatan dari brand menejer, supervisor, coordinator, operator dan lain-lain semuanya sama, karena dalam perusahaan ini memakai nilai kekeluargaan setiap ada karyawan ultah selalu dirayain dengan membeli kue tar, uang buat beli kue bukan dari perusahaan, akan tetapi kita saling iuran setiap bulan, dan dipapan tulis

terdapat nama karyawan beserta tanggal ulang tahunnya, jadi kita semua bisa tau kapan dan siapa yang akan ulang tahun, ini diharapkan agar hubungan antar sesama bisa saling terjaga dengan baik”.

7. Kondisi kerja sangat mempengaruhi motivasi kerja dalam bekerja, bagaimana situasi kondisi kenyamanan bekerja di perusahaan ini, bisakah memberikan sedikit gambaran mengenai hal ini?

“motivasi dalam bekerja pengaruhnya akan sangat luas dan tampak dalam pengembangan usahanya, di antaranya bisa lebih cekatan dalam packing-packing barang bahan baku mentah yang akan dikirim ke outlet-outlet, cepat dan ramah dalam melayani pembeli, rajin dalam menunaikan ibadah shalat, dan secara tidak langsung akan disiplin sendiri-sendiri, dalam pekerjaannya tidak ada tekanan, baik atasan maupun bawahan adalah keluarga, harus saling gotong royong, dan ini yang membuat karyawan semangat dalam bekerja dan secara perlahan pengembangan usahanya lambat raut akan mengalami peningkatan, aturan istirahat antara jam 1 sampai jam 2”.

8. Setiap bekerja pasti ada timbal baliknya, yaitu berupa gaji, apakah gaji yang didapat di perusahaan ini bisa memenuhi kehidupan sehari-hari dan memenuhi UM kota Surabaya dan apakah gaji yang didapat sesuai dengan jerih payah yang dikeluarkan, bisakah anda menjelaskan sistematisa penggajian di perusahaan ini?

“mohon maaf sebelumnya, kami sangat tertutup dalam hal memberikan informasi gaji dari pihak luar, karena ditakutkan akan ada kesenjangan jika antar sesama karyawan mengetahui gaji yang diterima satu sama lain, yang jelas cukup buat hidup di kota besar seperti di Surabaya ini”.

9. Dalam pengembangan usaha, strategi apa saja yang sudah diterapkan oleh perusahaan ini?

“dalam strategi pengembangan franchise di perusahaan ini ada 2 kategori yang akan ditekankan, diantaranya dari sisi penjualan, dalam penjualan ini ada 2 bagian yaitu dari penjualan franchise itu sendiri, dalam menarik calon investor, desain booth harus semenarik mungkin dan pilihan warna harus yang sangat mencolok seperti warna merah dipadukan dengan warna kuning, mempresentasikan keunggulan dari franchise ini kepada

calon investor, mengikuti acara even pameran. Bagian kedua dari segi produk, mempertahankan produk sangatlah penting, setelah melihat desain booth, calon investor melihat apa yang di jual dari franchise tersebut, produk harus berkualitas, memilih bahan-bahan yang terbaik, sehingga menghasilkan produk yang sangat memuaskan, meskipun harga naik, kualitas produk dan rasa akan tetap sama. Kategori yang kedua itu dari segi pengembangan, desain booth selalu up to date, investor yang sudah bergabung dan puas akan kerjasama dengan perusahaan ini akan ditawarkan kembali untuk menambah outlet atau cabang, dan ini yang membuat cabangnya bertambah banyak”

10. Peneliti menemukan keunikan dari produk Franchise ini, yaitu produk syariah, apa keunikan dari produk tersebut dan apa yang membedakan dari produk biasa yang harganya sama tapi memberikan return yang berbeda?

“disini kami membaginya dalam 3 kategori, yang pertama itu paket regular, yang mana investor membeli Franchise di perusahaan ini dan dikelolah sendiri sesuai dengan SOP yang diberikan oleh perusahaan, akan tetapi bahan baku utama harus supply langsung ke perusahaannya, seperti daging kebab, kemasan, saos dan lain-lain, akan tetapi kalau seperti sayuran bisa beli ditempat lain, yang kedua itu paket mandiri, yang mana paket ini full milik perusahaan sendiri, sama seperti konsep container kebab yang masih belum membuka kemitraan, dan yang ketiga adalah paket syariah, disini perusahaan memberikan bagi hasil 50-50, investor hanya menanamkan modal saja dan tidak harus ikut berkecimpung didalamnya”.

D. Hasil wawancara bersama General Affairs SPV mbak Weny Asmara Wirda selaku di perusahaan PT. Baba Rafi Indonesia Surabaya, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah ada apresiasi tentang penilaian prestasi terhadap karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja, jika ada apa saja yang sudah diterapkan?

“perusahaan ini mengapresiasi hasil kinerja karyawan dalam pengembangan usahanya agar supaya karyawan bisa semangat dalam bekerja yang di antaranya memberikan bonus bagi yang melampaui target penjualan, merayakan karyawan yang lagi ulang tahun dengan membeli kue tar, akan tetapi dana perayaan ini dari iuran para karyawan, bukan dari perusahaan, memberikan penilaian kepada karyawan, dan bahkan ada yang disekolahkan S2 full/ dibiayai dari perusahaan”.

2. Dalam hal memotivasi kerja dalam bekerja butuh keikhlasan agar setiap apa yang dilakukan tidak merasa terbebani, sejauh apa anda menilai keikhlasan dalam bekerja, apakah memberikan kontribusi dalam pekerjaan anda sekarang ini?

“setiap apa yang kita kerjakan termasuk profesi yang sedang digeluti sekarang ini memang harus disadari dari awal, apakah kita mencintai pekerjaan ini apa tidak, jadi dilihat dari niat awal dalam bekerja, seperti yang kami lakukan dalam pekerjaan kami selaku pengawas dalam menjaga kualitas barang-barang termasuk pengecekan kerusakan booth, kita harus dituntut untuk senang dalam kerja lapangan, mengecek kondisi booth di setiap cabang yang ada”.

3. Bagaimana anda menyikapi rasa tanggung jawab dalam pekerjaan anda selama ini, dan problematika apa yang pernah anda alami dalam menanggung tanggung jawab dalam pekerjaan anda?

“posisi saya kan sebagai General Affair SPV pada devisi supporting, yang mana tidak terlepas dari problem SDM, disini kami melakukan quality control pada setiap gerai yang ada di Surabaya, setiap ada keluhan masalah gerai dalam hal kerusakan dan lain sebagainya, kami akan melakukan tindakan perbaikan dengan cepat, dan biaya perbaikan tergantung pada paket yang dipilih, disini pemilik outlet dapat dikenai

biaya jikalau kerusakan di akibatkan oleh kelalaiannya sendiri, akan tetapi jikalau kerusakan akibat memang dari pusat tidak dikenai biaya”.

4. Dalam meningkatkan ketreampilan karyawan, apakah pernah melakukan pelatihan rutin disetiap ada pengeluaran produk terbaru ataupun tidak?

“di perusahaan ini menerapkan asas kekeluargaan, yang mana semua karyawan bebas mengapresiasi ide-ide dan produk-produk baru dan bisa langsung disampaikan ke atasan, akan tetapi dalam penerapannya harus dilakukan step by step, melakukan riset dan uji coba selama satu minggu, apabila produk baru bisa diterima sama konsumen, maka akan bisa di ajukan menjadi salah satu menu utama dari 16 menu yang ada”.

5. Jika posisi anda sebagai karyawan di perusahaan ini, bagaimana sikap atasan anda terhadap karyawan ketika melakukan kesalahan, begitu juga jika posisi anda sebagai atasan, apa yang akan anda lakukan?

“tergantung dari tingkat kesalahan yang dilakukan, jika ringan akan ditegur dengan lisan, dan jika melakukan kesalahan serupa berulang-ulang akan diberikan SP 1,2,3”.

6. Bagaimana hubungan antara atasan dan bawahan di perusahaan ini, apa ada kesenjangan diantara keduanya, dan bagaimana cara mengatasi supaya hubungan antara keduanya bisa kondusif?

“hubungannya sangat fleksibel ya, apa lagi orang-orang disini banyak yang hamble, dalam artian orangnya asyik dalam berhubungan, pendengar yang baik, suka tolong menolong dan masih banyak lagi”.

7. Kondisi kerja sangat mempengaruhi motivasi kerja dalam bekerja, bagaimana situasi kondisi kenyamanan bekerja di perusahaan ini, bisakah memberikan sedikit gambaran mengenai hal ini?

“disini kan kita bekerja secara profesional dan baik, namanya juga kita disini memakai nilai asas kekeluargaan, jadi semuanya adalah keluarga, maka dari itu setiap ada perayaan entah itu ultah atau sejenisnya, kita selalu merayakannya, rutin ditarik iuran untuk membeli hadiah buat yang lagi punya hajat, ini yang membuat kita nyaman dalam bekerja”.

8. Setiap bekerja pasti ada timbal baliknya, yaitu berupa gaji, apakah gaji yang didapat di perusahaan ini bisa memenuhi kehidupan sehari-hari dan memenuhi UMR kota Surabaya dan apakah gaji yang didapat sesuai dengan jerih payah yang dikeluarkan, bisakah anda menjelaskan sistemika penggajian di perusahaan ini?

“skema pengupahan disini kami tidak bisa memberikan banyak info, dikarenakan untuk menjaga keharmonisan dan tidak ada kesenjangan antara karyawan, yang pasti Alhamdulillah cukup buat makan sehari-hari, apapun jumlah yang kita dapatkan harus tetap disyukuri”.

9. Dalam pengembangan usaha, strategi apa saja yang sudah diterapkan oleh perusahaan ini?

“selain dalam pengembangan strategi yang meliputi desain booth dan sebagainya, perusahaan ini juga mengupgrade menu yang tersedia di perusahaan ini, adapun promo menu terbaru tidak harus ide dari para atasan, akan tetapi para bawahan atau karyawan juga diberikan hak wewenang atas usulan produk menu terbaru, jika ada salah satu karyawan mempunyai ide menu baru akan dilakukan uji coba terlebih dahulu, apakah akan diterima oleh pasar apa tidak, jika banyak yang minat, makan akan dimunculkan menu terbaru tersebut. Selain itu perusahaan juga mempunyai usaha selain kebab ini, yaitu Waroeng Me, disana juga akan ada diskon bagi pelanggan yang masih berstatus siswa, dan juga ada Kontainer Kebab, sensasi membeli kebab selain di outlet-outlet yang sudah ada, dan yang terbaru produk frozen kebab, produk ini masih dikategorikan bahan mentah, ada sensasi tersendiri jika memasak sendiri kebab dirumah dengan frozen kebab ini”.

10. Peneliti menemukan keunikan dari produk Franchise ini, yaitu produk syariah, apa keunikan dari produk tersebut dan apa yang membedakan dari produk biasa yang harganya sama tapi memberikan return yang berbeda?

“banyak beberapa menu paket usaha yang ditawarkan ya, salah satunya paket syariah, sebenarnya ini memakai sistem bagi hasil 50-50, akan tetapi jika memilih paket regular 100% keuntungan milik invest, karena perusahaan hanya mensupply bahan baku utama yang harus dibeli ke perusahaan, agar supaya tingkat kualitas makanan tetap terjaga, dan setiap bulan ada 3-4% fee dari total pendapatan”

DAFTAR GAMBAR



Pendiri bersama istri dan ketiga anaknya



Pendiri lagi memperkenalkan produk terbaru “Frozen Kebab”



Keluarga yang saling mendukung



Pendiri lagi di meja kerjanya



Pendiri memberikan semangat ke outlet container kebab cabang Surabaya



Pendiri lagi melayani konsumen



Konsumen dari luar negeri



Salah satu penghargaan yang didapat







Suasana outlet di Surabaya



Peneliti di depan outlet kantor Surabaya



Suasana packing barang yang akan dikirim ke outlet terdekat



Peneliti bersama HRD Coodinator PT. Baba Rafi Indonesia



Peneliti bersama General Affair SPV PT. Baba Rafi Indonesia

Black Kiosk



Paket Black Kios : Rp. 75.000.000

Black Booth



Paket Black Booth : Rp. 90.000.000



Paket Premium Type : Rp. 200.000.000



Paket Container : Rp. 200.000.000





Perusahaan mempunyai misi sosial yang tinggi



Liputan Indonesia Franchise Marketing Award 2017



Suasana container kebab di malam hari



Cara praktis memakan kebab



Kemasan yang menarik



Menu utama join waralaba



Terima pesanan

YES WE'RE OPEN

CONTAINER KEBAB BY BABA RAFI

B1/G1/F

Buy 1 Get 1 Free



Kebab Unyu



KEBBY

SPBU PERTAMINA NGAGEL
JL. RAYA NGAGEL 185
SURABAYA, JAWA TIMUR 60246

Syarat & Ketentuan:

- HANYA BERLAKU DI CONTAINER KEBAB JALAN MANYAR KERTOARJO, SURABAYA
- BERLAKU SETIAP PEMBELIAN 1 PRODUK UTAMA
- PRODUK GRATIS ADALAH KEBAB UNYU
- FOLLOW IG @CONTAINERKEBAB & TUNJUKAN KE OPERATOR
- FLYER HARUS ASLI, TIDAK BOLEH DI COPY/DIPERBANYAK
- BAWA FISIK FLYER & BERIKAN KE OPERATOR
- GET FREE PAPERTDY SELAMA PERSEDIaan MASIH ADA
- PROMO BERLAKU SAMPAI DENGAN 31 AGUSTUS 2017

KEBAB TURKI
Baba Rafi



KEBAB

(n.) Makanan khas timur tengah yang dibawa pertama kali ke Indonesia oleh Kebab Baba Rafi