

**MAKNA *MUJĀHADAH* PADA PERILAKU
PENGUSAHA MUSLIM BISNIS KULINER
DI KABUPATEN KUTAI TIMUR**

DISERTASI

**Oleh:
SISMANTO
NIM: 200504320010**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PROGRAM DOKTOR EKONOMI SYARIAH
2024**

**MAKNA *MUJĀHADAH* PADA PERILAKU
PENGUSAHA MUSLIM BISNIS KULINER
DI KABUPATEN KUTAI TIMUR**

**Disertasi
Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Doktor Ekonomi Syariah**

**OLEH:
SISMANTO
NPM 200504320010**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PROGRAM STUDI DOKTOR EKONOMI SYARIAH
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN DISERTASI TERBUKA

Naskah Disertasi dengan judul “Makna *Mujāhadah* pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur”, yang disusun oleh Sismanto (NPM. 200504320010) ini telah diperiksa secara keseluruhan dan disetujui oleh tim promotor untuk diajukan kepada Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diuji dalam Sidang Ujian Disertasi Terbuka.

Promotor I,



Prof. Dr. H. Siswanto, S.E, M.Si.
NIP 197509062006041001

Promotor II,

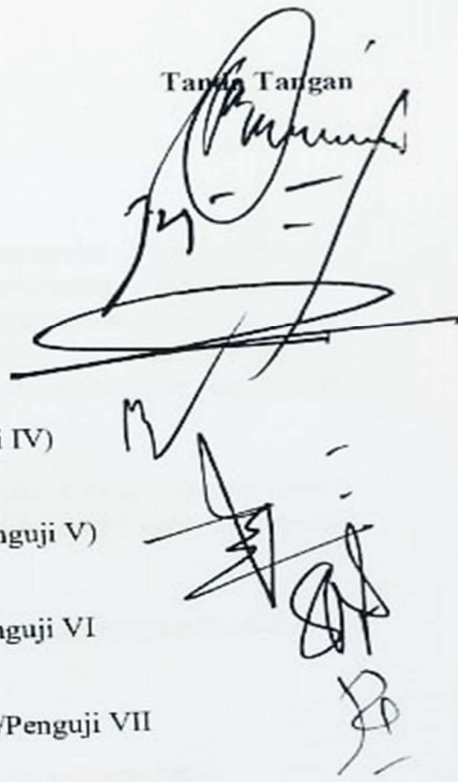


Dr. H. Achmad Djalaluddin, Lc., M.A
NIP 197307192005011003

LEMBAR PENGESAHAN
PERBAIKAN PASCA UJIAN DISERTASI TERBUKA

Naskah Disertasi dengan judul “Makna *Mujāhadah* pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur”, yang disusun oleh Sismanto (NPM. 200504320010) ini telah di ujikan dalam sidang ujian Disertasi Terbuka yang di selenggarakan pada hari Jumat, 1 Nopember 2024, dan telah diperbaiki sebagaimana saran-saran Dewan Penguji. Dewan Penguji di bawah ini telah memeriksa perbaikan-perbaikan yang disarankannya.

Dewan Penguji:

No	Nama	Kedudukan	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag NIP 196201151998031001	: Penguji I	
2.	Prof. Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, M.A. NIP 195503021987031004	: Penguji II	
3.	Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El NIP 197507072005011005	: Penguji III	
4.	Drs. H. Basri, MA., Ph.D NIP 196812311994031022	: Ketua/Penguji IV)	
5.	Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. NIP 197112111999031003	: Sekretaris/Penguji V)	
6.	Prof. Dr. H. Siswanto, S.E, M.Si. NIP 197509062006041001	: Promotor/Penguji VI	
7.	Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., M.A NIP 197307192005011003	: Co Promotor/Penguji VII	



Mengetahui,
Direktur,

Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.
NIP. 19690303 200003 1 002

**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sismanto
NIM : 200504320010
Program : Doktor
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Penelitian: Makna *Mujāhadah* pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur, menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

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

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

Malang, 17 Desember 2024
Hormat saya,



Sismanto
NIM. 200504320010

ABSTRAK

Sismanto. (2024). Makna *Mujāhadah* pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur. Disertasi, Program Doktor Ekonomi Syariah Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Promotor: (1) Prof. Dr. H. Siswanto, S.E, M.Si. (2) Dr. H. Achmad Djalaluddin, Lc., M.A

Kata Kunci: ***Mujāhadah*, Bisnis Kuliner, Pengusaha Muslim, Perilaku Pengusaha**

Kabupaten Kutai Timur, yang merupakan rumah bagi berbagai suku dan profesi termasuk pengusaha Muslim di bidang kuliner dengan beragam perilaku, menjadi fokus penelitian ini. Namun, penelitian tentang pengaruh *mujāhadah* terhadap perilaku pengusaha Muslim dalam sektor kuliner masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan menginterpretasikan pengaruh *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim di bidang kuliner. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut dijabarkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: (1) bagaimana implementasi *mujāhadah* dalam kegiatan bisnis, (2) apa makna *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim, dan (3) bagaimana perilaku pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis kuliner di Kutai Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi di Kabupaten Kutai Timur. Informan penelitian dipilih secara *purposive sampling* dari kalangan pengusaha Muslim bisnis kuliner di kabupaten tersebut. Keabsahan data diverifikasi menggunakan kriteria kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas, dengan teknik analisis yang meliputi kondensasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Temuan penelitian menunjukkan: 1) Implementasi pengalaman *mujāhadah* dalam aktivitas bisnis. Pengelolaan bisnis meliputi pengelolaan bisnis dengan perencanaan keuangan, pemasaran, dan evaluasi yang efektif, pengelolaan SDM; menciptakan lingkungan kerja yang kekeluargaan, memberikan penghargaan, dan mengintegrasikan nilai-nilai Islam. Pengelolaan keuangan meliputi pengelolaan keuangan yang transparansi, integritas, dan kejujuran dengan penggunaan teknologi modern. 2) Makna *mujāhadah*: Pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner menekankan *mujāhadah* yang mencakup niat baik, ikhtiar, kerja keras, manfaat kepada orang lain, doa kepada Allah, dan yakin. Nilai ini penting tidak hanya dalam mencapai target omzet tinggi tetapi juga dalam mengakui bahwa hasil akhir tidak selalu dalam kendali manusia. 3) Kesadaran perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner. *Because of motive*: Perubahan pandangan terhadap bisnis, dukungan keluarga, hobi pribadi, dan ambisi untuk melanjutkan tradisi keluarga. *In order to motive*: Visi untuk masa depan termasuk membuka *outlet* fisik baru, mengembangkan produk, dan mengembangkan bisnis ke area yang lebih besar.

ABSTRACT

Sismanto. (2024). The Meaning of *Mujāhadah* on the Behavior of Muslim Culinary Business Entrepreneurs in East Kutai Regency. Dissertation, Doctoral Program in Sharia Economics, Postgraduate Program of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Promoter: (1) Prof. Dr. H. Siswanto, S.E, M.Si. (2) Dr. H. Achmad Djalaluddin, Lc., M.A.

Keywords: *Mujāhadah*, Culinary Business, Muslim Entrepreneurs, Entrepreneur Behavior.

East Kutai Regency, home to various ethnic groups and professions, including Muslim entrepreneurs in the culinary field who have multiple behaviors, is the focus of this research. However, research on the influence of *mujāhadah* on the behavior of Muslim entrepreneurs in the culinary sector is still minimal. Therefore, this study aims to describe, analyze, and interpret the influence of the of *mujāhadah* on the behavior of Muslim entrepreneurs in the culinary field. To answer the research objectives, it is elaborated in the form of questions as follows: (1) how is the implementation of *mujāhadah* in business activities? (2) what is the meaning of *mujāhadah* for Muslim entrepreneurs, and (3) what is the behavior of Muslim entrepreneurs in running a culinary business in East Kutai?

The method used is qualitative research with case studies, where data are collected through observation, in-depth interviews, and documentation in the East Kutai Regency. Research informants were selected by purposive sampling from among Muslim entrepreneurs in the culinary business in the district. Data validity was verified using criteria of credibility, transferability, dependability, and confirmability, with analysis techniques including condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The research findings show 1) Implementation of *mujāhadah* experience in business activities. Business management: Covering business management with effective financial planning, marketing, and evaluation, as well as HR Management, creating a family-like work environment, providing rewards, and integrating Islamic values. Financial management: Financial management with transparency, integrity, and honesty, using modern technology. 2) The meaning of *mujāhadah*: Muslim entrepreneurs in the culinary business emphasize the *mujāhadah*, which includes good intentions, efforts, hard work, benefits to others, prayers to Allah, and confidence. This value is essential in achieving high turnover targets and recognizing that the outcome is not always in human control. 3) Behavioral Awareness of Muslim Entrepreneurs in Culinary Business. Because of Motive: Changing views on business, family support, personal hobbies, and ambition to continue the family tradition. In order to motive: Vision for the future includes opening new physical outlets, developing products, and expanding the business to a larger area.

مستخلص البحث

سيسمانتو. (٢٠٢٤). معنى المجاهدة في سلوك رجال الأعمال المسلمين في مجال الأعمال الغذائية في مقاطعة كوتاي الشرقية. أطروحة دكتوراه، برنامج الدكتوراه في الاقتصاد الشرعي، برنامج الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية، مالانغ. المشرفون: (1) الأستاذ الدكتور ح. سيسوانتو، بكالوريوس في الاقتصاد، ماجستير في العلوم. (2) الدكتور ح. أحمد جلال الدين، بكالوريوس في الشريعة، ماجستير في الآداب.

الكلمات المفتاحية: مجاهدة، أعمال غذائية، رجال الأعمال المسلمون، سلوك رجال الأعمال

مقاطعة كوتاي الشرقية، التي تعد موطنًا لمختلف القبائل والمهن بما في ذلك رجال الأعمال المسلمين في مجال الأعمال الغذائية بسلوكياتهم المتنوعة، هي محور هذا البحث. ومع ذلك، فإن البحث حول تأثير قيمة المجاهدة على سلوك رجال الأعمال المسلمين في قطاع الأغذية لا يزال محدودًا للغاية. لذلك، يهدف هذا البحث إلى وصف وتحليل وتفسير تأثير قيمة المجاهدة على سلوك رجال الأعمال المسلمين في مجال الأغذية. للإجابة على أهداف البحث تم توضيحها في شكل أسئلة كالتالي: (1) كيف يتم تطبيق المجاهدة في الأنشطة التجارية، (2) ما معنى قيمة المجاهدة لرجال الأعمال المسلمين، و(3) كيف يكون سلوك رجال الأعمال المسلمين في إدارة الأعمال الغذائية في كوتاي الشرقية.

طريقة البحث المستخدمة هي البحث النوعي بدراسة الحالة، حيث تم جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المتعمقة والتوثيق في مقاطعة كوتاي الشرقية. تم اختيار المشاركين في البحث بطريقة العينة الهادفة من بين رجال الأعمال المسلمين في مجال الأعمال الغذائية في تلك المقاطعة. تم التحقق من صحة البيانات باستخدام معايير المصادقية، القابلية للنقل، الاعتمادية، والتأكيد، باستخدام تقنيات التحليل التي تشمل تكثيف البيانات، عرض البيانات، واستخلاص الاستنتاجات.

أظهرت نتائج البحث: (1) تنفيذ تجربة المجاهدة في الأنشطة التجارية. إدارة الأعمال: تشمل إدارة الأعمال بالتخطيط المالي، التسويق، والتقييم الفعال، إدارة الموارد البشرية؛ خلق بيئة عمل عائلية، تقديم التقدير، ودمج القيم الإسلامية. إدارة المالية؛ إدارة المالية بالشفافية، النزاهة، والأمانة، مع استخدام التكنولوجيا الحديثة. (2) معنى المجاهدة: يؤكد رجال الأعمال المسلمون في مجال الأعمال الغذائية على قيمة المجاهدة التي تشمل النية الحسنة، الاجتهاد، العمل الجاد، إفادة الآخرين، الدعاء لله، واليقين (الثقة). هذه القيمة مهمة ليس فقط لتحقيق أهداف المبيعات العالية ولكن أيضًا في الاعتراف بأن النتيجة النهائية ليست دائمًا في سيطرة الإنسان. (3) وعي سلوك رجال الأعمال المسلمين في مجال الأعمال الغذائية. لأن الدافع: تغيير النظرة نحو الأعمال، دعم الأسرة، الهوية الشخصية، والطموح لمواصلة تقاليد الأسرة. بهدف الدافع: الرؤية للمستقبل تشمل فتح منافذ جديدة، تطوير المنتجات، وتوسيع الأعمال إلى مناطق أكبر.

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan disertasi ini yang berjudul " Makna *Mujāhadah* pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur ". Penelitian ini adalah hasil dari perjuangan dan kerja keras serta kolaborasi dengan banyak pihak.

pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusi dalam penyelesaian disertasi ini. Khususnya, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Prof. Dr. H. Zainuddin, MA, atas izin dan kesempatan yang diberikan untuk melanjutkan studi doktoral di Program Studi S3 Ekonomi Syariah. Penghargaan juga diberikan kepada Direktur Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, Prof. Dr. Wahidmurni, M.Pd, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ketua Program Studi S3 Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag., peneliti ucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan, dan dukungan akademik yang tak terhingga. Kepada Promotor peneliti, Prof. Dr. H. Siswanto, S.E, M.Si., peneliti ingin menyampaikan penghargaan yang tak terukur atas bimbingan, dorongan, dan kontribusi ilmiahnya yang telah sangat membantu dalam perjalanan akademik peneliti. Begitu pula kepada Co-Promotor peneliti, Dr. H. Achmad Djalaluddin, Lc., M.A, ucapan terima kasih peneliti yang tulus atas semua dukungan dan arahan ilmiahnya.

Dengan berat hati, peneliti juga ingin menyampaikan ucapan duka cita yang mendalam atas kepergian Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, SH., M.Ag. Beliau bukan hanya seorang promotor tetapi juga mentor dan pemberi inspirasi bagi peneliti dan banyak orang lainnya. Kehilangan beliau merupakan kehilangan besar bagi kami semua. Semoga almarhum mendapatkan tempat terbaik di sisi Allah

SWT, dan semoga keluarga yang ditinggalkan diberikan ketabahan dan kekuatan. Doa dan penghormatan terdalem peneliti sampaikan untuk almarhum. Seluruh kontribusi dan bimbingannya akan selalu menjadi bagian penting dari perjalanan akademik dan kehidupan peneliti.

Tak lupa, terima kasih yang tulus peneliti sampaikan kepada Yayasan Pendidikan Prima Swarga Bara (YPPSB), yang telah menjadi fondasi pendidikan yang kokoh dan inspiratif. Terima kasih khusus kepada Ketua Yayasan, Bapak H. Arif Rusmin, dan Bapak Iffan Fanani sebagai Wakil Ketua Yayasan, yang kepemimpinan dan dedikasinya telah membuka jalan bagi banyak pencapaian. Penghargaan khusus juga peneliti berikan kepada Akhmad Syam'un, M.PdI, Kepala SD YPPSB 2 Sangatta, serta seluruh guru yang telah memberikan dukungan tak terhingga dalam penelitian ini.

Peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada teman-teman angkatan 2020 S3 Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dukungan, semangat, dan kebersamaan mereka telah memberikan warna yang tak terlupakan dalam perjalanan studi doctoral ini. Perjalanan ini bukan hanya tentang memperoleh pengetahuan, tetapi juga tentang membangun persahabatan, membagi pengalaman, dan saling menguatkan dalam menghadapi tantangan. Mereka adalah rekan-rekan yang telah menjadi bagian dari sebuah perjalanan yang menggugah, penuh dengan belajar, berbagi, dan tumbuh bersama. Bersama mereka, setiap langkah dalam studi ini menjadi lebih berarti dan penuh dengan kenangan yang akan selalu dihargai.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para informan penelitian yang telah memberikan kontribusi besar dalam penelitian ini. Terima kasih khusus peneliti sampaikan kepada: Ibu Dewi Yuliana, Lubna Cafe & Cake, Bapak Eddy Pramono, pemilik resto Edy Blangkon, Bapak Agus Kristanto, pemilik resto Soto Kwali, Ibu Trisna Sriwulaningsih, Ibu Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, Ibu Mega Rindawati pemilik Gummy's Food & Beverage, dan Bapak Basyuni Anwar. Kontribusi Anda semua telah menjadi sumber ilmu yang berharga dan memberikan wawasan yang mendalam tentang dunia usaha

kuliner. Terima kasih atas waktu, pengetahuan, dan pengalaman yang telah Anda bagi.

Akhirnya, terima kasih yang tak terhingga peneliti sampaikan kepada istri tercinta, Tri Puri Tosana Handayani, SE., dan ketiga anak kami, Quinsha Faradisha Nahla yang sedang menimba ilmu agama di pondok pesantren Tambak Beras Jombang, Haikal Akbar Nala Hija yang saat ini duduk di kelas VI sekolah dasar, dan Nihaya Tasbiha Naja yang masih menggunakan pampers di usianya yang telah melewati 3 tahun. Dukungan, kesabaran, dan cinta mereka adalah sumber kekuatan dan inspirasi peneliti. Mereka adalah cahaya yang menerangi setiap langkah peneliti, mengingatkan bahwa setiap pengorbanan dan usaha keras yang dilakukan adalah untuk membangun masa depan yang lebih cerah bagi mereka. Keluarga peneliti adalah oase di tengah padang gurun kehidupan, tempat di mana peneliti menemukan kedamaian, kekuatan, dan inspirasi untuk terus bergerak maju.

Semoga disertasi ini tidak hanya menjadi capaian akademis, tetapi juga sumbangsih nyata dalam pengembangan pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur. Tujuan utamanya adalah untuk menginspirasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang beretika dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Lebih jauh, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan pendidikan di Indonesia, membuka perspektif baru dalam ekonomi dan bisnis syariah, serta memperkaya keanekaragaman budaya kuliner Indonesia.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Malang, 17 Desember 2024
Peneliti

Sismanto

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Lembar Persetujuan dan Pengesahan	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan	iv
Lembar Pernyataan Orisinalitas Penelitian	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xvii
Motto	xiii
Persembahan	xix
Pedoman Transliterasi	xx
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	17
E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas	19
F. Definisi Istilah	23
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 24
A. Pengalaman <i>Mujāhadah</i> pada Aktivitas Bisnis	24
B. <i>Mujāhadah</i>	28
C. Pola Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim.....	32
D. Kerangka Konseptual Penelitian	38
 BAB III METODE PENELITIAN	 40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Kehadiran Peneliti	41
C. Latar Penelitian	43
D. Data dan Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	50
G. Keabsahan Data.....	53
 BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	 56
A. Pengalaman <i>Mujāhadah</i> dalam Aktivitas Bisnis.....	56
1. Pengelolaan Bisnis	56
2. Pengelolaan SDM	65
3. Pengelolaan Keuangan	75

B. Makna <i>Mujāhadah</i> Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner.....	81
C. Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner	107
1. <i>Because of motive</i>	107
2. <i>In Order to Motive</i>	113
 BAB V Pembahasan.....	121
A. Pengalaman <i>Mujāhadah</i> dalam Aktivitas Bisnis	121
1. Pengelolaan Bisnis.....	123
2. Pengelolaan SDM	132
3. Pengelolaan Keuangan.....	141
B. Dimensi <i>Mujāhadah</i>	150
1. Niat sebagai Bagian <i>Mujāhadah</i>	154
2. Ikhtiar sebagai Bagian <i>Mujāhadah</i>	159
3. Kerja Keras sebagai Bagian <i>Mujāhadah</i>	165
4. Manfaat sebagai Bagian <i>Mujāhadah</i>	174
5. Doa sebagai Bagian <i>Mujāhadah</i>	182
6. Yakin sebagai Bagian <i>Mujāhadah</i>	188
C. Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner.....	196
1. <i>Because of Motive</i>	196
a. Mencari Tantangan	198
b. Kebebasan	201
c. Hobi Pribadi.....	205
d. Pengaruh Keluarga.....	208
e. Dukungan Komunitas	210
f. Melanjutkan Tradisi Keluarga	213
g. Ambisi Pribadi	216
2. <i>In Order to Motive</i>	218
a. Pembukaan <i>Outlet</i> Baru	218
b. Membuka Cabang	221
c. Pengembangan Produk	224
d. Ekspansi Pasar	227
D. Proposisi.....	230
E. Bangunan Konseptual Temuan	234
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	237
A. Kesimpulan	237
B. Implikasi Penelitian	240
1. Implikasi Teoritik	240
2. Implikasi Praktis	242
C. Keterbatasan Studi	244
D. Saran dan Rekomendasi	245
1. Saran.....	245
2. Rekomendasi	247
Daftar rujukan.....	249

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Posisi Penelitian	22
Tabel 3.1 : Subjek dan Informan Penelitian	147
Tabel 5.1 Temuan Penelitian	231
Tabel 5.2 Perbandingan Temuan Penelitian dengan Teori yang Relevan	233

GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian	39
Gambar 3.1 : Teknik Analisis Data	52
Gambar 5.1 : Implementasi Pengalaman <i>Mujāhadah</i> dalam Aktivitas Bisnis Pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur	123
Gambar 5.2 : Dimensi <i>Mujāhadah</i> Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur	153
Gambar 5.3 : Pola Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur	197
Gambar 5.4 : Bangunan Konseptual Temuan Penelitian	234

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Panduan Wawancara berdasarkan fokus dan indikator
- Lampiran 2 : Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 3 : Foto-foto Penelitian
- Lampiran 4 : SK Promotor
- Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup Penulis

MOTTO

“ Bismillah dan Bisnislah ”

Persembahan untuk:

Orang Tua kami tercinta:

H. Matroji & Hj. Runing
Sutrisno & Harsini

Keluarga kecilku :

Tri Puri Tosana Handayani, SE.
Quinsha Faradisha Nahla
Haykal Akbar Nala Hija
Nihaya Tasbiha Naja

Semoga Allah SWT meridhoi semua langkah kita

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam disertasi ini disesuaikan dengan penulisan transliterasi Arab-Latin mengacu kepada keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987 Nomor: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/u1987, sebagai berikut:

1. Penulisan Huruf

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1	أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2	ب	Ba	B	Be
3	ت	Ta	T	Te
4	ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
5	ج	Jim	J	Je
6	ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
7	خ	Kha	Kh	ka dan ha
8	د	Dal	d	De
9	ذ	Ẓal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
10	ر	Ra	r	er
11	ز	Zai	z	zet
12	س	Sin	s	es
13	ش	Syin	sy	es dan ye
14	ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
15	ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
16	ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
17	ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
18	ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
19	غ	Gain	g	ge

20	ف	Fa	f	ef
21	ق	Qaf	q	ki
22	ك	Kaf	k	ka
23	ل	Lam	l	el
24	م	Mim	m	em
25	ن	Nun	n	en
26	و	Wau	w	we
27	ه	Ha	h	ha
28	ء	Hamzah	‘	apostrof
29	ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	a	a
—	Kasrah	i	i
—	Dammah	u	u

Contoh:

كتب - kataba
 فعل - fa‘ala
 ذكر - žukira
 يذهب - yažhabu
 سنل -suila

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ي ...	Fathah dan ya	ai	a dan i
و ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كيف - kaifa
هول - haula

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasroh dan ya	Ī	i dan garis di atas
و.. و..	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال - qāla
رمي - ramā
قيل - qīla
يقول - yaqūlu
مُجَاهِدَةٌ - mujāhadah

d) Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasroh dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الاطفال - raudatul al-atfal
- raudatu al-atfal
المدينة المنورة - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul Munawwarah

e) Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

Contoh:

ربنا - rabbanā
نزل - nazzala
البر - al-birr
نعم - nu'ima
الحج - al-hajju

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Berdasarkan studi pendahuluan industri kuliner menonjol sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif dengan kontribusi signifikan. Sebaran pelaku ekonomi kreatif di daerah Kalimantan Timur, sektor ekonomi kreatif menunjukkan distribusi yang menarik di antara sub-sektornya, dengan kuliner, aplikasi dan pengembangan game, serta musik menjadi kontributor utama. Data menunjukkan bahwa kuliner memimpin dengan kontribusi sebesar 20,36%, diikuti oleh aplikasi dan pengembangan game sebesar 19,78%, dan musik sebesar 13,42%, sementara subsektor lainnya menyumbang 46,44% dari total ekonomi kreatif. Khususnya, dominasi ini terlihat jelas dalam distribusi geografis pelaku ekonomi kreatif, dimana Kota Samarinda berada di puncak dengan 47,90%, diikuti oleh Kota Balikpapan dengan 28,37%, Kabupaten Kutai Kartanegara dengan 9,54%, dan sisanya termasuk Kabupaten Kutai Timur yang menyumbang 14,19%. Ini menunjukkan signifikansi khusus ekonomi kreatif dalam struktur ekonomi regional (Tim Penyusun Pusdatin Kemenparekraf 2020:106).

Berdasarkan studi dokumentasi, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja di Indonesia, dengan pertumbuhan yang mengesankan selama sembilan tahun terakhir. Pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif berhasil menyerap 15% tenaga kerja, sedangkan pariwisata menyumbang sekitar 12%. Tren menunjukkan peningkatan tenaga kerja di sektor-sektor ini periode 2011-2019, dengan pariwisata tumbuh rata-rata 8,22% per tahun

dan ekonomi kreatif sebesar 4,59% per tahun, menegaskan kontribusi mereka terhadap pasar tenaga kerja nasional (Setiansyah *et al.* 2020:17). Periode antara 2018 dan 2020 menyoroti pentingnya subsektor kuliner, fashion, dan kriya dalam mendukung Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) dari sektor ekonomi kreatif. Bersama-sama, mereka menyumbang sekitar 75% dari total kontribusi ekonomi kreatif setiap tahun, dengan kuliner sendiri memberikan kontribusi sekitar 42%. Ini diikuti oleh fashion dengan 18% dan kriya dengan 15%, menyoroti peran kritis mereka dalam struktur ekonomi kreatif secara keseluruhan (Setiansyah *et al.* 2020:9). Konsistensi ini dalam kontribusi menunjukkan potensi berkelanjutan dan pertumbuhan dalam subsektor ini, menggarisbawahi pentingnya pengembangan strategis dan dukungan terhadap inovasi dan kewirausahaan dalam ekonomi kreatif.

Dalam konteks keanekaragaman kuliner di Sangatta, Kutai Timur, terdapat berbagai aspek menarik yang mencerminkan interaksi antara tradisi lokal dan inovasi kuliner. Sangatta, dikenal sebagai kota tambang batu bara, ternyata juga menyimpan kekayaan kuliner yang menggambarkan identitas kultural dan sosial masyarakatnya. Ragam kuliner yang ditawarkan di Kutai Timur, mulai dari NJ Resto dengan menu andalan seafoodnya yang berharga antara Rp 8.000 hingga Rp 100.000, hingga Rumah Makan Idaman yang populer dengan bubur pedasnya yang unik, menawarkan harga terjangkau mulai dari Rp 5.000 hingga Rp 100.000. Selanjutnya, Rumah Makan Pangandaran dengan hidangan gence ruan yang memperlihatkan kekhasan rempah Kalimantan Timur, dan Bebek & Ayam Goreng Pak Ndut yang menghadirkan teknik masak Jawa dengan Bebek Sangan. Selain itu, ada pula Rumah Makan Selera Khas Kutai Sengatta yang menawarkan sayur asam

Kutai, dan Rumah Makan Sangkulirang dengan ayam goreng Sangkulirangnya. Sate payau di Tepian Pandan 7 dan keberagaman menu di de' Atake Cafe serta Batagor & Nasi Timbel Pak Gendut. Kisaran harga yang terjangkau serta keberagaman menu ini menunjukkan potensi kuliner Sangatta Kutai Timur sebagai salah satu daya tarik wisata (senayanrentcar.co.id 2024).

Berdasarkan informasi dari laman resmi pemerintah Kabupaten Kutai Timur, terdapat berbagai restoran yang menawarkan kuliner unik dan menarik di Sangatta, Kutai Timur. Salah satunya adalah Dayung Resto di Jalan Dayung No. 39 C, Sangatta Utara, yang menawarkan pengalaman kuliner unik, meskipun detail spesifik tentang menu dan spesialisasi mereka tidak disebutkan secara eksplisit. Sebagai tambahan, Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Sangatta, yang telah beroperasi sejak 8 April 2018, menandakan penambahan signifikan pada keragaman kuliner setempat, khususnya bagi para penggemar bebek dan ayam goreng. Di sisi lain, Omah Sambal membawa keberanian dalam menyajikan berbagai tingkat kepedasan, menunjukkan kreativitas dalam mengolah dan menyajikan hidangan pedas yang mungkin menarik bagi penggemar rasa pedas. Selain itu, keberadaan restoran yang menyediakan Ayam Bakar menunjukkan bahwa hidangan tradisional masih menjadi bagian penting dari pilihan kuliner di Sangatta, Kutai Timur (Kutaitimurkab.go.id 2024).

Indonesia, dengan ekonomi yang beragam dan dinamis, menempatkan industri sebagai pilar utama dalam perekonomian nasional. Pada tahun 2019, sektor industri memberikan kontribusi signifikan sebesar 20% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara, menurut data dari Kementerian Perindustrian (Kemenperin

2019). Dalam spektrum industri tersebut, industri kuliner menonjol sebagai salah satu dari enam belas subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia, menunjukkan vitalitas dan inovasi yang khas dalam ekosistem ekonomi kreatif negara. Kontribusi industri kreatif terhadap PDB nasional tidak bisa dianggap remeh, dengan tahun 2018 mencatatkan kontribusi PDB bruto sebesar 1.066,64 triliun Rupiah, dan tahun 2019 meningkat menjadi 1.153,4 triliun Rupiah, seperti yang dilaporkan oleh Tim Penyusun Pusat Data dan Informasi (Pusdatin) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Tim Penyusun Pusdatin Kemenparekraf 2020:53). Khususnya, subsektor kuliner, fashion, dan kriya telah terbukti menjadi pendorong utama dalam ekonomi kreatif, dengan kontribusi gabungan yang konsisten mencapai sekitar 75% dari total PDB ekonomi kreatif setiap tahunnya.

Lebih rinci lagi, subsektor kuliner, sebagai salah satu komponen paling berpengaruh dalam ekonomi kreatif, menyumbang rata-rata sekitar 42% terhadap PDB ekonomi kreatif setiap tahun. Ini diikuti oleh subsektor fashion dengan kontribusi 18%, dan subsektor kriya dengan 15%, menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiansyah *et al.* (Setiansyah *et al.* 2020:9). Kontribusi besar ini menunjukkan pentingnya sektor-sektor ini tidak hanya dalam konteks ekonomi lokal dan regional, seperti di Kalimantan Timur dan Kutai Timur, tetapi juga dalam skala nasional, menggarisbawahi peran strategis mereka dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan inovasi di Indonesia.

Menariknya, di tengah kontribusi industri kuliner terhadap ekonomi nasional, terdapat fenomena perilaku pengusaha yang beragam sebagaimana tercermin dari pernyataan:

"Persaingan ini tidak terhindarkan, melibatkan beberapa kompetitor, antara lain rumah makan *seafood* dan tempat makan lainnya. Saya menerapkan *mujāhadah* melalui kerja keras dan pelayanan pelanggan yang melebihi jam operasional. Kami mengatasi tantangan bisnis dengan tawakkal dan sikap positif" (Wawancara A.03/02/03/2023).

Wawancara yang dilakukan pada tanggal 3 Februari 2023, seorang pengusaha kuliner menyatakan bahwa persaingan dalam industri ini tidak dapat dihindari. Persaingan tersebut melibatkan beberapa kompetitor, termasuk rumah makan seafood dan tempat makan lainnya. Dalam menghadapi persaingan ini, pengusaha tersebut menerapkan *mujāhadah*, yang diwujudkan melalui kerja keras dan pelayanan pelanggan yang melampaui jam operasional standar. "Kami mengatasi tantangan bisnis dengan tawakkal dan sikap positif," jelasnya. Pernyataan ini memberikan wawasan tentang bagaimana pengusaha kuliner Muslim mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan etos kerja dalam menjalankan bisnis mereka. Strategi yang digunakan mencakup dedikasi tinggi terhadap pelayanan pelanggan dan sikap tawakkal dalam menghadapi tantangan, menunjukkan adanya komitmen untuk mempertahankan kualitas layanan dan kepercayaan diri dalam mengatasi berbagai rintangan yang ada. Observasi ini menjadi dasar penting untuk memahami dinamika kompetisi dan pendekatan manajemen dalam konteks bisnis kuliner di wilayah tersebut.

Fenomena perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner selanjutnya juga tercermin dari pernyataan:

"Saya mengembangkan usaha melalui kewirausahaan yang efektif, mengidentifikasi ide-ide inovatif untuk produk, termasuk menu makanan, dan mengenali peluang bisnis dari ide-ide tersebut. Saya menerapkan *mujāhadah* melalui kerja keras dan dedikasi, termasuk merawat ibu saya dan mengatasi tantangan dalam bisnis" (Wawancara A.02/05/02/2023).

Wawancara yang dilakukan pada tanggal 5 Februari 2023, seorang pengusaha Muslim kuliner menggambarkan pendekatan yang digunakan dalam mengembangkan usaha melalui kewirausahaan yang efektif. Dia menjelaskan bagaimana dirinya mengidentifikasi ide-ide inovatif untuk produk, termasuk menu makanan, dan mengenali peluang bisnis yang muncul dari ide-ide tersebut. Pendekatan ini menunjukkan pemahaman mendalam terhadap dinamika pasar dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan serta kebutuhan konsumen. Lebih jauh, pengusaha ini menerapkan *mujāhadah*, yang diwujudkan melalui kerja keras dan dedikasi. Tidak hanya fokus pada pengembangan bisnis, dia juga menunjukkan komitmen pribadi yang tinggi dengan merawat ibunya, yang menunjukkan keseimbangan antara tanggung jawab keluarga dan profesional. Fenomena ini memberikan wawasan tentang bagaimana pengusaha Muslim tidak hanya mengelola bisnis dengan keahlian profesional tetapi juga memadukan nilai-nilai moral dan spiritual dalam operasional sehari-hari. Fenomena ini memberikan wawasan bahwa pengusaha Muslim tidak hanya mengelola bisnis dengan profesional tetapi juga memadukan nilai-nilai spiritual dalam kesehariannya.

Peneliti juga melihat ada beberapa aktifitas yang secara rutin dilakukan oleh para pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur. Diantara beberapa aktivitas itu adalah: adanya keyakinan kepada Allah yang maha kuasa, yang maha pengatur, yang maha pemberi rizeki dengan wujud melakukan doa sebelum menjalankan usahanya, berhenti bekerja untuk melakukan sholat fardlu dengan jama'ah di tengah-tengah menjalankan usahanya, menjalankan sholat duha untuk keberkahan usaha mereka. Memiliki kemampuan untuk selalu mengingat

Allah SWT dengan wujud mereka istiqamah membaca al-Qur'an, berdzikir dan berdo'a setiap menjalankan usahanya, memiliki kemampuan dan ketajaman berpikir untuk melihat peluang kerja, memiliki kepekaan untuk berbuat baik pada orang lain, bersedekah kepada orang yang membutuhkan, infaq kepada orang yang membutuhkan, memiliki sikap iklas, memiliki sikap sabar atas segala peristiwa yang menimpanya, memiliki sikap kepasrahan (tawakkal) kepada Allah yang maha kuasa atas segala ciptaan-Nya. Dengan aktifitas yang dilakukan mereka setiap hari itu mencerminkan bahwa mereka memiliki *mujāhadah* yang tinggi sebagai pedoman dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan pada hasil studi pendahuluan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa para pengusaha Muslim di industri kuliner menunjukkan integrasi *mujāhadah* yang mendalam dalam bisnis mereka. Mereka menerapkan prinsip-prinsip Islam seperti kerja keras, kesabaran, kejujuran, dan tawakkal dalam semua aspek bisnis, dari perencanaan hingga evaluasi. Menghadapi tantangan industri dengan positif, mereka memandang bisnis sebagai sumber penghidupan dan sarana pendidikan bisnis bagi generasi muda, serta sebagai cara untuk berkontribusi pada masyarakat. Pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia yang etis, dikombinasikan dengan komitmen pada layanan pelanggan berkualitas, mencerminkan nilai-nilai etis dan spiritual dalam praktik bisnis mereka. Pengusaha ini berkomitmen pada pertumbuhan berkelanjutan dan pembinaan generasi berikutnya, menyoroti hubungan erat antara nilai agama, keluarga, dan kewirausahaan. Perilaku mereka mencerminkan semangat, ketekunan, dan komitmen dalam menghadapi tantangan bisnis serta keinginan kuat untuk

menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan bisnis, menciptakan landasan etika yang kuat dan sikap positif dalam kehidupan sehari-hari.

Disamping itu, pemerintah Indonesia aktif mendorong kewirausahaan di kalangan warganya, menciptakan berbagai program untuk mendukung aspirasi pengusaha (Rafiki and Nasution 2019). Mengutip Asnawi, sukses dalam bisnis tidak hanya datang dari kerja keras, doa, dan tawakal, namun juga dari upaya maksimal atau *mujāhadah*, bersungguh-sungguh dalam setiap usaha (Asnawi 2012). Menurut Utomo, Aji, dan Aravik, sementara sebagian pengusaha berusaha mencapai keuntungan materi sekaligus kemanfaatan spiritual sebagai wujud ridho Allah, yang lainnya mengesampingkan nilai-nilai Islam, cenderung pada hedonisme dan kapitalisme yang tidak sesuai dengan ajaran ekonomi Islam. Hal ini berakibat pada ketidakstabilan antara kehidupan material dan spiritual, meningkatkan risiko seperti persaingan tidak sehat, kurangnya kepercayaan pada rezeki Allah, dan memperburuk ketimpangan ekonomi serta jarak spiritual dalam masyarakat (Utomo, Aji, and Aravik 2021:iii).

Perkembangan dan pertumbuhan jumlah penduduk memiliki dampak signifikan terhadap munculnya sejumlah masalah di berbagai sektor, terutama dalam konteks ekonomi. Jumlah penduduk yang terus meningkat mengakibatkan terjadinya keterbatasan dalam penciptaan lapangan kerja, karena jumlah lapangan kerja yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah penduduk, terutama mereka yang mencari pekerjaan. Sebanyak 1,6 miliar orang, atau sekitar 23% dari total populasi dunia, menganut agama Islam, menjadikannya agama terbesar kedua di dunia pada tahun 2030. Diperkirakan bahwa jumlah penganut agama Islam ini akan

tumbuh menjadi 2,3 miliar, atau sekitar 26,4% dari total penduduk dunia (Pew Research Center 2011). Bagi banyak umat Islam, agama ini memegang peran yang sangat penting dalam kehidupan mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai konferensi seperti Forum Ekonomi Islam Dunia atau KTT Ekonomi Islam Global telah fokus pada meningkatkan kesadaran tentang keterkaitan antara Islam dan ekonomi dalam konteks tantangan yang dihadapi (Gümüşay 2015).

Di negara-negara lain, seperti Arab Saudi, Malaysia, Turki, dan Iran, menggabungkan keyakinan berbasis agama dengan dorongan untuk bisnis produktif adalah suatu potensi yang mungkin dan dapat memberikan manfaat yang signifikan (Kayed and Hassan 2010; Kayed and Kabir Hassan 2011). Ali & Al-Kazemi menunjukkan bukti mengenai dampak kewirausahaan terhadap pembangunan di negara-negara Muslim dan Arab, khususnya Kuwait sebagai bagian dari negara berkembang, dapat diidentifikasi melalui pemahaman tentang gagasan kewirausahaan lokal dan sistemik (Ali and Al-Kazemi 2007). Lebih lanjut, agama memegang peran penting dalam membentuk ekonomi suatu negara. Menurut Weber dalam "*The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*," kemajuan ekonomi di beberapa negara Eropa dan Amerika Serikat dalam era kapitalisme dipengaruhi oleh Etika Protestan. Weber berpendapat bahwa rasionalitas instrumental yang sekarang mendominasi kapitalisme Barat tidak dapat dijelaskan oleh Utilitarianisme, karena kapitalis awal tidak bertujuan untuk memaksimalkan kebahagiaan pribadi. Weber juga mencatat bahwa Marxisme tidak dapat menjelaskan bagaimana kaum borjuis yang mendukung rasionalitas instrumental kapitalisme modern telah muncul di seluruh Eropa Utara dan Amerika

Serikat sebelum munculnya model produksi kapitalis (Weber 2001). Singkatnya, agama telah mempengaruhi berbagai aspek dalam konteks kewirausahaan, termasuk keputusan seseorang untuk menjadi seorang pengusaha, strategi manajemen perusahaan yang diterapkan, serta jaringan yang dibangun di antara para pelaku bisnis (Dana 2009).

Islam tidak hanya mengatur hubungan transendental antara individu dan Allah, tetapi juga mengatur hubungan sosial antara manusia, termasuk dalam masalah fiqih muamalah (Anggadwita *et al.* 2017). Konsep kewirausahaan dalam Islam merupakan bagian integral dari gaya hidup yang mencakup prinsip-prinsip bisnis yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits (Djakfar 2022). Seorang pengusaha Muslim tidak hanya mencari keuntungan materi, tetapi juga berupaya untuk mencapai keuntungan spiritual yang mendapat ridha Allah SWT. Sebagai seorang pengusaha Muslim yang baik, penting untuk memiliki karakter yang berakar pada moral dan nilai-nilai Islam, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat. Nabi Muhammad SAW menjadi teladan dalam berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis (tijarah) yang diatur dalam Al-Qur'an (Djakfar 2015:61). Meskipun banyak umat Islam yang telah sukses dalam dunia bisnis, ada juga yang mengalami penurunan kepercayaan, karakter, dan semangat berwirausaha seiring berjalannya waktu. Penelitian yang dilakukan oleh Faizal, Ridhwan, dan Kalsom menyimpulkan bahwa dalam Islam, umatnya diajak untuk menjadi wirausaha dengan mematuhi prinsip-prinsip yang diatur dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis (Faizal, Ridhwan, and Kalsom 2013).

Nilai-nilai dalam Islam memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk landasan ekonomi yang adil di tengah era globalisasi (Djakfar 2018). Seorang pengusaha Muslim perlu menginternalisasi nilai-nilai Islam (Universitas Darussalam Gontor 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Rimiyati dan Munawaroh menunjukkan bahwa kesuksesan sebuah usaha sangat dipengaruhi oleh penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik kewirausahaan. Nilai-nilai seperti kejujuran, kerja keras, ketertiban administrasi, menepati janji, membayar zakat, menjaga kewajiban salat, dan beramal secara bersama-sama memiliki dampak positif pada keberhasilan usaha (Rimiyati and Munawaroh 2016). Penelitian lain yang dilakukan oleh Noer menyoroti bahwa etos kerja Islami berkontribusi positif terhadap kinerja akademisi. Etos kerja yang berlandaskan pada aqidah tauhid dan didukung oleh nilai-nilai Islam mampu meningkatkan prestasi kerja dan mendapatkan ridha Allah SWT. Kerja keras dengan sikap *mujāhadah* akan memotivasi anggota akademik untuk bekerja lebih tekun, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja mereka (Noer 2022).

Kewirausahaan diakui sebagai akselerasi pembangunan ekonomi berkontribusi pada pembangunan melalui penciptaan kesempatan kerja, peningkatan kekayaan dan pendapatan, dan menghubungkan ekonomi lokal ke arena global. Di samping itu, agama juga memiliki peran penting dalam membentuk perekonomian suatu negara. Islam mendorong umat Islam untuk menegakkan kebenaran dan menghindari berbuat kerusakan (*amar maaruf wa nahi mungkar*). Hampir semua nilai kerja dalam Islam berperspektif agama. Ada juga ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits yang secara khusus memerintahkan umat Islam

untuk bertindak dan berperilaku dengan cara tertentu. Peneliti tertarik untuk mengajukan topik penelitian “makna *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner”.

Penelitian tentang konsep *mujāhadah* (kerja keras dan upaya optimal) dalam bisnis kuliner di Kutai Timur memiliki relevansi dan pentingnya yang tinggi dalam konteks etika bisnis Islam. Ada beberapa alasan kuat mengapa penelitian ini layak untuk diteliti. Nilai-nilai Islam, termasuk konsep *mujāhadah*, telah terbukti memiliki dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis (Noer 2022). Konsep *mujāhadah* mengacu pada upaya mengerahkan segala sumber daya dan kemampuan yang ada untuk mewujudkan setiap tindakan dengan optimal (Ningsih 2020). Dalam konteks bisnis kuliner, pemilik bisnis dan pengusaha yang menerapkan *mujāhadah* dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai keberhasilan bisnis mereka dan meningkatkan kinerja ekonomi di wilayah Kutai Timur. Penelitian ini juga akan membantu memahami bagaimana nilai-nilai Islam, seperti *Mujāhadah*, berperan dalam menginspirasi pemilik bisnis untuk bekerja keras dan mengoptimalkan sumber daya dalam mencapai keberhasilan bisnis mereka (Wahab, Quazi, and Blackman 2016). Selain itu, penelitian ini dapat menggarisbawahi pentingnya dimensi spiritual dalam bisnis dan bagaimana perjuangan spiritual (*mujāhadah*) dapat memberikan kontribusi positif dalam mencapai kesuksesan bisnis (Hamid 2003).

Alasan peneliti memilih Kabupaten Kutai Timur sebagai lokus penelitian, selain untuk mempermudah proses penelitian karena kota Sangatta Kabupaten Kutai Timur adalah tempat tinggal penulis. Kutai Timur mendapat tambahan

penduduk dari luar kota (pendatang) yang cukup besar pertahunnya. Angka penduduk yang masuk Kabupaten Kutai Timur lebih besar dari pada penduduk yang keluar dari Kutai Timur. Kutai Timur merupakan salah satu tujuan perpindahan bagi masyarakat dari daerah luar Kutai Timur, baik yang berasal dari daerah Banjar Kalimantan Selatan, Jawa, Madura, Sumatera, Sulawesi, dan daerah-daerah lain di Indonesia. Hal ini menyebabkan beberapa dampak, baik dalam sektor ekonomi maupun sosial kemasyarakatan. Dampak atau bahkan permasalahan akan selalu muncul dampak terjadinya urbanisasi secara terus-menerus.

Berdasarkan pada analisis latar belakang dan konteks masalah di atas, maka dapat teridentifikasi masalah sebagai berikut: Pertama, pemerintah perlu memenuhi minimal 4 persen dari populasi masyarakat Indonesia untuk menjadi pengusaha guna mewujudkan Indonesia yang makmur dan sejahtera dalam perekonomian. Salah satu potensi besar terletak di sektor kuliner. Di Kabupaten Kutai Timur, terdapat berbagai bentuk kewirausahaan dalam industri kuliner yang didukung oleh sumber daya alam yang melimpah dan sumber daya manusia yang kreatif dalam melihat peluang bisnis kuliner. Kondisi ini seharusnya memberikan kontribusi positif pada tingkat perekonomian nasional. Namun, dalam kenyataannya, masih ada keengganan masyarakat Indonesia untuk terlibat dalam bisnis kuliner. Diperlukan dorongan lebih kuat dari pemerintah dan upaya untuk memberikan pelatihan serta bantuan kepada para calon pengusaha kuliner agar mereka bisa memanfaatkan potensi ini dengan lebih baik. Dengan demikian, potensi industri kuliner bisa menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kedua, *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner diharapkan dapat menciptakan pengusaha yang taat pada aturan Allah, sehingga mereka menjadi pengusaha yang amanah, jujur, dan adil dalam mencapai kesuksesan bisnis. Namun, tidak semua pengusaha di Kabupaten Kutai Timur memiliki keyakinan yang sama. Oleh karena itu, keadaan kedamaian, kesejahteraan, dan kenyamanan hidup mereka memiliki corak dan karakteristik yang berbeda. Studi sebelumnya tentang nilai-nilai Islam, khususnya *mujāhadah* pada pengusaha Muslim, masih terbatas dan kurang. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjadi bagian dari literatur tentang Islam yang berfokus pada *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim.

Ketiga, karakteristik perilaku pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner yang berdasarkan pada ajaran Islam di Kabupaten Kutai Timur menjadi ciri khas yang signifikan dalam operasional usaha mereka. Karakteristik ini memiliki potensi untuk mempengaruhi pola hidup masyarakat Kabupaten Kutai Timur dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik. Namun, tidak semua pengusaha kuliner memiliki karakteristik spiritual yang serupa. Oleh karena itu, penelitian ini terbatas pada pengusaha bisnis kuliner yang memenuhi kriteria karakteristik spiritual tertentu. Dalam konteks ini, peneliti memilih untuk menganalisis praktik *mujāhadah* yang diterapkan oleh pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur. Topik ini dipilih sebagai fokus penelitian karena di tengah masyarakat Kabupaten Kutai Timur, beberapa individu telah melaksanakan praktik tersebut. Selain itu, praktik *mujāhadah* dalam bisnis kuliner oleh pengusaha Muslim sedang menjadi

perbincangan di kalangan akademisi, meskipun penelitian khusus tentang topik ini di Kabupaten Kutai Timur masih sangat terbatas bahkan tidak ada sama sekali.

Fenomena ini memberikan dasar kuat bagi penelitian ini guna mengeksplorasi makna *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim di sektor bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk memahami bagaimana nilai-nilai Islam, dengan fokus khusus pada *mujāhadah*, mempengaruhi dan membentuk praktik bisnis dalam lingkup ekonomi syariah. Dalam upaya mendalami makna *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim di sektor kuliner Kabupaten Kutai Timur, penelitian ini mengadopsi pendekatan multidisiplin dan mengintegrasikan konsep motif dari kerangka fenomenologi Alfred Schutz. Pemilihan pendekatan fenomenologi Schutz sebagai kerangka teoretis dikarenakan kemampuannya untuk menjelaskan kompleksitas makna subjektif yang melekat pada pengalaman individu, dalam kasus ini, pengusaha Muslim di Kutai Timur. Schutz menekankan pada pentingnya pemahaman tentang pembentukan makna dalam kehidupan sehari-hari, yang sangat relevan dengan tujuan penelitian ini untuk mengungkap makna dan interpretasi *mujāhadah* oleh pengusaha dalam praktik bisnis kuliner mereka. Dengan mendeskripsikan secara rinci pengalaman subjektif mereka, studi ini berupaya menyediakan wawasan yang mendalam tentang pengaruh nilai-nilai Islam, khususnya *mujāhadah*, terhadap perilaku pengusaha.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami struktur makna dan konstruksi pengalaman *mujāhadah* pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur. Penelitian ini mengungkap bahwa tindakan subjektif

pengusaha Muslim di Kutai Timur tidak semata-mata spontan, melainkan merupakan hasil dari pemahaman mendalam terkait *because of motive* (motif karena) dan *in order to motive* (motif tindakan). *Because of motive* menjelaskan alasan historis dan kontekstual mengapa pengusaha ini mengadopsi *mujāhadah*, sedangkan *in order to motive* merujuk pada tujuan dan aspirasi yang mereka kejar melalui penerapan nilai ini dalam bisnis. Dengan memilih Kabupaten Kutai Timur sebagai lokasi penelitian, peneliti berusaha memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana nilai-nilai Islam, khususnya *mujāhadah*, mempengaruhi dan membentuk praktik bisnis dalam konteks ekonomi syariah.

B. Fokus Penelitian

Bertolak dari uraian konteks penelitian di atas, fokus penelitian ini adalah "Makna *Mujāhadah* pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur". Berdasarkan fokus penelitian tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang perlu mendapat kajian secara mendalam yang dielaborasi ke dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman *mujāhadah* pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka?
2. Bagaimana makna *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur?
3. Bagaimana pola kesadaran perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka di Kabupaten Kutai Timur?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah mendeskripsikan, menganalisis, dan memberikan interpretasi:

1. Pengalaman *mujāhadah* dalam menjalankan aktivitas bisnis pengusaha Muslim bisnis kuliner di kabupaten Kutai Timur
2. Makna *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner di kabupaten Kutai Timur.
3. Pola kesadaran Perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner dalam menjalankan aktivitas bisnisnya di kabupaten Kutai Timur.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut dapat diungkapkan bahwa penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi:

1. Secara teoritis
 - a. Diharapkan mampu menemukan makna *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner yang dapat memperkaya ilmu pengetahuan tentang ekonomi Islam sehingga dapat menjadi panduan bagi lembaga pendidikan, pengusaha, maupun pemerhati ekonomi syariah.
 - b. Penelitian ini berusaha mengintegrasikan pemikiran Imam Ghazali, Abu Laiz Samarqandi, dan Wahab (Wahab 2012:395) dalam konteks modern. Ini akan memberikan perspektif baru tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam klasik bisa diterapkan dalam praktik bisnis kontemporer.
 - c. Eksplorasi Teori Alfred Schutz (1972). Penelitian ini mengkaji tindakan bermakna berdasarkan *because motives* dan *in order to motives* dalam

kerangka teori Alfred Schutz, memberikan wawasan baru tentang bagaimana motivasi dan tindakan subjektif mempengaruhi perilaku pengusaha Muslim. Mengkaji dan mengeksplorasi tindakan bermakna berdasarkan *because motives* dan *in order to motives* Alfred Schutz, konsep motif dalam kerangka bangunan teori Alfred Schutz

- d. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pustaka yang berkaitan dengan *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim, terutama di Kabupaten Kutai Timur, di mana informasi saat ini masih terbatas.
- e. Pengembangan ilmu ekonomi syariah terutama berkenaan dengan masalah *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner di kabupaten Kutai Timur, yang memberikan implikasi praktis bagi para pengusaha Muslim yang mengimplementasikan *mujāhadah* dalam aktivitas bisnisnya.

2. Secara praktis

- a. Diharapkan mampu memberikan masukan pada pemberi kebijakan dalam menerapkan model kewirausahaan Islam, utamanya *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner.
- b. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pada beberapa pihak yang terkait serta memberi acuan terhadap peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan fokus dan tempat yang berbeda, sehingga memperkaya temuan penelitian ini.
- c. Peneliti, untuk memperluas wawasan, pengetahuan dan keterampilan dalam kaitan dengan makna *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner untuk melengkapi peneliti selaku praktisi.

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian terdahulu terkait kewirausahaan Islam dan *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner masih terbatas. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan, dapat diidentifikasi beberapa kelompok tematik yang mencakup berbagai aspek kewirausahaan. Baggi meneliti dampak makanan lokal yang ditampilkan di media sosial terhadap niat perjalanan, di mana konsep *mujāhadah* dapat diartikan sebagai upaya menghadirkan makanan lokal berkualitas (Baggi 2020). Matson memfokuskan penelitiannya pada strategi operasional yang diterapkan oleh pemilik restoran keluarga, dengan nilai seperti amanah dan dedikasi yang dapat dihubungkan dengan konsep *mujāhadah* dalam menjalankan bisnis kuliner (Matson 2021). Josefine Östrup Backe meneliti wisata kuliner sebagai kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya, dan prinsip seperti integritas serta keramahan yang dapat dihubungkan dengan konsep *mujāhadah* (Östrup Backe 2020).

Dalam konteks kewirausahaan Islam, Kayed menggali pandangan pengusaha Saudi terhadap peran nilai-nilai Islam dalam meningkatkan produktivitas melalui kewirausahaan, dengan nilai seperti amanah dan kesabaran yang relevan dengan konsep *mujāhadah* (Kayed 2006). Rehan *et al.* menganalisis pengaruh nilai-nilai Islam dan praktik keagamaan terhadap niat berwirausaha, menunjukkan bahwa konsep *mujāhadah* berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha (Rehan, Block, and Fisch 2019). Gumusay mengkritisi konsep kewirausahaan Islam dan memperkenalkan Entrepreneurship Islamic Perspective (EIP), menawarkan pandangan baru tentang bagaimana Islam membentuk

kewirausahaan (Gümüşay 2015). Faizal *et al.* menganalisis karakteristik pengusaha dari perspektif Al-Quran dan Al-Hadis, menegaskan bahwa Islam mendukung kewirausahaan inovatif sesuai dengan nilai-nilai Islam, termasuk *mujāhadah* (Faizal *et al.* 2013).

Dalam konteks kewirausahaan Islam, Kayed (2006) menggali pandangan pengusaha Saudi mengenai peran nilai-nilai Islam dalam meningkatkan produktivitas. Nilai-nilai seperti amanah dan kesabaran yang ditonjolkan dalam penelitian ini sangat relevan dengan konsep *mujāhadah*. Rehan, Block, dan Fisch (2019) menganalisis pengaruh nilai-nilai Islam dan praktik keagamaan terhadap niat berwirausaha. Mereka menunjukkan bahwa *mujāhadah* memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Sementara itu, Gümüşay (2015) menawarkan perspektif baru tentang kewirausahaan Islam melalui *Entrepreneurship Islamic Perspective (EIP)*, yang memperkenalkan kerangka baru tentang bagaimana Islam membentuk kewirausahaan. Faizal *et al.* (2013) menyoroti karakteristik pengusaha Muslim berdasarkan perspektif Al-Qur'an dan Hadis, dengan menegaskan bahwa Islam mendukung kewirausahaan inovatif, termasuk nilai *mujāhadah*.

Penelitian lain juga memberikan kontribusi pada diskusi ini. Sutono (2020) meneliti kewirausahaan spiritual Islam di masyarakat pesisir Gresik dan menemukan bahwa nilai-nilai Islam, termasuk *mujāhadah*, menjadi dasar kesejahteraan masyarakat melalui bisnis kuliner. Borquist (2020) mengkaji kewirausahaan sosial berbasis nilai agama Kristen, yang meskipun berfokus pada agama Kristen, memberikan wawasan tentang pengelolaan ketegangan nilai dalam kewirausahaan sosial. Lewis (2009) meneliti pengusaha muda di Selandia Baru dan

menemukan bahwa bisnis bagi mereka tidak hanya tentang kekayaan material tetapi juga tentang transformasi pribadi dan hubungan intens dengan pekerjaan. Maebane (2015) menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha pemuda di Afrika Selatan, termasuk peran nilai keluarga dan *role model*. Hoyte (2015) mengeksplorasi proses transisi dari ide ke perusahaan pada pelaku kewirausahaan.

Dalam konteks yang lebih spesifik, Wulandari & Fuad meneliti tradisi mujāhadah di SMK Islam Ulul Albab Nganjuk untuk mengidentifikasi nilai religiusitas yang terkandung. Tradisi mujāhadah yang melibatkan wirid, salat sunnah, dan tausiyah bertujuan meningkatkan spiritualitas siswa. Antusiasme tinggi ditemukan meski perubahan perilaku belum optimal (Wulandari and Fuad 2020). Sodiqin & Haq mengkaji hubungan mujāhadah dengan pembentukan kecerdasan emosional santri di Ponpes Nurul Falah. Hasilnya menunjukkan aktivitas mujāhadah, seperti dzikir dan wirid, meningkatkan empati, tanggung jawab, dan ketenangan jiwa. Santri yang rutin melaksanakan menunjukkan kemampuan mengelola emosi dengan baik (Sodiqin and Haq 2023).

Sasmita & Waharjan menganalisis implementasi akhlak mujāhadah dan syaja'ah dalam perspektif pendidikan Islam. Hasilnya menunjukan bahwa mujāhadah membentuk karakter yang optimis, sabar, bertanggung jawab, dan tangguh dalam melawan hawa nafsu, mendukung amar ma'ruf nahi mungkar (Reni Sasmita and Waharjani 2023). *Bunyamin et al.* menganalisis pengaruh kepemimpinan Islam, mujāhadah, dan motivasi kerja terhadap kinerja guru di Madrasah Aliyah Negeri Sulawesi Selatan. Hasilnya menunjukkan bahwa

mujāhadah ditemukan memiliki dampak positif pada perilaku sosial dan profesionalisme guru, yang memperkuat kinerja pendidikan (Bunyamin et al. 2024).

Temuan-temuan dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa aspek nilai agama, sikap terhadap kewirausahaan, dan praktik keagamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengusaha dan niat berwirausaha. Penelitian ini memiliki orisinalitas dalam beberapa aspek. Pertama, penelitian ini memperdalam pemahaman tentang mujāhadah dalam konteks kewirausahaan Islam sebagai faktor penting yang menggerakkan pengusaha Muslim untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis kuliner. Kedua, penelitian ini berpotensi memberikan wawasan baru tentang kewirausahaan Islam, khususnya dalam konteks bisnis kuliner, untuk mengembangkan pemahaman tentang pengaruh nilai agama terhadap pengelolaan bisnis. Ketiga, fokus pada perilaku pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur memberikan kontribusi unik dalam memahami dampak mujāhadah terhadap kewirausahaan kuliner di wilayah tersebut.

Tabel 1.1
Posisi Peneliti

Nama, Judul, Tempat, dan Tahun Penelitian	Fokus Penelitian	Metode, pendekatan, jenis, dan Subjek Penelitian
Sismanto, Makna <i>Mujāhadah</i> Pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur	1. Bagaimana pengalaman <i>mujāhadah</i> dalam menjalankan aktivitas bisnis kuliner pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur? 2. Bagaimana makna <i>mujāhadah</i> pada pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur? 3. Bagaimana perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner dalam menjalankan aktivitas bisnis di Kabupaten Kutai Timur?	1. Pendekatan kualitatif, jenis penelitian studi kasus 2. Subjek penelitian adalah pengusaha Muslim bisnis kuliner Kutai Timur yang dipilih secara <i>purposive sampling</i>

F. Definisi Istilah

Agar tidak terjadi persepsi yang beragam tentang istilah yang dijadikan fokus dalam penelitian ini, maka diberikan batasan dalam bentuk definisi konseptual, sebagai berikut:

1. Perilaku merujuk pada tindakan, sikap, dan keputusan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam konteks tertentu. Dalam konteks penelitian ini, perilaku mengacu pada aktivitas dan praktek yang dilakukan oleh pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur.
2. Bisnis kuliner mengacu pada kegiatan usaha yang berfokus pada penyediaan makanan dan minuman kepada pelanggan, termasuk restoran, kafe, warung makan, atau bisnis yang terkait dengan makanan.
3. Pengusaha Muslim bisnis kuliner adalah mereka yang memulai atau memiliki bisnis kuliner mengikuti pedoman agama Islam, yang menggabungkan kesetaraan dan perdagangan yang adil. Ini mencakup pengusaha yang berkomitmen untuk menjalankan bisnis mereka dengan mempertimbangkan nilai-nilai, etika, dan ajaran Islam dalam aktivitas bisnis mereka. Dalam konteks penelitian ini merujuk kepada mereka yang fokus pada makna *mujāhadah* dalam perilaku mereka.
4. *Mujāhadah* (مجاهدة) adalah konsep perjuangan atau usaha spiritual dalam Islam yang mengacu pada upaya mengerahkan seluruh sumber daya dan kemampuan untuk mencapai amal baik dengan optimal. Hal ini melibatkan usaha fisik dan spiritual untuk mengatasi hawa nafsu dan mengarahkan individu menuju kedekatan dengan Allah SWT.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengalaman *Mujāhadah* pada Aktivitas Bisnis

Para ahli ekonomi Islam sepakat bahwa aspek ketuhanan (*uluhiyyah-rububiyyah-tauhid*) merupakan sumber nilai utama yang membimbing manusia berdasarkan ketentuan Allah. Islam mengajarkan bahwa kegiatan ekonomi melibatkan dimensi dunia dan akhirat, jasmani dan rohani (sebagai ibadah, Adz-Dzaariyaat, 51:56) (Djakfar 2019). Misalnya, penting untuk melindungi produsen dan konsumen, serta pengusaha dan karyawan. Itulah gambaran nilai-nilai dalam Islam yang perlu menjadi poros kekuatan ekonomi wasathiyah (Al-Qashash, 28:77; Al-Ma'arij, 70:24-25) dan direvitalisasi serta diterapkan dalam kegiatan ekonomi untuk mewujudkan keadilan ekonomi di era globalisasi (Djakfar 2019).

Karakteristik holistik Muslimpreneur melibatkan kaidah metafisika seperti dosa, pahala, neraka, dan surga yang menjadi pemicu perilaku dalam menata pengembangan kewirausahaan. Implikasi dari konsep properti sebagai trust, test, instrument, dan kepemilikan mutlaknya membuat pengusaha Muslim lebih berhati-hati dalam mencari dan membelanjakan. Pengusaha Muslim harus berbeda dalam motif dan tujuannya. Jika mampu mengelola usahanya dengan sukses, pengusaha Islam juga harus ingat akan dampak lingkungan sekitarnya dengan memberikan pertolongan yang dilandasi keimanan kepada Allah SWT. Setiap agama menghargai kewirausahaan secara berbeda karena memiliki perangkat nilai yang berbeda. Seseorang dipengaruhi oleh nilai-nilai yang disebarkan oleh agama terlepas apakah beragama dalam komunitas agama tertentu. Rehan *et al.* dalam

studinya menggunakan nilai-nilai Islam seperti kebajikan, konsultasi, kerjasama, kritik diri terus menerus, rasa syukur, kerja keras dan upaya optimal, perfeksionisme dan tanggung jawab, serta praktik keagamaan Islam seperti salat, puasa, dan sedekah (Rehan et al. 2019).

Nilai-nilai agama dan etika menjadi faktor kunci yang mempengaruhi perilaku pengusaha dalam bisnis. Penelitian Djakfar menemukan bahwa pedagang buah Madura di Malang memiliki etika bisnis tinggi, dipengaruhi oleh ajaran agama dan norma-norma budaya. Perilaku bisnis mereka ditandai oleh hubungan pelaku bisnis, layanan konsumen, dan sikap terhadap lingkungan. Hubungan pelaku bisnis dipengaruhi oleh kekeluargaan, hubungan etnis, perkawinan, pekerjaan, dan patronase keuangan. Layanan konsumen melibatkan orientasi pada keuntungan, transaksi tawar-menawar, perdagangan berisiko, pelanggan yang menuntut kualitas, dan nilai-nilai agama. Sikap terhadap lingkungan dipengaruhi oleh nilai-nilai agama, aturan dan regulasi, serta kondisi lingkungan yang tidak kondusif (Djakfar 2007).

Prasetyani dalam disertasinya mengamati penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan bisnis yang dibagi menjadi tiga aspek: pengelolaan bisnis, pengelolaan karyawan, dan pengelolaan keuangan (Prasetyani 2018). Pengelolaan bisnis menekankan pada empat hal yakni perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi. Dalam mengelola karyawannya, pengusaha menekankan bahwa mereka akan bahagia jika karyawannya bahagia, dan memperlakukan karyawan sesuai ajaran Islam, termasuk menyediakan waktu liburan bersama karyawan untuk

mempererat solidaritas dan kerja sama (Prasetyani 2020). Pengelolaan keuangan yang baik memperluas peluang untuk berkembang (Prasetyani 2020:120–24).

Dalam pengelolaan bisnis, Rochwerger *et al.* menyoroti peran krusial cloud computing dalam manajemen sumber daya TI, yang relevan untuk efisiensi pengelolaan bisnis kuliner di Kutai Timur (Rochwerger et al. 2009). Houben *et al.* memperkenalkan kerangka kerja analisis SWOT yang sangat bermanfaat dalam perencanaan strategis bagi pengusaha Muslim (Houben, Lenie, and Vanhoof 1999). Basri meneliti pemasaran digital dalam bisnis kecil dan menengah, yang membantu mencapai audiens yang lebih luas dan sesuai dengan *mujāhadah* (Basri 2020). Zhang *et al.* menunjukkan bahwa teknologi dan inovasi seperti lelang dalam alokasi sumber daya berperan penting dalam pengelolaan bisnis yang efektif dan efisien (Yang Zhang et al. 2013). Gimmon & Levie menyoroti bahwa keahlian manajemen bisnis adalah kunci untuk kelangsungan hidup usaha baru (Gimmon and Levie 2010). Bayih & Singh mengkaji pentingnya evaluasi program pelatihan kesadaran lingkungan, yang mencerminkan *mujāhadah* dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan (Bayih and Singh 2020).

Dalam pengelolaan sumber daya manusia, Lim *et al.* mengkaji pentingnya pemasaran digital untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam pemasaran online (Lim *et al.* 2017). Mengenai pengelolaan keuangan, Rudin *et al.* membahas peran analisis data dalam pengambilan keputusan bisnis (Rudin *et al.* 2012).. Jena mengeksplorasi pentingnya inovasi dalam ekonomi global, termasuk dalam aspek keuangan (Jena 2020).

Bisnis kuliner menjanjikan dan menguntungkan karena makanan merupakan kebutuhan dasar manusia. Perubahan gaya hidup dan mobilitas yang tinggi membuat masyarakat lebih memilih makanan praktis dengan nilai gizi dan pembelian secara online. Inovasi dan teknologi informasi penting dalam kemajuan bisnis kuliner, memudahkan pemenuhan kebutuhan, meningkatkan daya saing, memanfaatkan peluang pasar, dan menyesuaikan organisasi dengan tren pasar (Ahmedova 2015; Sumual *et al.* 2019). Penelitian mengidentifikasi tiga faktor yang mempengaruhi modernisasi UMKM kuliner di Indonesia: kesesuaian teknologi informasi, pengalaman teknologi informasi, dan tekanan pelanggan (Tria Wahyuningtihas, Giri Sucahyo, and Gandhi 2021).

Penelitian oleh Fitrizal *et al.* menunjukkan bahwa wisata kuliner memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas destinasi dan kepuasan wisatawan (Fitrizal, Elfiswandi, and Sanjaya 2021). Penelitian ini juga mengidentifikasi tiga tahapan strategi: jangka pendek, menengah, dan panjang. Strategi jangka pendek melibatkan promosi dan revitalisasi tempat kuliner, strategi jangka menengah pengembangan sumber daya manusia, dan strategi jangka panjang kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata (Nurmilah, Ade Sudarma, and Alhidayatullah 2022). Dengan demikian, *mujāhadah* menjadi inti dalam konteks kegiatan ekonomi, khususnya bagi pengusaha Muslim. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama dan etika tidak hanya mempengaruhi perilaku bisnis, tetapi juga membentuk fondasi untuk pengelolaan bisnis, sumber daya manusia, dan keuangan.

B. *Mujāhadah*

Mujāhadah (مجاهدة) menurut al-Ghazali merujuk pada konsep perjuangan atau usaha spiritual dalam Islam. al-Ghazali, seorang cendekiawan Islam terkemuka dari abad ke-11, memiliki pemahaman yang mendalam mengenai konsep ini (Al-Ammar, Ahmed, and Nordin 2012). Menurutnya, setiap Muslim harus menyadari bahwa alam diciptakan oleh Allah SWT untuk kepentingan manusia, dan bahwa Allah adalah pemilik tunggal segala sesuatu. Semua sumber daya alam atau faktor produksi adalah milik mutlak Allah, sementara kepemilikan manusia bersifat relatif. Selain itu, manusia diciptakan untuk melayani Allah, dan setiap tindakan yang dilakukan dianggap sebagai ibadah (Zunaidi 2022). Internalisasi kedua perspektif ini berdampak pada aktivitas bisnis Muslim, di mana setiap pemilik bisnis harus menyadari bahwa pekerjaan mereka juga merupakan tindakan ibadah kepada Allah SWT. Dengan demikian, konsep *mujāhadah* menjadi inti dalam memahami bagaimana seorang Muslim menjalankan bisnisnya dengan kesadaran spiritual yang mendalam.

Ajaran Imam Ghazali tentang *mujāhadah* menekankan usaha untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual. *Mujāhadah*, menurut al-Ghazali, adalah usaha berkelanjutan untuk melawan keburukan dalam jiwa (al-Ghazali 1993). Ia mengibaratkan bahwa Allah tidak memberikan anak tanpa perkawinan dan hubungan suami-istri, tidak memberikan hasil panen tanpa penanaman dan penaburan benih. Dengan demikian, Allah tidak memberikan ganjaran di akhirat tanpa amal baik. Ini menunjukkan bahwa usaha dan kerja keras adalah esensial untuk mencapai keberhasilan, baik di dunia maupun di akhirat (al-

Ghazali 1993:286). Dalam pandangannya, *mujāhadah* adalah usaha yang tidak hanya membentuk karakter individu tetapi juga mengarahkan mereka pada jalan menuju Allah dan mencapai kedekatan dengan-Nya. Pemikiran ini menggarisbawahi pentingnya berusaha keras dan melakukan amal baik sebagai bagian integral dari keberhasilan spiritual dan duniawi.

Mujāhadah dalam Islam tidak hanya mencakup usaha fisik tetapi juga mencakup usaha spiritual untuk mengatasi hawa nafsu. al-Ghazali menyebutkan berbagai nilai seperti penahanan diri, keadilan, kesabaran, ketaatan, ketulusan, kedisiplinan diri, dan kepercayaan sebagai nilai-nilai Islam yang relevan (Al-Ammar et al. 2012). Asnawi menekankan bahwa al-*mujāhadah* berarti bekerja keras dan optimal (Asnawi 2012). Sementara itu, Ningsih mendefinisikan al-*mujāhadah* sebagai mengerahkan semua kekuatan dan kemampuan dalam setiap pekerjaan dan memanfaatkan sumber daya secara optimal (Ningsih 2020:37). Nilai kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*) juga berarti bahwa setelah semua aspek sumber daya digunakan, hasil akhir diserahkan kepada Tuhan, menunjukkan ketergantungan pada Tuhan setelah usaha maksimal dilakukan. Ini menunjukkan bahwa usaha maksimal dan ketergantungan pada Tuhan untuk hasil akhir adalah tindakan ibadah dan menunjukkan peran agama dalam mempengaruhi individu untuk bekerja keras mencapai keunggulan dalam pekerjaan mereka (Wahab 2012:219).

Hamid menyebutkan bahwa kerja keras dan usaha optimal adalah salah satu dari delapan langkah mencapai ketakwaan ja ini tidak hanya akan menciptakan karyawan yang berkinerja tinggi tetapi juga orang beriman yang baik (Hamid

2003). al-Ghazali, dengan gelar *hujjat al-Islam*, mengintegrasikan Sufisme dan fiqh (syariah) dalam pemikirannya (Ismail and Uyuni 2020). Menurutnya, *tazkiyah al-nafs*, atau pembersihan jiwa, adalah metode utama untuk mengatasi penyakit spiritual. Dengan pelaksanaan yang berkelanjutan, sabar, dan konsisten, penyakit spiritual dapat diatasi, menghasilkan perilaku baik dan kepribadian yang khas (Abdullah and Sharif 2019).

Mujāhadah sebagaimana didefinisikan oleh ulama Islam, berarti mengerahkan seluruh energi dan kemampuan kita dalam mewujudkan amal soleh. Ini melibatkan kerja keras, mobilisasi, dan optimalisasi sumber daya energi. Semangat *mujāhadah* menuntut kesabaran dan komitmen yang tinggi, melebihi kesabaran para pesaing (Busyro 2015:86). *Mujāhadah* juga didefinisikan sebagai mengerahkan seluruh energi dan kemampuan dalam mewujudkan amal soleh, melibatkan kerja keras dan mobilisasi sumber daya. Kata "jihad" dalam Al-Qur'an disebutkan sebanyak 12 kali dalam berbagai bentuk (Chirzin and Yayan 2003:284–85), dan dalam konteks ekonomi, kerja, dan memerangi perilaku buruk (Wahab 2012:380). al-Ghazali menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam praktik bisnis, serta menghindari riba dan transaksi yang tidak adil (Ghazanfar 2000; Noyo Sarkun and Al-Kindely 2013; Rosia 2018). Etika bisnis dalam Islam harus memperhatikan keadilan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Sidani and Al Ariss 2015). Agama memainkan peran penting dalam membentuk nilai dan perilaku individu, dan etika kerja Islam mencakup nilai-nilai seperti amanah, sabar, taqwa, ikhlas, ihsan, itqan, dan keadilan (Hashim and Hamzah 2014; Triantafillou 2002).

Etos kerja Islam memiliki enam indikator: *al-shalah* (kegunaan), *al-itqan* (kesempurnaan), *al-Ihsan* (melakukan yang terbaik), nilai waktu, *tanafus* dan *ta'awun* (tantangan dan bantuan), serta *al-mujāhadah* (kerja keras yang optimal) (Noer 2022). *Mujāhadah* adalah upaya mengerahkan segala sumber daya dan kemampuan yang ada untuk mewujudkan setiap kerja dengan optimal. Semua kebutuhan manusia telah disediakan oleh Allah SWT, dan manusia tinggal memanfaatkannya secara optimal untuk mendapatkan ridha Allah (Noer 2022).. Foster mendefinisikan *mujāhadah* sebagai perjuangan dengan diri sendiri menuju perbaikan diri (Forster 2014:57).

Penelitian ini fokus pada kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*) dari nilai-nilai Islam yang diteliti Wahab *et al.*, yang memvalidasi 13 nilai Islam termasuk kerja keras dan usaha optimal (Wahab *et al.* 2016). Rehan *et al.* mengadopsi nilai-nilai ini dalam penelitiannya, termasuk rasa syukur, kerja keras, kebajikan, perfeksionisme, kritik diri, konsultasi, kerja sama, dan tanggung jawab (Rehan *et al.* 2019). Wahab memberikan indikator kerja keras dan upaya optimal, seperti mengerahkan semua energi untuk menyelesaikan tugas dan menyerahkan hasil akhir kepada Allah (Wahab 2012:395). Rehan *et al.* mengadopsi indikator ini, menekankan komitmen dan usaha maksimal dalam mencapai tujuan (Rehan *et al.* 2019). Abu Laits as-Samarqandi menekankan lima prinsip utama dalam berusaha: tidak menunda kewajiban terhadap Allah, tidak mengganggu orang lain, niat berusaha untuk pemeliharaan kehormatan diri dan keluarga, tidak memaksakan diri terlalu keras, dan menyadari bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah (Samarqandi 2005:216).

Samarqandi mengintegrasikan prinsip-prinsip praktis dan spiritual dalam berusaha, menawarkan pandangan holistik dan seimbang yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, memperkaya diskusi ekonomi Islam dengan dimensi praktis tanpa mengesampingkan pentingnya spiritualitas. Dengan demikian, ia berhasil menjembatani kesenjangan antara aspek spiritual dan sekuler, memberikan pandangan yang holistik dan seimbang yang sesuai dengan kebutuhan praktis dan spiritual dalam berusaha, sekaligus tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Pendekatan ini memperkaya diskusi ekonomi Islam dengan menambahkan dimensi praktis yang relevan tanpa mengesampingkan pentingnya spiritualitas. Pendekatan ini memperkaya diskusi ekonomi Islam dengan menambahkan dimensi praktis yang relevan tanpa mengesampingkan pentingnya spiritualitas.

C. Pola Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim

Perilaku didefinisikan sebagai tindakan atau aktivitas seseorang untuk mencapai suatu keadaan tertentu (Ossorio 2006:49). Perilaku pengusaha adalah produk penerapan konsep dan teori dalam tindakan, bukan hanya karakteristik personal atau intuisi belaka (Zurika *et al.* 2018:12). Perilaku pengusaha dipengaruhi oleh keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kecerdasan, pembelajaran, dan niat. Niat yang kuat mendorong perilaku kewirausahaan jika ditindaklanjuti dengan benar. Selain itu, motivasi, kemampuan, dan kognisi juga mempengaruhi perilaku kewirausahaan (Bird and Schjoedt 2017:380; Bird, Schjoedt, and Hanke 2014). Dalam konteks Islam, perilaku pengusaha Muslim harus selaras dengan prinsip-prinsip agama seperti keadilan, kemurahan hati, kerjasama, dan menghindari kemungkaran. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan dalam menjalankan bisnis yang bertanggung jawab dan beretika.

Penelitian ini menganalisis perilaku pengusaha Muslim menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz (Alfred Schutz 1972). Schutz dikenal sebagai pelopor fenomenologi sosial yang mencoba mengaplikasikan prinsip-prinsip fenomenologis ke dalam ranah sosial. Schutz memadukan pemikiran Husserl tentang fenomenologi transendental dengan teori Weber tentang Verstehen. Fenomenologi digunakan untuk memahami fenomena sosial, menjadikan pendekatan ini relevan dalam analisis perilaku pengusaha Muslim (Siswanto 2019). Schutz juga memberikan perhatian pada metodologi ilmu sosial, mengemukakan pandangannya tentang bagaimana teori ilmiah terbentuk, mengenai konsep, relevansi, bukti, dan tingkat keyakinan. Ia juga memanfaatkan mekanisme Carneades dalam analisisnya, membantu memahami dan membandingkan pandangannya dengan pemikiran lain seperti F. Kaufmann dan Chisholm (Masi 2020).

Schutz melakukan pemeriksaan terhadap perlakuan Max Weber terhadap motif dan pengembangan teori motivasi. Pendekatan Schutz yang menggabungkan fenomenologi dan sosiologi interpretatif menjadi landasan penting untuk memahami tindakan manusia (Weigert 1975). Schutz menjelaskan bagaimana ilmu sosial dapat menghindari penilaian nilai dengan merujuk pada fenomenologi Husserl sebagai sumber daya metodologis dan teoretis (Leal Riquelme 2007). Analisis Alfred Schutz tentang motif dan perilaku bawah sadar menyoroti perannya dalam memandang diri sebagai individu dan bagian dari masyarakat. Namun, Schutz tampaknya tidak merujuk pada konsep Husserl tentang ketidaksadaran, memberikan pandangan berbeda terhadap aspek ini (Muzzetto 2021). Schutz

menekankan peran tindakan dalam membentuk diri sendiri dan menyoroti pentingnya dimensi sosial dalam proses ini (Yudin 2015).

Pandangan Schutz menghubungkan makna, tindakan, dan motif dengan waktu (Muzzetto 2006). Pemikiran Schutz memberikan pendekatan terstruktur dalam memahami hubungan antara subjektivitas dan dimensi sosial dari struktur waktu. Waktu dipandang sebagai elemen penting dalam pemahaman makna, dan struktur waktu menentukan keunikan makna dari kehidupan seseorang. Konsep *because-motive* dan *in-order-to motive* yang diperkenalkan Schutz menggambarkan peran waktu dalam motivasi dan tindakan individu (Muzzetto 2006). Untuk memahami perilaku orang, perlu dijelaskan konsep tingkat kebutuhan. Seperti yang dijelaskan Abraham Maslow, manusia memiliki kebutuhan fisik dasar, identitas, cinta, kepuasan, pertumbuhan, dan perkembangan pribadi.

Pola kesadaran menurut Alfred Schutz dalam buku *The Phenomenology of the Social World*, mengambil konsep dari Husserl mengenai *internal time-consciousness*, di mana kesadaran internal ini mengacu pada aliran pengalaman yang terus-menerus dalam durasi waktu. Kesadaran ini bukan hanya urutan peristiwa, tetapi proses berkelanjutan yang membentuk objek temporal (A Schutz 1972b:55). Kesadaran waktu internal melibatkan dua jenis intensionalitas: *longitudinal intentionality* dan *transverse intentionality*. *Longitudinal intentionality* mengacu pada kesadaran akan fase-fase yang mengalir, sementara *transverse intentionality* berkaitan dengan konstitusi waktu imanen, yang menciptakan objek dalam waktu objektif (A Schutz 1972b:46).

Pemikiran Alfred Schutz memberikan kontribusi berharga dalam memahami perilaku manusia, terutama dalam konteks sosial dan motivasi. Meskipun ada kritik terhadap konsepnya, pandangan Schutz tentang fenomenologi sosial, identitas, moralitas, dan hubungan antara waktu, makna, dan tindakan tetap relevan dalam analisis perilaku pengusaha Muslim. Schutz dalam bukunya *The Phenomenology of the Social World* menyatakan bahwa perbedaan antara dua jenis motif adalah bahwa *in order to motive* menjelaskan tindakan dalam kaitannya dengan proyek, sementara *because-motive* menjelaskan proyek dalam kaitannya dengan tindakan aktor berdasarkan pengalaman masa lalu (Schutz 1967).

In order to motive mengacu pada tujuan tindakan yang sedang direncanakan oleh seorang aktor. Motif ini adalah orientasi tindakan terhadap peristiwa di masa depan yang diharapkan terjadi sebagai hasil dari tindakan tersebut. Motif ini dilihat sebagai sesuatu yang diantisipasi dalam bentuk sempurna di masa depan. Contohnya, ketika seseorang membuka payungnya, motif *in-order-to* adalah "agar tidak basah" (A Schutz 1972b:89). Schutz menjelaskan bahwa dalam konteks *in-order-to*, tindakan yang dimotivasi diantisipasi dalam pengalaman yang memotivasi, dibayangkan dalam bentuk sempurna di masa depan. Proyek yang sudah ada adalah faktor yang memotivasi tindakan tersebut (A Schutz 1972b:92).

Because of motive adalah pengalaman yang sudah terjadi di masa lalu yang mengarahkan aktor untuk merencanakan tindakan tertentu. Motif ini hanya dapat dipahami secara retrospektif, sebagai sesuatu yang sudah terjadi di masa lampau. Misalnya, jika seseorang membuka payung karena hujan, motif *because* adalah persepsi tentang hujan dan pengetahuan bahwa hujan dapat membuat pakaian basah

(A Schutz 1972b:95). Dalam hubungan *because*, pengalaman yang memotivasi tindakan adalah pengalaman yang sudah terjadi sebelum proyek dirumuskan. Ini berarti bahwa motif *because* selalu diidentifikasi dalam tinjauan masa lalu, dan tidak ada hubungan langsung dengan tindakan yang sedang dilakukan kecuali melalui refleksi setelah tindakan tersebut dilakukan (A Schutz 1972b:93–94)

Studi-studi terdahulu yang terkait dengan perilaku pengusaha memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang memotivasi individu untuk memasuki dunia kewirausahaan. Salah satu temuan penting adalah bahwa motif menjadi pengusaha tidak hanya berkaitan dengan ciri-ciri psikologis mendasar, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor kognitif dan sosial (Muzzetto 2021). Iskandar menyoroti bahwa motif untuk menjadi pengusaha bisa mencakup efek perubahan dalam skala global dan kebutuhan untuk mengamankan mata pencaharian di tengah peluang kerja yang terbatas (Iskandar 2015). Investigasi terhadap pengusaha tahap awal di Hungaria, seperti yang diungkapkan oleh Chandler, menemukan bahwa dorongan utama bagi individu-individu ini adalah untuk menginspirasi dan memikat, didorong oleh keinginan untuk perubahan yang berdampak dan kebutuhan untuk mengamankan mata pencaharian di tengah kelangkaan pekerjaan (Chandler 2022).

Di Afrika Selatan, studi fokus pada motivasi pengusaha, dan hasilnya menunjukkan bahwa baik pengusaha pria maupun wanita termotivasi oleh kemandirian, insentif materi, dan prestasi (Mitchell 2004). Selain itu, pengalaman dan peran orang terdekat, seperti orangtua, memengaruhi nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang menjadi kesadaran dalam sikap dan perilaku pengusaha Muslim.

Beberapa motif yang ditemukan termasuk ketaatan kepada orangtua, kekecewaan, dan pemenuhan diri, yang menghasilkan ketulusan dan istiqomah dalam berbisnis (Tijani, Junita, and Darmawan 2022). Penelitian lain mengevaluasi perilaku pebisnis dan wirausaha Muslim dalam menerapkan prinsip-prinsip transaksi syariah, menunjukkan perbedaan persepsi antara lulusan pesantren dan bukan pesantren terkait beberapa prinsip, tetapi tidak ada perbedaan dalam prinsip persaudaraan (*ukhuwah*) dan kesungguhan (*syumuliyah*) (Fauzia 2018).

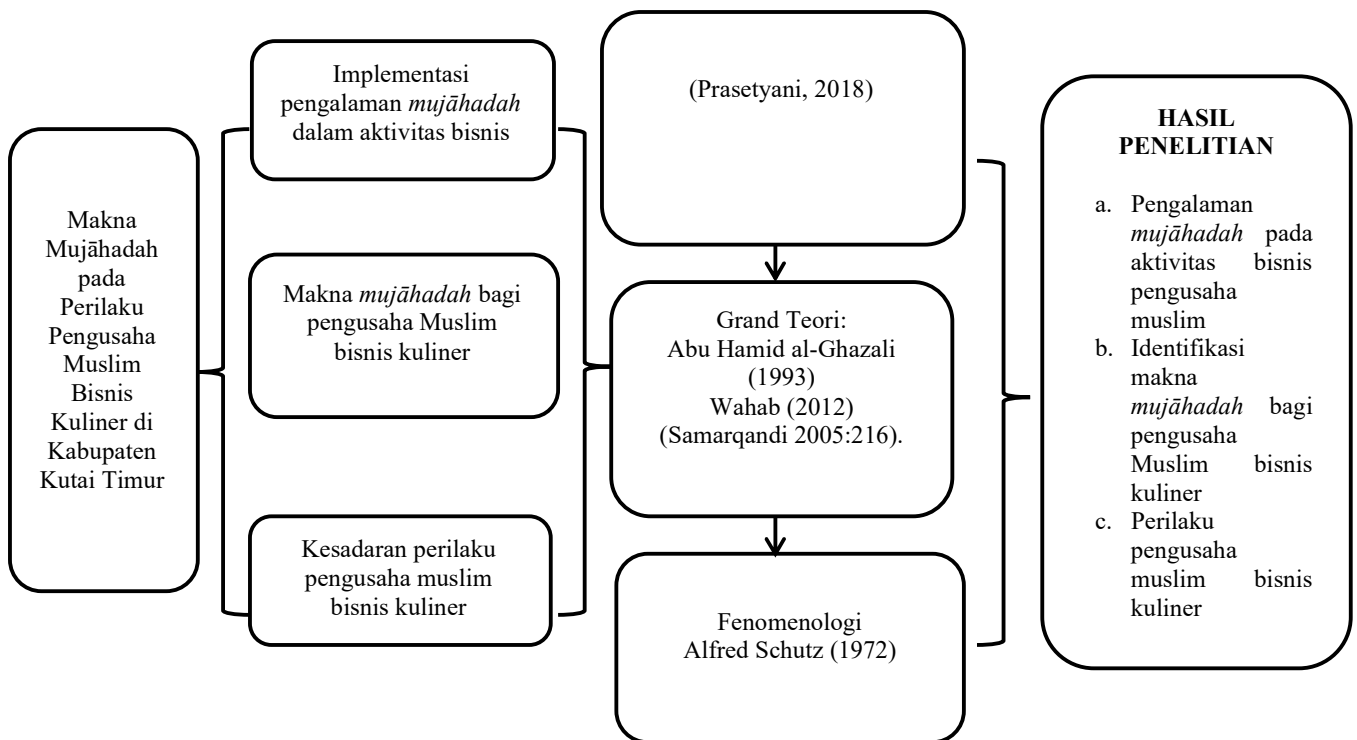
Penelitian yang mengkaji motif wanita Bahrain untuk terlibat dalam kewirausahaan sosial dan faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan jaringan dalam kewirausahaan sosial menunjukkan bahwa motif utama adalah pencapaian diri dengan agama sebagai motif utama lainnya. Pengembangan jaringan banyak dipengaruhi oleh budaya nasional (Kharabsheh *et al.* 2021). Studi menunjukkan pentingnya peran peneliti dalam interaksi dengan pengusaha. Kerjasama antara pengusaha dan peneliti terkait dengan pemahaman bersama tentang perilaku kewirausahaan, pembelajaran, dan proses membangun kepercayaan. Implikasinya adalah bahwa peneliti dapat membantu pengusaha untuk menjadi inovatif dengan memahami perilaku kewirausahaan dan membangun kepercayaan (Iivonen *et al.* 2011).

Dengan demikian, perilaku pengusaha merupakan hasil dari berbagai faktor seperti keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kecerdasan, pembelajaran, dan niat, yang semuanya memengaruhi bagaimana seorang pengusaha beroperasi. Niat yang kuat pada akhirnya mendorong perilaku kewirausahaan jika ditindaklanjuti dengan benar, sementara motivasi, kemampuan, dan kognisi juga memainkan peran

penting dalam membentuk tindakan pengusaha. Dalam konteks Islam, perilaku pengusaha Muslim harus selaras dengan prinsip-prinsip agama, seperti keadilan, kemurahan hati, kerjasama, dan menghindari kemungkaran. Sebagai tambahan, pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenologi sosial, identitas, moralitas, dan hubungan antara waktu, makna, dan tindakan memberikan wawasan berharga dalam memahami perilaku pengusaha Muslim dalam kerangka sosial yang lebih luas.

D. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini dibangun berdasarkan berbagai latar, fokus penelitian, dan perspektif yang digunakan sebagai pisau alat analisisnya. Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dijelaskan oleh skema pemikiran ilmiah berbentuk kerangka konseptual penelitian yang dijadikan dasar pijakan sebagai dasar alur pemikiran saat meneliti. Berikut ini gambar alur kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memahami makna *mujāhadah* dalam perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur secara mendalam. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena dalam konteks alami dan kompleks, serta menggali pemahaman yang kaya tentang pengalaman subjek (Creswell 2007:6). Ini sejalan dengan karakteristik utama penelitian kualitatif yang menyoroti pengumpulan dan analisis data dalam bentuk narasi dan informasi non-kuantitatif (Saldaña 2011:3). Lebih lanjut, pendekatan kualitatif menawarkan kerangka kerja yang tepat untuk mengeksplorasi makna dan pemahaman subjektif tentang konsep atau fenomena tertentu, seperti *mujāhadah* dalam konteks bisnis kuliner Muslim.

Jenis penelitian studi kasus dipilih karena relevansinya dalam menjawab pertanyaan mendalam mengenai bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi. Studi kasus sangat berguna ketika peneliti memiliki sedikit kontrol atas peristiwa yang diselidiki dan fokus pada fenomena kontemporer dalam kehidupan nyata (Yin 2018:1). Studi kasus memungkinkan peneliti membangun gambaran yang kompleks dari keadaan nyata, serta analisis kata-kata dari informan dan perilaku dari latar penelitian (Denzin and Lincoln 2013:2). Dalam penelitian ini, beberapa kasus pengusaha Muslim di bidang kuliner diidentifikasi untuk memahami bagaimana mereka menerapkan *mujāhadah* dalam praktik bisnis mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara holistik fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek, menggunakan kata-kata dan bahasa dalam konteks alamiah, serta menggabungkan berbagai metode alamiah (Moleong 2002:6). Fenomenologi sosial, seperti yang diuraikan oleh Schutz (Denzin and Lincoln 2013:337), digunakan untuk menjelaskan tindakan dan pemikiran manusia melalui pengamatan struktur dasar realita. Inti dari pemikiran Schutz adalah memahami tindakan sosial melalui interpretasi, yang mencakup perilaku orang lain di masa lalu, sekarang, dan masa depan. Schutz mengelompokkan tindakan ke dalam dua fase: *Because motives* (terkait masa lalu) dan *In order to motives* (terkait masa depan). Motif-motif ini mencerminkan refleksi dunia pengalaman masa lalu dan tujuan yang diproyeksikan di masa depan (Kuswarno 2009:111).

Dengan mempertimbangkan tujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan memberikan interpretasi mendalam tentang makna *mujāhadah* dalam perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur, pendekatan studi kasus dipilih sebagai metode yang paling tepat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggambarkan pengalaman hidup individu mengenai fenomena yang diteliti secara detail, berdasarkan narasi partisipan dan pengalaman beberapa individu yang mengalami fenomena tersebut.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti di lapangan dalam penelitian kualitatif sangat penting karena memungkinkan interaksi langsung dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti sering kali memerlukan pemahaman yang mendalam tentang

konteks sosial atau lingkungan yang diteliti. Melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan partisipasi dalam kegiatan objek penelitian, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan bervariasi. Kehadiran langsung juga meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan penelitian karena peneliti dapat mengonfirmasi informasi, mengklarifikasi ketidakjelasan, dan menangkap nuansa yang mungkin hilang jika hanya mengandalkan data sekunder. Selain itu, kehadiran langsung memungkinkan peneliti untuk beradaptasi dengan perubahan situasi di lapangan dan menyesuaikan pendekatan penelitian sesuai dengan dinamika yang muncul.

Dalam penelitian kualitatif ini, kehadiran peneliti di lapangan adalah krusial sebagai pengumpul data (Y. S. Lincoln and Guba 1985:236). Sebagai instrumen utama dalam penelitian, peneliti harus terlibat secara langsung dalam pengumpulan data, yang termasuk pemeriksaan dokumen, observasi perilaku, dan wawancara dengan partisipan (Creswell, John W., Creswell 2018:300; Creswell and Poth 2018:96). Selama interaksi dengan subjek penelitian, peneliti harus memperhatikan etika penelitian, termasuk prinsip *beneficence*, *respect*, dan *Justice* (Lapan, Quartaroli, and Riemer 2012:22).

Dengan langkah-langkah berikut, peneliti berupaya mengumpulkan data yang akurat dan mewakili fenomena yang diteliti, sambil memastikan bahwa proses penelitian dilakukan dengan etika yang tepat dan menghormati semua pihak yang terlibat. Langkah-langkah operasional yang diambil peneliti adalah sebagai berikut:

1. Survey awal: Sebelum memulai penelitian lapangan, peneliti melakukan survei awal di lokasi untuk memperoleh gambaran umum tentang *mujāhadah* dan perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur.
2. Permohonan informan: Peneliti mengajukan permohonan kepada pengusaha Muslim bisnis kuliner untuk menjadi informan, dengan mendatangi mereka secara langsung untuk memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud penelitian.
3. Observasi langsung: Peneliti mengunjungi lokasi penelitian secara langsung untuk melakukan observasi, memahami setting penelitian yang sebenarnya secara detail.
4. Jadwal kegiatan penelitian: Peneliti mengadakan pertemuan dengan informan kunci untuk menyusun jadwal kegiatan penelitian, yang disepakati bersama dan fleksibel terhadap perubahan situasi.
5. Pengumpulan data: Peneliti turun ke lapangan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati untuk mengumpulkan data yang relevan dengan penelitian.

C. Latar Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah di Kabupaten Kutai Timur. Berdasarkan data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik, Kutai Timur ditempati oleh penduduk asli Kalimantan, yaitu suku Kutai, Dayak, dan Banjar. Sementara beberapa suku seperti Bugis dan Jawa merupakan suku pendatang yang menempati wilayah Kota Sangatta. Komposisi etnis di Kota Sangatta terdiri dari; suku Kutai 19%, Dayak 10%, Banjar 14%, Bugis 18%, Jawa 30%, dan suku lainnya 9% (BPS Kutai Timur 2020). Komposisi etnis yang beragam di Kota Sangatta mencerminkan

keragaman budaya dan sosial yang relevan untuk dipelajari dalam konteks penelitian tentang makna *mujāhadah* dan perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner. Kehadiran berbagai suku dan budaya dapat memengaruhi pola pikir, nilai-nilai, dan praktik bisnis di komunitas tersebut, yang menjadi fokus penelitian.

Berdasarkan laporan BPS, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) tahun 2020, jumlah angkatan kerja di Kutai Timur pada tahun 2018 mencapai 180.582 jiwa, dimana jumlah penduduk yang bekerja mencapai 169.881 jiwa dan yang masih pengangguran mencapai 10.701 jiwa. Sementara penduduk kabupaten Kutai Timur yang berusaha sendiri atau sebagai pengusaha sejumlah 21.472 penduduk dengan rincian 12.321 pengusaha laki-laki dan 33.793 pengusaha perempuan (Kutimkab.bps.go.id 2023). Data tentang angkatan kerja, jumlah penduduk yang bekerja, dan jumlah pengusaha memberikan gambaran tentang kondisi ekonomi lokal dan potensi lapangan kerja di wilayah tersebut. Hal ini penting untuk dipahami karena *mujāhadah* sering kali terkait dengan upaya untuk mencapai kesuksesan ekonomi melalui usaha dan ketekunan, yang relevan dengan perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner.

Lokasi menunjukkan data-data yang unik dan menarik untuk diteliti jika dipotret dengan topik makna *mujāhadah* dan perilaku pengusaha muslim di Kutai Timur. Dengan demikian, lokasi penelitian dapat dikatakan sangat potensial dari segi geografi dan juga demografinya. Tetapi, apakah *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur dapat berjalan sebagaimana mestinya. Pertanyaan-pertanyaan tersebut diharapkan dapat terjawab melalui penelitian ini.

D. Data dan Sumber Data Penelitian

1. Data Penelitian

Penelitian ini membutuhkan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui metode observasi langsung oleh peneliti sebagai *key informan* dan wawancara mendalam (*in-depth interviews*) sesuai dengan pedoman wawancara yang telah disiapkan untuk menggali informasi dari pihak-pihak terkait. Fokus utama data primer adalah makna *mujāhadah* dan implementasinya dalam aktivitas bisnis, termasuk perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur. Data sekunder diperoleh melalui pengumpulan dokumentasi yang berkaitan dengan studi makna *mujāhadah* dan perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur. Data ini meliputi informasi tentang tindakan, kata-kata, serta dokumen-dokumen yang relevan di latar penelitian.

Penelitian ini difokuskan pada tiga area utama: (1) implementasi *mujāhadah* oleh pengusaha Muslim dalam aktivitas bisnis mereka, (2), pemahaman tentang makna *mujāhadah*, dan (3) perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur. Untuk mempermudah pemetaan masalah, setiap fokus penelitian dijabarkan ke dalam indikator dan sub-indikator. Sebagai data tambahan, peneliti juga mengumpulkan informasi tentang lokasi penelitian yang mencakup aspek geografi dan iklim, pemerintahan, demografi, ketenagakerjaan, pendidikan, kesehatan, perumahan, pembangunan manusia, pertanian, pertambangan dan energi, serta transportasi dan komunikasi. Data ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Timur melalui situs resmi mereka,

<https://kutimkab.bps.go.id>, yang memberikan konteks tambahan tentang kondisi regional yang mempengaruhi bisnis kuliner di daerah tersebut.

2. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, sumber data utama diperoleh langsung dari lapangan, yang terdiri dari kata-kata dan tindakan yang dikumpulkan oleh peneliti. Data ini dihimpun melalui metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Sementara itu, data sekunder meliputi dokumen-dokumen terkait yang diperoleh dari pengusaha dan dinas terkait, yang memberikan konteks tambahan mengenai perilaku pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner. Untuk memastikan validitas dan relevansi data, peneliti menggunakan kriteria tertentu dalam menetapkan informan. Kriteria ini mencakup:

1. Peneliti menerapkan *purposive sampling* untuk memilih informan kunci dengan pengetahuan mendalam tentang topik penelitian, yang kemudian proses ini akan berkembang melalui *snowball sampling*, di mana informan yang terpilih merekomendasikan informan lain yang relevan.
2. Informan dipilih berdasarkan usaha kulinernya yang telah beroperasi minimal 10 tahun. Kriteria ini memastikan bahwa informan memiliki pengalaman dan stabilitas dalam usaha kuliner, yang dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan historis.
3. Peneliti memilih informan yang memiliki pengalaman panjang sebagai karyawan atau hubungan langsung dengan pengusaha kunci untuk memperoleh perspektif yang luas.

4. Peneliti mempertimbangkan informan dari berbagai latar belakang budaya dan sosial-ekonomi, termasuk suku pendatang, untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif dan beragam. Khususnya bagi suku pendatang, peneliti akan mencari informan yang telah menunjukkan *mujāhadah*, atau perjuangan dalam membangun dan mengembangkan usaha kulinernya di lingkungan baru.
5. Informan yang aktif terlibat dalam inovasi dan pengembangan dalam bisnis kuliner juga akan dipilih, karena mereka dapat memberikan informasi tentang adaptasi dan perkembangan terkini dalam industri kuliner.

Data informan yang terkumpul akan disajikan dalam bentuk tabel, memberikan gambaran lengkap tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan ini dirancang untuk menghasilkan data yang kaya informasi dan mencerminkan realitas lapangan secara akurat. Selanjutnya, peneliti sajikan data informan yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini dalam bentuk tabel:

Tabel 3.1
Data Informan penelitian

No	Kode	Nama	Bidang Usaha	Lama Usaha	Ket
1	A.01	Dewi Yuliana	Kuliner / Lubna Cake	12 tahun	Informan penelitian
2	A.02	Edy Pramono	Kuliner / Resto Edy Blangkon	15 tahun	Informan penelitian
3	A.03	Agus Kristanto	Kuliner /Soto kwali	12 tahun	Informan penelitian
4	A.04	Trisna Sriwulaningsih	Pemilik Rumah Makan dan 7 cabang Frenchise Tahu Gila	17 tahun	Informan penelitian
5	A.05	Yasmin	Jasmine Cake	26 tahun	Informan penelitian
6	A.06	Mega Rindawati	Gummy's Food & Baverage	11 tahun	Informan penelitian
7	A.07	Basyuni Anwar	Pemilik rumah makan kuliner	20 tahun	Informan penelitian

E. Teknik Pengumpulan Data

Pendekatan penelitian kualitatif memberi petunjuk bagi peneliti tentang jenis data yang direncanakan hendak dikumpulkan. Selanjutnya peneliti mencoba mencermati bentuk dan jenis data yang relevan dengan pendekatan penelitian yang digunakan. Pengumpulan data terkait erat dengan sumber data primer yang diperoleh langsung dari tangan pertama yang dalam penelitian kualitatif sering disebut subjek penelitian, partisipan, atau informan (Ghony, Wahyuni, and Almanshur 2020).

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif, yaitu mencakup observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*), dan kajian dokumentasi.

1. Observasi

Observasi yang peneliti lakukan melalui pengamatan langsung dikarenakan peneliti merupakan instrumen utama terhadap latar penelitian. Pada awalnya, peneliti mengamati yang menjadi latar penelitian secara umum. Teknik observasi memberikan kesempatan kepada peneliti sehingga dapat mengetahui dan memahami reaksi informan/subjek penelitian dan dapat mengarahkan peneliti untuk membangun pengetahuan berdasarkan informasi yang diperoleh. Kegiatan observasi yang dilakukan selama penelitian dimulai dari *grand tour observation* (kegiatan observasi menyeluruh). Tujuannya adalah untuk mengetahui pengusaha maupun usaha yang diteliti dengan melakukan observasi peran serta di bagian terkecil dalam organisasi usahanya, seperti gambaran data awal tentang segala

sesuatu yang dapat mendukung fokus penelitian. Langkah-langkah operasional yang diambil peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti melakukan observasi langsung di lapangan, dimulai dengan grand tour observation untuk memahami konteks umum bisnis kuliner di Kutai Timur.
- b. Fokus observasi akan diarahkan pada interaksi pengusaha dengan karyawan, pelanggan, dan proses bisnis sehari-hari, untuk menggali pemahaman tentang *mujāhadah*.
- c. Observasi akan mencatat tindakan, ekspresi, dan interaksi yang relevan dengan fokus penelitian.

2. Wawancara Mendalam (*in-depth interviewing*)

Sumber data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif adalah yang berupa manusia yang dalam posisi sebagai informan yang didapat dengan wawancara. Wawancara ini sangat diperlukan guna mendapatkan informasi yang diperlukan terkait dengan perilaku pengusaha muslim bisnis kuliner. Agar informasi yang diperlukan mempunyai tingkat kevalidan maka sumber informasi haruslah orang yang mempunyai keterkaitan langsung dalam proses implementasi *mujāhadah* dalam aktivitas bisnis kuliner. Dalam melakukan wawancara, langkah-langkah operasional yang diambil peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara dilakukan dengan pengusaha Muslim, karyawan, dan pelanggan untuk memperoleh pandangan beragam tentang implementasi pengalaman *mujāhadah* dalam bisnis, makna *mujāhadah*, dan perilaku pengusaha Muslim.

- b. Peneliti menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan, mencakup pertanyaan terstruktur dan semi-terstruktur, serta menggunakan alat perekam untuk mendokumentasikan percakapan.
- c. Fokus wawancara pada pengalaman, persepsi, dan tantangan dalam penerapan *mujāhadah* di lapangan.

3. Kajian dokumentasi

Data penelitian kualitatif kebanyakan data diperoleh dari sumber manusia melalui observasi dan wawancara, namun data dari sumber non manusia, seperti peraturan perundang-undangan, foto, dan dokumen, perlu mendapat perhatian selayaknya. Langkah-langkah operasional yang diambil peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Pengumpulan dan analisis dokumen terkait seperti peraturan perundang-undangan, laporan keuangan, materi promosi, dan catatan bisnis yang dapat memberikan wawasan tambahan.
- b. Dokumen pribadi seperti surat-surat, buku harian, dan dokumen resmi dari lembaga atau dinas terkait yang memberikan konteks tambahan terhadap praktik bisnis kuliner.
- c. Analisis dokumen akan fokus pada bagaimana nilai *mujāhadah* tercermin dalam praktik bisnis dan dokumentasi terkait.

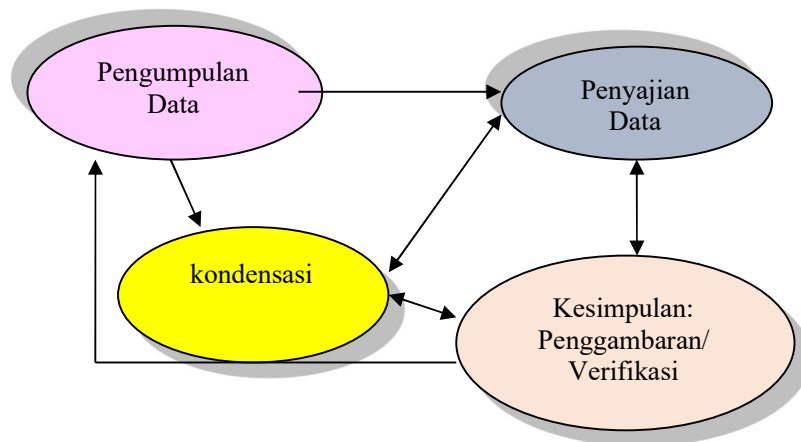
F. Analisis Data

Analisis menginterpretasikan data berupa kata-kata, peristiwa, dokumentasi, dan lokasi, sehingga diperoleh makna (makna peneliti). Oleh karena itu, analisis dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data dan setelah data

terkumpul. Setelah data terkumpul secara utuh peneliti pamitan kepada para informan yang sudah melayani pengumpulan data dan keperluan administrasi, serta mohon diri meninggalkan lokasi penelitian, dan berharap jika ternyata masih ada data yang tertinggal mohon dilayani walaupun waktu penelitian sudah berakhir.

Kegiatan selanjutnya setelah meninggalkan lokasi penelitian, peneliti mulai menelusuri catatan lapangan dengan membaca, memahami dan menganalisis secara intensif data yang telah terkumpul. Cara penganalisisan tersebut menurut Bogdan dan Biklen, disebut analisis setelah data terkumpul seluruhnya. Cara yang ditempuh peneliti adalah: (1) pengorganisasian data, dengan menata setiap data sesuai kronologis kegiatannya dengan penomoran halaman secara sistematis, (2) Menentukan kategori-kategori dengan memberi kode sesuai dengan kebutuhan, (3) menyortir data dengan memberi kode pada setiap topik yang telah diorganisasi pada lembar catatan lapangan, (4) merumuskan kesimpulan temuan sementara pada setiap kasus (Bogdan and Biklen 2007:172–78).

Data yang telah terkumpul dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagaimana disebutkan di atas selanjutnya akan dianalisis dengan tahap-tahap analisis data seperti direkomendasikan Huberman dan Miles (Matthew B. Miles, A. Michael Huberman 2014:8–22), yaitu: kondensasi data (*data condensation*), display data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*). Model tersebut seperti gambar berikut ini:



Gambar: 3.1 Teknik Analisis Data

Tahapan kondensasi data merupakan proses penting dalam penelitian, di mana data kotor yang diperoleh dari catatan-catatan lapangan disederhanakan dan dipilih secara hati-hati. Menurut Saldaña, Miles, dan Huberman, proses kondensasi data tidak hanya terjadi saat analisis data, tetapi dimulai sejak tahap awal penelitian saat menentukan permasalahan, kerangka teoritis, dan metode penelitian (Matthew B. Miles, A. Michael Huberman 2014:8–22). Dalam konteks penelitian ini, di mana data yang diperoleh seringkali melimpah, peneliti mencatat dan merekam data tersebut melalui alat perekam. Meskipun data tersebut melimpah, namun belum tentu memberikan gambaran yang terstruktur secara kategoris, tematis, dan sistematis. Oleh karena itu, peneliti melakukan proses kondensasi data dengan mengklasifikasikan data sesuai dengan aspek yang sedang diteliti. Data yang tidak sesuai dengan klasifikasi yang ditetapkan akan dieksklusi.

Selanjutnya, dalam tahap penyajian data, peneliti menyajikan hasil kondensasi data dalam bentuk teks naratif yang dapat menggambarkan konfigurasi informasi dengan jelas. Penyajian data ini merupakan langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memungkinkan pembaca memahami temuan secara

komprehensif. Terakhir, pada tahap menarik kesimpulan dan verifikasi, peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang telah diolah dan dianalisis pada tahap sebelumnya. Kesimpulan yang dihasilkan belum dapat dianggap final sebelum dilakukan verifikasi lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti meletakkan semua tahapan secara siklus daripada secara linear, memungkinkan proses verifikasi yang kontinu terhadap temuan penelitian.

G. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, memeriksa validitas temuan merupakan langkah penting. Dalam penelitian kualitatif, validitas data ditentukan oleh banyaknya kriteria. Ada empat kriteria yang menjadi dasar untuk memperoleh temuan, sebagai berikut: kredibilitas, transferabilitas, ketergantungan, dan konfirmabilitas (Ghony et al. 2020:198–217; Y. Lincoln and Guba 1985:289–331).

1. Kredibilitas

Kredibilitas penelitian ini dibangun sejak tahap pengumpulan data. Peneliti mengambil langkah-langkah konkret sebagai berikut:

- a. Perpanjangan keikutsertaan (*prolonged engagement*): Peneliti secara intens terlibat dalam interaksi dengan subjek penelitian selama waktu yang cukup lama, memperpanjang waktu yang diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Tujuan dari langkah ini adalah memastikan bahwa temuan yang diperoleh benar-benar dapat dipercaya.
- b. Melakukan observasi secara tekun (*persistent observation*): Peneliti secara konsisten melakukan observasi dan mencatat setiap detail penting yang teramati, baik itu dalam bentuk perilaku, interaksi, maupun konteks lingkungan.

Observasi yang tekun ini dilakukan untuk memperdalam pemahaman peneliti terhadap fenomena yang diteliti.

- c. Melakukan triangulasi (*triangulation*): Peneliti membandingkan dan mengecek derajat keterpercayaan temuan melalui perbandingan data yang diperoleh dari berbagai sumber atau metode. Ini termasuk membandingkan data wawancara, data observasi lapangan, dan data dari sumber lain seperti dokumen, serta memeriksa kecocokan temuan dengan informasi dari literatur atau penelitian sebelumnya.
- d. Pengecekan member/*member check*: Peneliti meminta umpan balik dan konfirmasi langsung dari informan atau partisipan terkait interpretasi dan temuan yang diperoleh. Diskusi antara peneliti dan informan kunci dilakukan untuk memastikan bahwa pemahaman tentang fenomena yang diteliti konsisten dan valid.
- e. Diskusi dengan rekan kerja (*peer debriefing*): Peneliti berdiskusi dengan rekan-rekan sejawat untuk memeriksa interpretasi dan temuan yang diperoleh, memastikan bahwa analisis data dilakukan secara objektif dan terjamin kualitasnya.

2. *Transferabilitas*

Dalam penelitian ini, peneliti menguraikan secara rinci dan sistematis temuan yang diperoleh di lapangan ke dalam format yang telah disusun. Metode ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang temuan dalam penelitian ini agar peneliti dan pembimbing tidak meragukannya. Shank menyebut transferabilitas mengacu pada sejauhmana hasil

penelitian kualitatif dapat ditransfer atau digeneralisasikan ke pengaturan lain. *Transferability* sebagai sejauh mana hasil studi kualitatif dapat ditransfer ke pengaturan yang berbeda, atau digunakan dengan populasi yang berbeda (Shank 2006:115).

3. *Dipendabilitas*

Shank mengemukakan bahwa ketergantungan adalah kemampuan untuk mengetahui dari mana data dalam suatu penelitian berasal, bagaimana dikumpulkan, dan bagaimana data itu digunakan (Shank 2006:114). Artinya peneliti melakukan pengecekan kualitas terhadap proses penelitian. Peneliti melakukan metode ini untuk mengetahui sejauh mana kualitas proses penelitian yang dilakukan peneliti mulai dari membuat konsep, mengumpulkan data penelitian, melakukan temuan penelitian, dan melaporkan hasil penelitian. Mereka yang diminta untuk memeriksa kualitas proses penelitian adalah para promotor, yakni Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si. dan Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., M.A.

4. *Konfirmabilitas*

Pemeriksaan hasil penelitian. Metode ini digunakan peneliti untuk melihat tingkat kesesuaian antara temuan dengan data yang telah dikumpulkan sebagai pendukung. Jika hasil menunjukkan ada kecocokan, maka temuan otomatis diterima, tetapi jika ternyata tidak ada kecocokan, maka temuan otomatis ditolak. Tempatnya peneliti harus turun ke lapangan untuk mendapatkan data yang sebenarnya. Kegiatan yang dilakukan peneliti adalah menelaah kembali data lapangan, baik catatan lapangan, maupun data yang telah direduksi, kemudian data tersebut dengan temuan yang telah dirumuskan.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

D. Pengalaman *Mujāhadah* dalam Aktivitas Bisnis

1. Pengelolaan Bisnis

Setiap pengusaha memiliki kisah perjuangan yang unik, yang menggambarkan bagaimana mereka mengimplementasikan *mujāhadah* dalam praktik bisnis sehari-hari. Observasi langsung menunjukkan komitmen mereka untuk menjalankan bisnis dengan efisiensi dan adaptabilitas tinggi, faktor kunci dalam kesuksesan bisnis kuliner.

Ibu Dewi Yuliana, pemilik Lubna Cafe & Cake, menjelaskan:

“Kalau dalam manajemen sebuah bisnis itu kan ada perencanaan... perencanaannya di akhir tahun sebelum masuk ke tahun berikutnya... evaluasi keuangan kemudian dari sisi pengeluaran apakah kita itu laba atau rugi dalam satu tahun... hasil evaluasi ini kita buat planning untuk tahun berikutnya... omzet misalnya 3,5 milyar, tahun berikutnya planning kita ini berapa... kalau misalnya di tahun berikutnya kita ada kenaikan dari tahun sebelumnya terus kita akan merencanakan apa... apa planning marketing yang kita sudah rencanakan... kalau marketing itu efektif kita lanjutkan di tahun selanjutnya, ini yang tidak efektif kita ganti dengan program-program baru...” (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Selanjutnya, Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, memberikan pandangan yang cukup detail mengenai pendekatan dalam perencanaan bisnisnya sebagaimana tercermin dalam pernyataan berikut:

“Pengolahan bisnis ini melibatkan perencanaan yang dilakukan secara garis besar. Dalam bisnis, tujuan kami adalah agar bisnis berjalan dengan baik bahkan tanpa harus diawasi oleh pemiliknya, yaitu dengan mode “autopilot.” Hal ini tentu didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang kami miliki. Saya memiliki berbagai peran dalam pengelolaan bisnis ini. Saya melakukan banyak hal, termasuk manajemen yang mengatur berbagai aspek, dengan istilah yang lebih formal, bisa disebut sebagai “manajer.” Bersama teman-teman kami, kami memberikan penghormatan kepada mereka yang bekerja keras. Misalnya, ketika ada pencapaian yang

signifikan atau kinerja yang luar biasa, kami memberikan penghargaan dalam bentuk honorarium. Saya juga terlibat dalam pembagian tanggung jawab di dalam tim kami. Saya memiliki manajer yang mengatur berbagai aspek di bawahnya, serta anggota tim yang bekerja dengan manajer saya. Jumlah total karyawan dalam bisnis ini mencapai empat puluh orang. Sejak tahun 2015, kami telah melihat perkembangan yang positif dalam bisnis ini. Terdapat faktor kunci yang mendorong saya untuk bertahan dan terus berjuang. Hal ini mungkin berkaitan dengan motivasi atau dukungan yang saya terima, tetapi faktor-faktor ini seringkali menjadi pendorong bagi saya untuk terus bertahan dan berkembang dalam bisnis ini.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Selanjutnya, Agus Kristanto, pemilik rumah makan Soto Kwali, memberikan beberapa wawasan tentang perencanaan bisnisnya sebagaimana tercermin dalam pernyataan sebagai berikut:

“Dalam perencanaan bisnis, sederhananya, walaupun terdapat tantangan saat berpindah dari dunia tambang ke dunia usaha kuliner yang sangat berbeda, prinsip dasarnya tetap sama. Prinsip-prinsip manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta pemantauan masih berlaku. Sederhananya, bisnis ini dibagi dalam tiga aspek utama, yaitu produksi, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia (SDM), dan saya dan istri saya membagi tugas untuk mengurus aspek-aspek tersebut. Proses perencanaan di awal mungkin terlihat sederhana, tetapi tetap penting untuk menciptakan rencana yang baik untuk menghadapi tantangan di bisnis kuliner ini.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, terdapat pembagian tugas karyawan. Trisna Sriwulaningsih menyebutkan bahwa mereka membagi karyawan sesuai dengan tugas masing-masing. Ini menunjukkan bahwa dalam pengelolaan rumah makan mereka, karyawan memiliki peran yang spesifik dan bertanggung jawab atas tugas-tugas tertentu, seperti memasak atau melayani pelanggan. Hal ini terlihat sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Kami membagi karyawan sesuai dengan tugasnya masing-masing, ada yang bagian masak, ada yang dibagian depan, dan saya mengurus promosi dan bagian-bagian lainnya.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, memberikan beberapa wawasan tentang perencanaan dan pengelolaan bisnisnya sebagaimana tercermin dalam pernyataan sebagai berikut:

“Perencanaan ini adalah hal yang sangat penting. Saya memiliki pengetahuan bahwa untuk menjalankan bisnis ini, diperlukan orang yang mengelola masing-masing dari aspek bisnis tersebut. Saat ini, saya sedang berfokus pada pembuatan dan melayani pelanggan. Saya akan secara perlahan mengajarkan manajemen yang kuat kepada tim saya agar mereka dapat menerapkannya secara efektif di masa yang akan datang.” (Wawancara, A.06/21/12/2023)

Selanjutnya, Mega Rindawati, pemilik Gummy’s Food & Beverage, memberikan beberapa wawasan tentang bagaimana dia mengelola bisnisnya sebagaimana tercermin dari pernyataan sebagai berikut:

“Kalau bicara tentang perencanaan bisnis saya, masih belum lengkap seperti yang Anda sebutkan. Karyawan di kantor kami terbilang sedikit dan jumlahnya 11 orang, dan sebagian besar pekerjaan manajemen dilakukan oleh satu orang. Orang tersebut juga bertindak sebagai HR dan supervisor. Dia mengelola seluruh provinsi, dan tugas supervisinya mencakup semua divisi, termasuk yang berkaitan dengan produksi dan dapur. Namun, di masing-masing divisi, ada juga supervisi tambahan yang mengawasi pekerjaan di divisi tersebut. Sebagai contoh, dalam hal produksi, ada seorang supervisor yang mengawasi pekerjaan di divisi tersebut. Sementara itu, di bagian SDM, ada seorang supervisor yang mengurus aspek sumber daya manusia dan karyawan. Kami memiliki struktur manajemen yang cukup sederhana, dan peran-peran ini masih bisa digabungkan oleh satu orang. Di bisnis kami, kami belum merasa perlu untuk memiliki manajemen yang sangat rinci. Staf kami memiliki kemampuan untuk merangkap berbagai peran, seperti mengelola media sosial dan mengurus sumber daya manusia. Ini juga membantu kami dalam menghemat anggaran, terutama ketika pendapatan turun.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya hasil penuturan Basyuni Anwar pemilik pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Jadi, dengan merencanakan pemilihan bahan-bahan berkualitas, baik, dan segar-segar, serta pemilihan karyawan yang dapat dipercaya dan mudah diarahkan.” (Wawancara, A.07/29/11/2023)

Selanjutnya, Ibu Dewi Yuliana menyampaikan bahwa dalam pelaksanaan bisnisnya, mereka telah membentuk divisi-divisi dan manajemen yang mengurus berbagai aspek, termasuk pemasaran dan keuangan. Mereka memiliki tujuan untuk membuat bisnis berjalan secara otomatis di masa depan, mirip dengan pesawat yang beroperasi tanpa pengawasan langsung. Namun, kesuksesan pelaksanaan ini akan sangat bergantung pada SDM yang kompeten. Hal ini menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Pelaksanaannya dari promosi kayak penjualan mereka sudah ada divisi dan kita sudah ada manajemen masing masing. Misalnya macam macam ada yang bikin produk bakery tradisional aja ya bakery tradisional. Di manajemen itu ada yang dia ngurusi marketing, ada yang bagian keuangan gitu pak. Jadi itu sudah ada bagian masing-masing walau semuanya masih dalam tahap belajar sih. Next ke depan sih sebenarnya kita nanti pengennya sudah auto pilot gitu jadi kayak pesawat gitu kan pak. Jadi kalau nanti berkembang juga sudah ada yang mengurus, sudah auto pilot tinggal saya lihat laporan. tapi kan kembali lagi bahwa itu akan didukung dengan SDM yang mumpuni dan yang paling penting yang kedua SDM-nya.”. (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Sementara Eddy Pramono berfokus pada pelaksanaan bisnis yang berorientasi pada pelayanan pelanggan sebagaimana tercermin pernyataan berikut:

“Dalam pelaksanaannya, kami berusaha untuk menjalankan bisnis secara otomatis. Namun, dalam dunia bisnis, terkadang ada risiko komplain dari pelanggan. Oleh karena itu, kami melakukan antisipasi terhadap potensi komplain ini. Saya memiliki pengalaman bekerja di bidang perbankan, dan di sana saya diajarkan cara melayani pelanggan dengan baik. Ketika pelanggan datang, kami selalu memberikan senyuman dan sikap ramah. Kami mengutamakan pelanggan dan selalu menghargai mereka. Hal ini membuat pelanggan merasa nyaman, dan inilah yang menjadi prioritas utama kami. Selain itu, kami juga berusaha untuk meminimalisir potensi komplain. Kami melakukan evaluasi secara berkala, seperti memberikan umpan balik kepada pelanggan dan mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan kami dan tidak kecewa. Dengan cara ini, kami

berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memastikan bahwa mereka merasa dihargai dalam setiap kunjungannya, sehingga mereka dapat merasakan pengalaman yang positif seperti saat mengunjungi bank. Semua prinsip ini kami terapkan dalam bisnis kami.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Selanjutnya, Agus Kristanto menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan bisnisnya, mereka selalu menyambut pelanggan dengan ramah dan memberikan kesan bahwa pelanggan sangat diharapkan sebagaimana tercermin dari pernyataan sebagai berikut:

“Pada saat seseorang pembeli berkunjung, kami selalu menyambut mereka dengan ramah dan memberikan kesan bahwa mereka sangat diharapkan untuk merasa nyaman. Kami juga selalu mendorong partisipasi aktif dari mereka dengan cara mengangkat tangan atau memberi tanda tertentu untuk menunjukkan minat mereka. Dalam pelaksanaannya, istri saya fokus pada produksi makanan, dan saya fokus pada pemasaran dan manajemen sumber daya manusia (SDM). Istilah "quality control" atau pengendalian kualitas merupakan tugas istri saya. Ia bertanggung jawab untuk memastikan rasa dan kualitas makanan yang kami tawarkan tetap terjaga. Sementara itu, saya bertanggung jawab untuk mencari karyawan dan mengurus aspek pemasaran. Ketika kami sudah memiliki karyawan, saya kemudian menyerahkan tanggung jawab mengenai SDM kepada istri saya. Dalam hal pemasaran, saya lebih mengutamakan hubungan langsung dengan pelanggan daripada menggunakan media sosial atau iklan berlebihan. Saya percaya bahwa hubungan yang baik dengan pelanggan dan kepuasan mereka akan membawa rekomendasi positif kepada orang lain, yang pada gilirannya akan mempengaruhi pertumbuhan bisnis kami.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, Trisna Sriwulaningsih mengorganisasi bisnisnya dengan pembagian tugas yang baik, termasuk bagian memasak dan bagian depan. Dia terlibat langsung dalam mengawasi pengaturan ini dan memantau temuan-temuan yang ada dalam bisnisnya. Hal ini terlihat sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Dalam pengelolaannya, ada manajemen yang mengurus bagian memasak, ada yang mengurus bagian depan, dan tidak sembarangan dalam pengaturan ini. Ada pembagian yang telah direncanakan dengan baik dalam bagian dapur, termasuk hal-hal matematis seperti ini dan itu. Posisi saya dalam mengorganisasi tidak ditinggalkan begitu saja, saya terlibat langsung sehingga saya mengetahui siapa yang mengurus bagian penjualan dan perlu memantau temuan-temuan yang ada.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, menyadari bahwa pelaksanaan bisnis, terutama dalam bisnis jasa, memiliki potensi untuk menerima banyak komplain. Oleh karena itu, penting untuk meresponsnya dengan baik dan melakukan evaluasi yang tepat untuk memastikan kepuasan pelanggan. Ini sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Pelaksanaan bisnis seperti ini, terutama ketika melibatkan produksi dan pelayanan kepada pelanggan. Bisnis, khususnya jasa, memiliki potensi untuk menerima banyak komplain. Oleh karena itu, penting untuk meresponsnya dengan baik dan melakukan evaluasi yang tepat.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Selanjutnya, Mega Rindawati, pemilik Gummy's Food & Beverage, memberikan wawasan yang unik tentang pendekatan bisnisnya dalam konteks makanan dan bakery sebagaimana tercermin dari pernyataan sebagai berikut:

“Kalau bicara tentang bisnis bakery di sini, sebenarnya cukup banyak, Pak. Tidak hanya satu atau dua, bahkan mungkin ada puluhan penjual kue di sini. Mereka berasal dari berbagai latar belakang, ada yang menjual dari rumah atau bahkan memiliki tempat sendiri. Yang membedakan bisnis bakery saya dari yang dulu hingga sekarang adalah fokus kami pada kualitas. Kami berusaha menjadi penyedia kue yang lebih baik, lebih sehat, dan lebih higienis. Semua ide ini berasal dari keyakinan saya bahwa bisnis ini adalah tanggung jawab yang Allah berikan kepada saya. Kami tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk memastikan bahwa makanan yang kami sajikan tidak akan menyebabkan masalah kesehatan bagi pelanggan kami. Kami sangat memperhatikan pemilihan bahan-bahan yang kami gunakan, seperti memastikan bahwa semua bahan memiliki sertifikat halal. Kami juga mulai menyesuaikan produk kami dengan kebutuhan kesehatan pelanggan kami. Sebagai contoh, jika ada

pelanggan yang menderita diabetes, kami akan menghadirkan produk yang rendah gula untuk mereka. Juga, bagi mereka yang memiliki masalah pencernaan atau alergi tertentu, kami berusaha menyediakan produk yang aman bagi mereka. Kami tidak menggunakan bahan-bahan waralaba atau produk yang dihasilkan dengan cara yang meragukan. Semua produk roti dan kue kami dibuat secara profesional, dengan menggunakan ragi alami. Proses produksi kami memakan waktu cukup lama, minimal enam puluh dua jam, karena kami memastikan setiap produk kami memiliki kualitas terbaik. Kami juga memilih bahan-bahan lokal, seperti tepung singkong dan tepung beras, untuk mendukung petani lokal. Jadi, bisnis bakery kami sebenarnya sedang mengupayakan untuk menciptakan ceruk pasar yang lebih sempit namun berfokus pada kualitas dan kebutuhan pelanggan. Kami percaya bahwa ini adalah jalan yang benar untuk membangun bisnis yang berkelanjutan.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya paparan data pada evaluasi bisnis, Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake menjelaskan bahwa evaluasi dalam bisnis mereka dilakukan oleh tim setiap bulan. Hasil evaluasi ini dibahas bersama pihak terkait. Mereka menekankan pentingnya memastikan fasilitas dan lingkungan kerja memenuhi kebutuhan karyawan. Evaluasi juga mencakup kinerja tim yang dievaluasi secara bulanan. Hal ini menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Evaluasi ini biasanya dilakukan oleh tim kami setiap bulan, dan hasilnya akan dibahas dengan pihak-pihak terkait. Kami ingin memastikan bahwa fasilitas dan lingkungan kerja kami memenuhi kebutuhan karyawan kami, dan jika ada masalah, kami akan mencari solusinya. Namun, terkadang, aturan tertulis juga diperlukan untuk menjaga kerapian dan efisiensi, seperti dalam hal tempat makan. Kami juga memiliki evaluasi tim bulanan, di mana setiap tim akan mengevaluasi kinerjanya.”. (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Eddy Pramono lebih fokus pada evaluasi melalui sesi *briefing* yang melibatkan karyawan mereka dengan berbagai peran. Mereka menerima masukan dari karyawan dalam pertemuan bulanan untuk memahami preferensi mereka dan mendengarkan ide serta saran dari semua pihak dalam tim. Mereka percaya bahwa

kepercayaan dan komunikasi yang baik dalam tim adalah kunci kesuksesan bisnis mereka. Hal berdasarkan hasil penelusuran kepada Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Evaluasi dalam bisnis kami lebih banyak dilakukan melalui sesi briefing. Dalam briefing tersebut, kami menerima masukan dari karyawan kami, yang kadang-kadang memiliki berbagai model peran yang berbeda. Misalnya, ada karyawan yang bertanggung jawab atas pelayanan atau sebagai pelayan (waiters), dan ada juga yang terlibat dalam pembagian tugas terima tamu. Dalam sebulan, kami mengadakan pertemuan minimal satu kali. Dalam pertemuan ini, kami dapat berdiskusi tentang berbagai aspek bisnis kami. Misalnya, saya mungkin memiliki preferensi terkait dengan bagian yang akan diambil oleh karyawan dalam tugas mereka. Misalnya, mungkin lebih suka menghindari tugas pelayanan, seperti menjadi pelayan (waiters), dan lebih suka berfokus pada tugas-tugas lainnya, seperti tugas yang berkaitan dengan penerimaan tamu. Dalam hal ini, kami masih memiliki orang yang bertindak sebagai manajer atau pemimpin tim. Mereka memiliki peran yang penting dalam pengambilan keputusan, dan saya memberikan arahan kepada mereka. Namun, kami juga mendengarkan masukan dari teman-teman kami dan berusaha memenuhi keinginan mereka. Kami percaya bahwa dengan mendengarkan dan memahami keinginan karyawan kami, bisnis kami akan berkembang dan berkembang lebih baik. Kami percaya bahwa kepercayaan dan komunikasi yang baik dalam tim adalah kunci untuk kesuksesan bisnis kami, dan kami yakin bahwa kita harus selalu terbuka terhadap ide dan saran dari semua pihak dalam tim kami.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Hasil penuturan informan penelitian Agus Kristanto pemilik rumah makan

Soto Kwali tercermin sebagai berikut:

“Untuk evaluasi ini, kami melakukan beberapa langkah, seperti: Kami memperhatikan tanggapan dan umpan balik pelanggan terhadap makanan yang kami sajikan. Jika ada pelanggan yang merasa makanan kami tidak sesuai dengan harapan mereka, istri saya akan memberikan edukasi kepada tim yang bertanggung jawab dalam bidang tersebut. Misalnya, jika ada keluhan tentang rasa atau tampilan menu, kami akan mencari tahu penyebabnya dan melakukan perbaikan. Kami melakukan pengendalian kualitas secara rutin untuk memastikan konsistensi dalam rasa, tampilan, dan porsi makanan yang kami sajikan. Ini melibatkan pengecekan terhadap bahan baku yang digunakan, proses memasak, dan pengemasan makanan. Istri saya memberikan pelatihan kepada karyawan terkait dengan standar kualitas yang harus diikuti dalam menghasilkan makanan. Dia juga memastikan bahwa karyawan memahami pentingnya menjaga kualitas

makanan. Saya juga terlibat dalam pengamatan langsung terhadap kualitas makanan yang kami sajikan. Saya mencoba makanan dan memberikan masukan jika ada yang perlu diperbaiki.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, mencatat bahwa evaluasi mereka tidak selalu terkait dengan kualitas, tetapi seringkali terkait dengan pelayanan dari staf yang menjual makanan. Mereka melakukan evaluasi yang mencakup pengumpulan data menyeluruh dan evaluasi berdasarkan bidang tertentu yang kemudian diberikan briefing kepada karyawan. Namun, tidak semua karyawan langsung peduli terhadap evaluasi ini. Ini terlihat sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Untuk evaluasinya, kita tidak selalu menjaga kualitas, seringkali pelayanan dari staf kita yang menjual makanan tidak sesuai standar. Oleh karena itu, kita memiliki sejumlah anak buah yang menjual makanan, dan mereka tidak bisa bekerja seperti yang kita lakukan. Misalnya, jika ada keluhan, kita sering menanganinya, tetapi kita tetap harus turun langsung dan mengajari mereka lagi. Ini tidak cukup hanya dengan memberikan pelatihan sekali atau dua kali, karena mereka perlu pelatihan berkelanjutan. Terkadang, meskipun mereka telah bekerja selama satu atau dua tahun, kesalahan manusia masih terjadi. Oleh karena itu, kita perlu melakukan evaluasi yang mencakup semua aspek, baik itu pengumpulan data secara menyeluruh atau evaluasi berdasarkan bidang tertentu yang kemudian kita berikan briefing. Namun, tidak semua karyawan langsung peduli terhadap evaluasi ini.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Mega Rindawati menyebutkan bahwa komplain langsung dapat masuk ke nomor kontaknya dan bahwa mereka memiliki sistem pengelolaan komplain yang didasarkan pada pembelajaran dari komplain sebelumnya. Upaya mereka termasuk memberikan informasi yang baik kepada pelanggan dan tindakan cepat untuk menyelesaikan masalah. Hal ini disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik

Gummy's Food & Beverage, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Kebetulan, untuk evaluasi misalnya ada komplain langsung masuk ke nomor kontak saya. Jika merasa tidak puas dengan layanan kami, silakan ajukan komplain atau berikan saran langsung kepada saya. Misalnya, jika ada keterlambatan dalam pengiriman, kami memiliki cara-cara untuk menghindarinya. Kami memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, seperti perkiraan waktu pengiriman, dan kami berkomunikasi dengan para kurir kami untuk memastikan pengiriman berjalan lancar. Sistem pengelolaan komplain kami didasarkan pada pembelajaran dari komplain-komplain sebelumnya. Kami berusaha meminimalisir komplain dengan memberikan informasi yang baik kepada pelanggan, baik tentang produk atau layanan yang mereka pesan. Ketika ada komplain, kami segera bertindak untuk menyelesaikannya. Ini mencakup mengorganisir pengiriman ulang atau memberikan klarifikasi kepada pelanggan. Semua ini adalah upaya kami untuk mengelola semuanya dengan baik dan mencatat setiap masalah yang muncul.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

2. Pengelolaan SDM

Berikut adalah paparan data tentang bagaimana pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner memastikan bahwa karyawan merasa bahagia dan diperlakukan dengan baik. Ibu Dewi Yuliana menekankan pentingnya menciptakan kesepakatan di dalam perjanjian kerja, bukan hanya berdasarkan kata-kata tertulis. Mereka memastikan bahwa setiap karyawan, termasuk yang bukan Muslim, merasa diperlakukan dengan adil dan setara dalam hal jam kerja dan gaji. Pendekatan mereka didasarkan pada kesadaran bahwa Allah hadir dalam segala aspek bisnis mereka. Hal ini menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Jadi sebenarnya, ketika ini melibatkan para karyawan dan kami, sebenarnya ada perjanjian kerja yang lebih dari sekadar tulisan di atas kertas, seperti yang saya alami sendiri dulu, Pak. Oleh karena itu, bagi karyawan non-Muslim, tidak masalah, yang penting adalah mencari kesepakatan yang setara. Jadi, ketika Anda bekerja dengan saya, itu sesuai dengan kesepakatan awal. Contohnya, dalam hal jam kerja, berapa lama jam

kerja dan berapa gaji yang akan diterima? Jika ada waktu tambahan yang diberikan, kita juga harus mempertimbangkan bagaimana kita akan mengapresiasi. Intinya, apa yang ingin saya sampaikan adalah kita tidak hanya membuat perjanjian kerja sebagai dokumen formal, tetapi kita juga menciptakan sebuah kesepakatan di dalamnya, bukan hanya berdasarkan kata-kata tertulis, tetapi juga dengan kesadaran bahwa Allah hadir di dalamnya.” (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Lain halnya dengan informan penelitian berikutnya, proses rekrutmen di usaha bisnis kuliner Eddy Pramono tidak terlalu formal, dan mereka lebih suka berbicara secara santai dengan calon karyawan. Mereka menekankan pentingnya suasana kekeluargaan dan konsep anggap rumah sendiri di lingkungan kerja mereka. Karyawan dianggap seperti keluarga, dan Eddy Pramono berusaha menciptakan lingkungan di mana setiap karyawan merasa dihargai dan dipercayai. Hal ini menurut penuturan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Untuk menjadi seorang karyawan di usaha saya ini, proses rekrutmen kami tidak terlalu formal. Kami lebih suka berbicara secara santai ketika seseorang masuk ke dalam usaha kami. Pertama-tama, saya akan bertanya kepada mereka, "Bagaimana perasaanmu tentang bekerja di sini?" Saya ingin tahu apakah mereka merasa cocok dengan lingkungan kerja kami. Ketika seseorang bekerja di sini, hal yang paling penting adalah disiplin, suasana kekeluargaan, dan konsep anggap rumah sendiri. Kami menganggap semua rekan kerja seperti keluarga. Misalnya, jika ingin makan tinggal ambil makanan, siapa pun bebas mengambilnya. Jika ada masalah lain, kami selalu mencoba untuk membantu tanpa menghakimi. Ketika ada kesalahan atau masalah, saya tidak pernah menegurnya di depan umum. Saya akan mencari waktu untuk berbicara dengan mereka secara pribadi, di tempat yang tenang dan tanpa dilihat oleh rekan kerja lainnya. Dengan cara ini, kami ingin memastikan bahwa setiap karyawan merasa dihargai dan tidak dipermalukan. Selama ini, saya selalu berusaha memberikan dukungan kepada rekan kerja kami, dan kami selalu terbuka untuk mendengarkan masukan mereka. Saya juga memiliki kamar di tempat kerja ini, jadi jika ada yang butuh bantuan atau ingin berbicara dengan saya, mereka dapat melakukannya dengan mudah.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, Agus Kristanto dan timnya memperlakukan karyawan sebagai rekanan dan teman dalam bekerja. Mereka mengutamakan sikap ramah dan tidak memberi perintah secara tegas, melainkan meminta tolong dengan sopan. Pendekatan ini menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan berkolaborasi di mana setiap karyawan merasa dihargai dan termotivasi. Hal ini terungkap sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Kami memperlakukan karyawan kami sebagai rekanan dan teman dalam bekerja, meskipun mereka adalah karyawan. Kami memiliki sikap yang ramah dan tidak hanya memberi perintah secara tegas. Misalnya, jika kami perlu sesuatu, kami akan meminta tolong dengan sopan. Kami juga menghormati waktu dan pekerjaan karyawan kami, jika ada yang sedang sibuk, kami akan menunggu hingga mereka selesai sebelum memberikan instruksi atau tugas lain. Pendekatan ini membantu menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan berkolaborasi di mana setiap orang merasa dihargai dan termotivasi.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, Trisna Sriwulaningsih mencatat bahwa karyawan adalah bagian penting dari tim mereka dan mendapatkan penghargaan atau insentif jika mencapai target penjualan. Mereka berusaha untuk memotivasi karyawan dengan cara memberikan penghargaan seperti bonus tambahan, perpanjangan cuti, atau liburan. Aspek penilaian kinerja penting dalam meningkatkan penjualan dan mereka menjaga hubungan yang positif dengan karyawan. Hal ini terungkap sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Pasti, karyawan merupakan bagian penting dari tim kita. Jadi, nanti ketika kita mengevaluasi kinerja, jika, misalnya, mereka mencapai target penjualan yang ditetapkan, mereka akan mendapatkan penghargaan atau insentif. Jadi, jika mereka bekerja dengan baik selama beberapa hari dan

kita melihat bahwa kinerjanya bagus, kita bisa memberikan penghargaan kepada mereka, seperti bonus tambahan atau insentif lainnya. Ini bisa menjadi semacam reward yang bisa memotivasi mereka untuk terus berprestasi. Aspek penilaian kinerja ini penting, terutama dalam meningkatkan penjualan kita. Kita perlu memastikan bahwa mereka menjual dengan hati-hati. Reward atau penghargaan bisa berbentuk nominal atau bentuk lain seperti perpanjangan cuti atau liburan. Jadi, kami berusaha memotivasi mereka baik secara finansial maupun dengan insentif-insentif lainnya agar mereka selalu bersemangat dan menjaga kinerja mereka.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, Yasmin Abdul Muis lebih memprioritaskan sikap dan kepribadian yang baik daripada kecerdasan saat mencari karyawan. Mereka menganggap karyawan sebagai bagian dari keluarga dan menggunakan pendekatan yang akrab dalam berhubungan dengan mereka. Hal ini terungkap sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Saat mencari karyawan, saya lebih memprioritaskan sikap dan kepribadian yang baik daripada kecerdasan. Karyawan yang memiliki sikap positif dan mudah beradaptasi seringkali lebih berharga bagi saya daripada yang sangat pintar. Saya selalu menganggap karyawan sebagai bagian dari keluarga, sehingga cara saya berhubungan dengan mereka adalah dengan pendekatan yang akrab.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Pengusaha Muslim bisnis kuliner lainnya, seperti Mega Rindawati mengatasi tingginya pergantian karyawan dengan memberikan layanan catering, asuransi BPJS Ketenagakerjaan, dan manfaat tambahan seperti minuman gratis. Mereka memiliki program liburan yang bertujuan memperkuat ikatan antara tim dan karyawan. Selain itu, mereka berusaha untuk transparan dalam hal ekspektasi gaji karyawan untuk menciptakan ekspektasi yang sejalan dan merasa dihargai. Hal ini disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Jadi, seperti yang saya sebutkan, ini sangat mungkin terjadi. Masalah keluar-masuk karyawan terkait dengan tingginya pergantian staf. Event-event yang kami adakan sering kali memiliki tingkat kehadiran yang tinggi karena wilayah kami terletak di sekitar daerah pertambangan. Orang-orang yang datang, termasuk lulusan dari berbagai sekolah seperti SMA, SMK, dan SMP, umumnya memiliki harapan untuk mendapatkan gaji setidaknya sebanding dengan Upah Minimum Regional (UMR). Namun, banyak UKM di wilayah kami yang pendapatan mereka masih di bawah rata-rata, sehingga sulit bagi kami untuk memberikan gaji setara UMR. Salah satu alasan mengapa pergantian karyawan begitu tinggi adalah karena sebagian besar dari mereka berada pada awal karier mereka dan memiliki ekspektasi gaji bulanan yang lebih tinggi. Untuk mengatasi hal ini, kami mencoba memberikan layanan catering kepada karyawan kami, sehingga mereka dapat merasa lebih puas. Saya juga berkomunikasi secara terbuka kepada karyawan yang baru mendaftar tentang apa yang dapat mereka harapkan dari kami, dan bahwa kami berusaha memberikan manfaat tambahan seperti asuransi BPJS Ketenagakerjaan. Terkait ekspektasi gaji karyawan, saya selalu berusaha untuk transparan. Ketika mereka bergabung, saya meminta mereka untuk menuliskan ekspektasi gaji mereka. Hal ini membantu saya untuk memahami harapan mereka, dan saya akan menjelaskan dengan jelas apa yang kami siapkan. Dengan begitu, kami dapat memiliki ekspektasi yang sejalan. Kami juga memiliki program Rihlah (liburan) yang diadakan sekali dalam enam bulan untuk memperkuat ikatan antara tim dan anggota karyawan kami yang bekerja di sini. Selain itu, kami memberikan manfaat berupa minuman gratis, karena kami ingin menjaga kesejahteraan karyawan kami dan memastikan mereka merasa dihargai. Meskipun tantangan tetap ada, kami berusaha untuk memberikan manfaat tambahan kepada karyawan kami yang bekerja.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya diuraikan paparan data tentang bagaimana pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner memastikan bahwa nilai-nilai Islam diaplikasikan dalam perlakuan terhadap karyawan. Nilai-nilai Islam, seperti kepatuhan pada peraturan dan pertanggungjawaban, dimasukkan ke dalam budaya bisnis mereka. Mereka mengajarkan disiplin dan kejujuran kepada karyawan sebagai bagian dari pendekatan manajemen mereka. Pengawasan dilakukan untuk memastikan bahwa pekerjaan dijalankan sesuai peraturan dan kesepakatan. Hal ini terungkap menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Jadi, nilai-nilai Islam dimasukkan ke dalamnya. Ketika kita melaksanakan tugas sebagai manajemen, kita melakukan pengawasan untuk memastikan bahwa pekerjaan dijalankan dengan benar, misalnya, apakah seseorang bekerja selama sepuluh jam atau delapan jam sesuai kesepakatan. Pengawasan ini penting, meskipun sebagai manusia kita memiliki keterbatasan. Namun, kita juga memasukkan nilai-nilai seperti kepatuhan pada peraturan dan pertanggungjawaban sebagai karyawan. Kami selalu mengajarkan disiplin dan jujur dalam bekerja sebagai bagian dari budaya bisnis kami.” (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Pengusaha Muslim bisnis kuliner lainnya menambahkan bahwa mereka menerapkan kebijakan jam istirahat yang adil dan proporsional untuk semua karyawan. Pembayaran gaji dilakukan dengan profesionalisme dan dinilai berdasarkan kinerja karyawan. Prinsip keadilan dan proporsionalitas menjadi pedoman dalam perlakuan terhadap karyawan. Hal ini sejalan dengan hasil penelusuran data menurut Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Dalam hal jam istirahat, kami menerapkan kebijakan yang adil dan proporsional bagi karyawan kami. Semua karyawan memiliki jam istirahat yang sama, dan tidak ada unsur pamer-pameran dalam hal ini. Yang penting bagi kami adalah bahwa jam istirahat itu pas dan sesuai dengan kebutuhan, dan kami percaya bahwa hal ini harus berlaku untuk semua karyawan. Ketika pembayaran gaji, kami berusaha untuk memperlakukan semua karyawan dengan adil. Namun, hal ini juga mencakup profesionalisme, kehadiran, dan kinerja karyawan. Kami mengevaluasi karyawan berdasarkan kinerja mereka, dan mereka yang rajin dan sering izin akan dinilai berdasarkan kinerja mereka.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Demikian pula pengusaha Muslim bisnis kuliner lainnya, nilai-nilai Islam seperti jam ibadah dan kejujuran ditekankan kepada karyawan. Mereka memberikan waktu istirahat untuk menjalankan ibadah dan mengutamakan kejujuran dalam aspek keuangan. Memberikan waktu istirahat siang dan mendorong karyawan untuk berkembang dan mengawasi bisnis sendiri di masa mendatang. Hal ini berdasarkan hasil penuturan informan penelitian oleh Agus

Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Kami memastikan bahwa nilai-nilai seperti jam ibadah dan kejujuran ditekankan kepada karyawan kami. Misalnya, jika ada jam ibadah, kami memberikan waktu istirahat kepada mereka untuk menjalankan ibadah tersebut. Kejujuran adalah prinsip yang kami tegakkan dari awal. Kami tidak mentoleransi perilaku yang tidak jujur, terutama terkait dengan uang atau aspek keuangan. Kami juga memberikan waktu istirahat siang selama satu setengah jam kepada karyawan kami untuk memberi mereka kesempatan untuk istirahat dan makan. Ini adalah bagian dari perhatian kami terhadap kesejahteraan karyawan. Selain itu, kami juga menekankan pada karyawan bahwa mereka dapat berkembang dan mempertahankan posisi yang sama di masa depan jika mereka dapat mengelola warung dengan baik. Kami mendorong mereka untuk memiliki harapan untuk berkembang dan mengawasi bisnis sendiri di masa mendatang.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Nilai-nilai seperti kejujuran, disiplin, tepat waktu, empati, dan kerja keras sangat penting dalam bisnis mereka. Mereka menekankan kejujuran sebagai nilai inti dan memberikan fleksibilitas untuk ibadah seperti salat. Menghormati perbedaan nilai-nilai agama dan memberikan waktu untuk pelaksanaan ibadah. Hal ini berdasarkan hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Banyak nilai yang sangat penting dalam bisnis kami, dan beberapa yang paling dominan termasuk kejujuran, disiplin, tepat waktu, empati, dan kerja keras. Kejujuran adalah nilai inti yang kami tekankan, kami ingin bahwa semua karyawan tetap jujur dalam semua aspek pekerjaan mereka. Tepat waktu dan disiplin juga sangat penting dalam bisnis kami, karena efisiensi dan kualitas layanan kami sangat bergantung pada ini. Kami juga menghargai nilai empati, yang membantu dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami. Selain itu, kami memahami bahwa karyawan kami memiliki perbedaan dalam nilai-nilai mereka, dan kami berusaha untuk menghormati perbedaan ini. Misalnya, ada karyawan yang memiliki nilai-nilai agama tertentu, seperti Islam, yang mengharuskan mereka melaksanakan waktu salat. Kami memberikan waktu dan fleksibilitas kepada mereka untuk menjalankan ibadah ini.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Berbeda halnya dengan pengusaha Muslim bisnis kuliner lainnya, mereka hanya menerima karyawan yang beragama Islam dan berjilbab di tempat kerja. Mematuhi aturan Islam, termasuk sholat dan berpuasa di tempat kerja, menjadi persyaratan wajib. Memastikan bahwa karyawan mengikuti aturan fisik dan spiritual dalam bisnis mereka. Hal ini disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage* dan Basyuni Anwar pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Di tempat saya, kami hanya menerima karyawan yang beragama Islam dan berjilbab. Untuk laki-laki Muslim di tempat kerja, minimalnya mereka harus mematuhi aturan-aturan yang ada. Namun, jika di luar tempat kerja mereka ingin memilih untuk tidak mematuhi aturan tersebut, itu adalah hak mereka. Namun, di tempat kerja, aturan ini harus diikuti. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan aturan tampilan fisik, tetapi juga dengan kebutuhan spiritual. Saya mengingat pengalaman saya dulu ketika kerja di bank BRI. Pernah ada masa sulit ketika tempat yang disediakan untuk salat tidak memadai, seperti di gudang. Namun, aturan ini tetap berlaku dan harus diikuti. Untuk itu saya memastikan karyawan saya harus sholat dan yang sedang berpuasa juga berpuasa.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

“Pengelolaan sumber daya manusia atau karyawan itu kebanyakan aku merekrut anak sani, anak dari lokal sani. Dalam pelaksanaan kerjanya, itu harus diberi pengertian terus, harus enggak bisa dilepaskan, harus diomongin, tuh. Harus banyak-banyak diberi tahu. Enggak bisa terus dilepaskan, harus dipandu terus, ya, cari yang itu.” (Wawancara, A.07/29/11/2023)

Paparan data selanjutnya tentang bagaimana pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner mengorganisir liburan bersama karyawan dan manfaatnya bagi hubungan antara pemilik usaha dan karyawan. Acara perusahaan seperti gathering atau liburan bersama karyawan diadakan satu kali dalam setahun atau sesekali sebulan. Tujuannya adalah untuk memahami apakah ada masalah dalam pengelolaan sumber daya manusia dan pengaturan liburan. Hal ini menurut

penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Ini membantu kami memahami apakah ada masalah dalam pengelolaan sumber daya manusia atau dalam pengaturan liburan dengan karyawan. Untuk kegiatan seperti gathering atau acara perusahaan, kami cenderung mengadakan satu kali dalam setahun atau sesekali sebulan.” (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Berbeda halnya dengan pengusaha Muslim yang satu ini, selama lima tahun terakhir, mereka secara rutin mengadakan acara bersama karyawan dan keluarga mereka. Ini adalah cara untuk memberikan apresiasi kepada karyawan atas kontribusi mereka. Mereka juga mengadakan makan bersama setiap Jumat pagi untuk memberikan fleksibilitas kepada karyawan dalam memilih tempatnya sendiri. Hal ini terungkap berdasarkan pengakuan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Selama lima tahun terakhir, kami selalu mengadakan acara bersama karyawan dan keluarga mereka. Hal ini kami lakukan setiap tahun, dan kami melihat ekspresi kebahagiaan pada wajah mereka. Meskipun ini mungkin bukan tentang uang, kami percaya bahwa hal seperti ini memiliki nilai penting bagi karyawan kami. Ini adalah cara kami untuk memberikan apresiasi kepada mereka atas kontribusi mereka. Setiap Jumat pagi, kami bersama-sama dengan karyawan pergi makan bersama ke rumah makan lain, kami memberikan fleksibilitas kepada karyawan untuk memilih tempatnya sendiri. Hal ini bertujuan untuk melihat seberapa baik pelayanan di rumah makan tersebut, jika dibandingkan dengan bisnis kuliner yang kami miliki.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Liburan bersama karyawan menjadi cara untuk memastikan karyawan merasa bahagia dan aman dalam pekerjaan mereka. Biasanya, mereka menyediakan waktu khusus bagi karyawan untuk berlibur sekurang-kurangnya satu kali dalam setahun. Ini juga mencakup momen-momen spontan seperti bermain futsal atau aktivitas lainnya untuk menjaga semangat positif. Hal ini terungkap berdasarkan

hasil penuturan informan penelitian oleh Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Liburan bersama karyawan adalah salah satu cara untuk memastikan bahwa karyawan merasa bahagia dan aman dalam pekerjaan mereka. Biasanya, kami menyediakan waktu khusus bagi karyawan untuk berlibur sekurang-kurangnya satu kali dalam setahun. Meskipun liburannya mungkin tidak terlalu jauh atau mewah, yang terpenting adalah kami dapat bersenang-senang bersama. Kami juga mengadakan momen-momen tertentu yang lebih spontan, seperti bermain futsal atau aktivitas lainnya pada hari Jumat, jika waktu memungkinkan. Namun, fasilitas untuk aspek spiritual, seperti pengajian, belum pernah kami adakan. Kami lebih fokus pada peningkatan kualitas karyawan dan penanganan kasus-kasus tertentu, seperti keluhan dari konsumen. Kami juga memiliki beberapa karyawan yang bukan beragama Islam, dan kami menghormati perbedaan agama tersebut. Fokus utama kami saat ini adalah melindungi hak-hak karyawan dan memastikan bahwa mereka merasa nyaman dan dihargai dalam pekerjaan mereka.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Ada pula pengusaha Muslim bisnis kuliner yang mengajukan usulan kepada karyawan mengenai tujuan dan waktu liburan yang mereka inginkan. Tidak ada aturan baku terkait waktu atau jadwal liburan, karena mereka memahami preferensi karyawan. Liburan bisa berupa acara khusus untuk karyawan atau family gathering di mana keluarga mereka juga dapat bergabung. Hal ini berdasarkan hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan dan Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Untuk liburan karyawan, kami biasanya mengajukan usulan kepada mereka mengenai tujuan liburan yang mereka inginkan atau waktu yang mereka miliki. Tidak ada aturan baku terkait waktu atau jadwal liburan, karena kami mencoba untuk memahami kebutuhan dan preferensi karyawan. Kami biasanya merencanakan liburan dengan memperhatikan desain bulanannya, sehingga karyawan memiliki cukup waktu untuk berlibur. Liburan tersebut bisa berupa acara khusus untuk karyawan atau bahkan acara family gathering di mana keluarga mereka juga dapat bergabung. Hal yang terpenting adalah ada waktu yang digunakan untuk bersantai dan berlibur, dan lokasi liburan dapat bervariasi, bisa di dekat

rumah atau destinasi yang lebih jauh, sesuai dengan preferensi masing-masing. Kalau soal liburan, tentu saja, itu juga mencerminkan brand kita. Ketika karyawan kita bepergian, mereka bisa membawa nama brand kita ke tempat-tempat yang mereka kunjungi, baik secara langsung maupun tidak langsung.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

“Kadang-kadang karyawan kami ajak liburan dengan waktu yang tentative dan tidak direncanakan. Dengan liburan itu mereka nampak senang.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Selanjutnya, berdasarkan pernyataan Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage* dan Basyuni Anwar pemilik rumah makan *tercermin* pernyataan sebagai berikut:

“Kami juga memiliki kebijakan untuk memungkinkan karyawan yang memiliki cuti bersama atau waktu liburan untuk membawa keluarganya. Rihlah (liburan) yang diadakan sekali dalam enam bulan untuk memperkuat ikatan antara tim dan anggota karyawan kami yang bekerja di sini. Jadi, misalnya, untuk yang setahun sekali, karyawan dapat membawa keluarganya untuk merayakan bersama. Hal ini membuat mereka senang dan merasa dihargai. Selain itu, kami juga memiliki acara buka puasa bersama setiap tahunnya. Ini adalah acara tahunan yang selalu dinantikan oleh karyawan kami. Saya kira ini adalah bentuk apresiasi kami terhadap mereka.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

“Kalau libur itu, ini, bulan dua kali anak-anak itu, mas, sebulan dua kali digilir begitu. Ya, tadi sebulan itu ada jadwalnya, tapi nanti kalau mama mereka izin, ada sakit, atau pas ada yang nggak masuk kerja, nanti saya sama istri turun gantikan. Kalau liburan bersama, kayak family gathering itu pernah kita lakukan setahun sekali atau dua kali. Karyawan senang sekali diajak jalan-jalan.” (Wawancara, A.07/29/11/2023)

3. Pengelolaan Keuangan

Berikut ini disajikan paparan data penelitian tentang pengelolaan keuangan yang baik dalam mendukung perkembangan bisnis. Dalam wawancara dengan pemilik bisnis kuliner, terungkap bahwa pengelolaan keuangan yang baik memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perkembangan bisnis mereka. Pemilik bisnis, seperti Ibu Dewi Yuliana dari *Lubna Cafe & Cake*, mengutamakan

transparansi dalam pengelolaan keuangan. Mereka menggunakan aplikasi modern yang memungkinkan akses data keuangan secara real-time. Hal ini membantu mereka untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pendapatan, pengeluaran, dan aset bisnis mereka. Hal ini menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Pengelolaan keuangan yang baik dapat mendukung perkembangan bisnis, sesuai dengan pandangan saya. Seperti yang saya sebutkan sebelumnya, transparansi adalah nilai penting dalam pengelolaan keuangan. Saat ini, kami telah mulai menggunakan berbagai aplikasi yang memungkinkan kita untuk memiliki akses ke data secara real-time. Misalnya, semua data pendapatan dan pengeluaran dapat dilihat setiap hari. Seorang kasir biasanya akan mengelola uang kas, dan nantinya akan digunakan oleh admin keuangan untuk keperluan lainnya. Selain itu, dengan adanya pengelolaan keuangan yang baik, memungkinkan kami untuk mengembangkan bisnis lebih lanjut. Ini juga membantu dalam pemantauan aset dan keuangan kami. Kami dapat melihat tabungan dan pos-pos keuangan lainnya dengan mudah, sehingga memungkinkan kami untuk membuat perencanaan yang lebih baik. Ini adalah cara kami belajar untuk mengelola keuangan secara efisien dan efektif setiap bulan. Saya juga ingin belajar lebih banyak tentang pengelolaan keuangan karena saya telah mempercayakannya kepada orang lain selama ini, dan ini adalah inti dari apa yang saya yakini.”. (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Beberapa pemilik bisnis, seperti Eddy Pramono dari Edy Blangkon, terlibat secara aktif dalam pengelolaan keuangan, meskipun mereka telah menyerahkan tugas ini kepada profesional. Mereka merasa bahwa pengelolaan keuangan adalah aspek penting dalam bisnis yang tidak boleh dianggap enteng. Keterlibatan mereka membantu memastikan bahwa segala hal berjalan dengan baik. Hal ini terungkap berdasarkan pengakuan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Masalah keuangan masih kami kelola secara pribadi. Istri saya bertugas sebagai bagian dari pengelolaan keuangan. Kami berbagi tugas dalam hal

ini, dan saya percaya pada prinsip jujur dalam mengatur keuangan. Sebagai seorang Muslim, saya tidak perlu ikut campur dalam pengelolaan keuangan. Istri saya memiliki latar belakang kuliah dalam jurusan perbankan, jadi saya percaya bahwa dia memiliki kemampuan untuk mengatur keuangan dengan baik. Namun, ketika saya melihat bahwa ada beberapa hal yang perlu diperbaiki dalam pengelolaan keuangan, seperti sesuatu yang tidak tercatat, saya merasa perlu untuk terlibat lebih aktif dalam pengelolaan keuangan. Saya merasa bahwa ini adalah area di mana saya dapat memberikan fokus pada pengembangan dan perbaikan, sementara istri saya dapat terus mengelola keuangan dengan baik seperti yang selama ini dilakukannya. Saya yakin bahwa dengan manajemen keuangan yang baik, bisnis saya akan terus berkembang, insya Allah. Meskipun saya telah menyerahkan manajemen keuangan kepada profesional, saya tetap terlibat dan tidak lepas begitu saja. Terkadang, saya harus memeriksa dan memastikan semuanya berjalan dengan baik. Jadi, intinya adalah bahwa keuangan bisnis tidak boleh dianggap enteng. Meskipun ada hal-hal sepele seperti belanja online atau pengeluaran rutin, semuanya harus dicatat dengan baik agar keuangan tetap terkontrol dan berjalan lancar.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Pengusaha Muslim bisnis kuliner, seperti Agus Kristanto dari Soto Kwali, menekankan pentingnya monitoring keuangan yang ketat. Mereka mencari solusi terbaik untuk mengatasi masalah yang mungkin muncul, seperti perbedaan antara jumlah yang diharapkan dengan jumlah yang sebenarnya. Ini mencerminkan komitmen mereka untuk menjaga kontrol keuangan yang baik. Hal ini terungkap berdasarkan hasil penuturan informan penelitian Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali dan Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Misalnya, ketika seorang kasir mengumpulkan uang dari penjualan kopi atau produk lainnya, monitoring keuangan sangat penting. Kemudian, pengelolaan keuangan tersebut akan dicek dengan pembukuan pada hari berikutnya. Terkait dengan kasus-kasus yang mungkin terjadi, kami mencoba mencari solusi yang terbaik. Misalnya, jika terdapat perbedaan antara jumlah yang diharapkan dengan jumlah yang sebenarnya, kami akan menindaklanjutinya dengan melakukan pembulatan. Ini adalah langkah-langkah yang kami ambil sebagai pemilik usaha agar kasus-kasus semacam ini dapat diatasi.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

“Kalau keuangan kita dalam kondisi baik, seperti yang disebutkan sebelumnya, maka biasanya kita bisa melihat perubahan yang positif dalam bisnis. Namun, hal ini tidak hanya berlaku untuk kita sebagai pemilik bisnis, tetapi juga untuk karyawan yang bekerja sama dengan kita. Budaya kerja yang didorong oleh keyakinan kita yang kuat dalam mendukung visi bisnis kita adalah faktor yang sangat penting.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, transparansi dan kejujuran dalam pengelolaan keuangan adalah prinsip utama. Mereka menjalankan pengelolaan keuangan dengan integritas dan keyakinan bahwa mereka mencari berkah dalam setiap tindakan kecil. Hal ini terungkap sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Jadi, dalam hal keuangan, sudah ada pemisahan yang jelas. Saat ini, saya yang mengurus semuanya sendiri, termasuk pengelolaannya dan pembukuan. Semuanya transparan dan saya selalu melakukannya dengan jujur. Kami mencari berkah dalam setiap kecilnya, dan Alhamdulillah, semuanya berjalan baik.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Beberapa pengusaha, seperti Mega Rindawati dari Gummy's Food & Beverage, menjelaskan pentingnya memiliki izin usaha yang sah dan menjalankan laporan keuangan yang rapi untuk mengurus pajak. Ini adalah langkah penting untuk menjaga kepatuhan hukum dan menjaga bisnis mereka tetap berjalan dengan baik. Hal ini disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Jadi, yang perlu kita pastikan adalah bahwa semua dokumen yang diperlukan telah tersedia. Ini termasuk laporan arus kas, laporan keuangan (jika ada kerugian pada bulan tersebut), laporan stok opname, dan laporan pajak. Kami sudah terdaftar sebagai usaha baru dan saat ini sedang menunggu sertifikatnya. Ini adalah langkah besar bagi kami, karena dengan sistem manajemen keuangan yang baik, kami akhirnya dapat mengurus pajak kami dan mendaftarkan usaha kami secara legal. Ketika ada petugas dari Dispenda (Dinas Pendapatan Daerah) atau pemda yang mengawasi bisnis daerah, kami dapat menunjukkan bahwa kami memiliki izin usaha yang sah. Ini sangat penting karena jika kami tidak memiliki izin atau laporan keuangan yang rapi, kami tidak akan tahu berapa jumlah pajak yang

harus kami bayarkan setiap bulan. Kami juga harus memastikan bahwa kami terdaftar sebagai wajib pajak.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya Basyuni Anwar pemilik pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Dalam mengelola keuangan bisnis kuliner. Kalau gampangnya, nah, pencatatannya. Sebaiknya, pencatatan harus terus terang. Kalau pencatatan secara manual, ditulis di buku. Lalu, dicatat ya, tapi kalau misalkan total apa total pembayarannya, tentu ini seperti apa. Kayak kartu ATM atau kartu kredit, enggak, kita enggak pakai itu. Aku tradisional tadi, apa ya, orang bayar ya dicatat di buku kasir.” (Wawancara, A.07/29/11/2023)

Selanjutnya paparan data tentang prinsip-prinsip islam dalam pengelolaan keuangan sebagaimana pernyataan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagai berikut:

“Ini juga mencerminkan prinsip-prinsip atau nilai-nilai Islam dalam pengelolaan keuangan, termasuk dalam aspek transparansi dan integritas. Kami memerlukan bukti pembelian agar tidak ada fitnah atau tuduhan negatif terhadap siapa pun. Ini adalah cara kami menjaga transparansi dan integritas dalam pengelolaan keuangan kami.” (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Selanjutnya, penuturan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Dalam pengelolaan keuangan, pentingnya transparansi harga dan ketepatan dalam bertransaksi sangat ditekankan. Sebagai contoh, dalam transaksi jual beli, harus ada kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli. Daftar harga yang tercantum dalam katalog atau daftar harga harus jelas dan sesuai dengan kenyataan. Tidak boleh ada unsur penipuan atau ketidaksesuaian antara harga yang tertera di katalog atau daftar harga dengan harga yang sebenarnya dibayar oleh pembeli. Selain itu, kami juga mengajarkan tentang beramal dan memberikan kepada yang membutuhkan. Meskipun jumlah yang diberikan mungkin terlihat kecil, namun jika dilakukan secara rutin dan konsisten, itu dapat menjadi amal yang besar di mata Allah. Sebagai contoh, jika total yang seharusnya dibayarkan oleh pembeli adalah Rp 71.000, maka mereka hanya perlu membayar Rp 70.000, sehingga Rp 1.000 yang tersisa tidak diambil dan tidak dicatat dalam pembukuan sebagai amal. Kalau karyawan tidak mengetahui, saya sangat menekankan pentingnya transparansi dalam manajemen keuangan. Apakah manajemen sudah memberitahukan kepada mereka tentang omzet yang

telah diperoleh? Ketika saya tidak ada di tempat dan tidak bisa melakukan pencatatan keuangan secara langsung, mereka harus tahu berapa omzet yang masuk, berapa pengeluaran yang dikeluarkan, berapa yang harus disisihkan untuk keperluan tertentu, dan berapa yang digunakan untuk keperluan lainnya. Transparansi ini penting, terutama bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang keuangan. Namun, ada beberapa orang yang mungkin tidak terlalu peduli dengan aspek keuangan yang terbuka ini, terutama jika mereka tidak terlibat langsung dalam manajemen keuangan. Namun, bagi saya, memiliki manajemen keuangan yang baik sangat penting.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Integritas dalam pembukuan keuangan juga ditekankan oleh pemilik bisnis, seperti Agus Kristanto dari Soto Kwali. Mereka menjaga ketepatan pembukuan dan mengambil semua yang diperlukan jika terdapat kesalahan atau masalah yang perlu diselesaikan. Hal ini berdasarkan hasil penuturan informan penelitian oleh Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Penting bagi kami untuk menjaga integritas dalam pembukuan keuangan. Kami percaya bahwa prinsip-prinsip ini harus dipegang teguh, dan itulah mengapa kami mengambil tindakan untuk memastikan ketepatannya. Terkadang, ada kesalahan atau masalah yang perlu diselesaikan, dan dalam hal ini, kami mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengurangnya. Semua ini adalah bagian dari upaya kami untuk menjalankan bisnis dengan penuh integritas dan kejujuran sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Para pengusaha Muslim bisnis kuliner, seperti Trisna Sriwulaningsih, mencerminkan prinsip-prinsip Islam dengan melakukan dokumentasi yang baik terkait transaksi, stok barang, penjualan, dan penghitungan barang. Hal ini membantu mereka memantau perkembangan bisnis dan semua laporan keuangan yang akurat. Hal ini berdasarkan, hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna

Sriwulaningsih pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Dalam hal penerapan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis, ada dokumentasi yang melampirkan transaksi-transaksi penjualan dan pembelian. Hal ini memiliki nilai-nilai tertentu dan tetap dijaga dengan baik. Kami juga melakukan pemantauan secara teratur terkait stok barang, penjualan per minggu, dan penghitungan barang-barang yang ada. Hal ini membantu kami untuk memantau perkembangan bisnis dan membuat laporan yang akurat.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Para pengusaha Muslim bisnis kuliner, termasuk Mega Rindawati dari Gummy’s Food & Beverage, menjalankan prinsip kepatuhan dalam pembayaran pajak. Mereka menganggap penting untuk melaporkan dengan benar dan membayar pajak sesuai dengan persentase yang ditetapkan. Hal ini disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik *Gummy’s Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Saat ini, kutai timur sedang disiplin dalam masalah pajak untuk semua UMKM. Semua mesin kasir mereka diperiksa dan diperbaharui. Saya rasa ini adil, karena efek dari event-event tertentu tidak selalu menguntungkan dunia usaha. Profit bisa naik dan turun, dan omzetnya tidak selalu stabil setiap bulan. Kadang-kadang ada masalah dengan pajak yang tidak bayar, tetapi sekarang mereka sudah disiplin. Ada laporan keuangan yang mencantumkan persentase tertentu yang harus dibayar sebagai pajak. Jika ada masalah dengan pajak, maka akan ada investigasi lebih lanjut. Dalam laporan keuangan kami, kami memasukkan biaya tetap dan biaya tidak tetap. Selain itu, ada juga perhitungan untuk berapa yang kami sumbangkan sebagai charity atau CSR (*Corporate Social Responsibility*). Kami juga memiliki jaringan transfer dana setiap hari untuk memastikan semua karyawan kami membayar dengan benar” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

E. Makna *Mujāhadah* Pengusaha Muslim Bisnis kuliner

Dalam rangka studi penelitian mendalam, peneliti berkesempatan untuk bertemu dan berdiskusi langsung dengan Dewi Yuliana, pemilik Lubna Cafe &

Cake yang menggambarkan pandangannya tentang *mujāhadah* sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

"Sejak SMA saya selalu memiliki pandangan yang sama tentang belajar dan hasil yang tinggi. Saya pernah mengalami kekecewaan ketika meskipun saya telah belajar dengan sangat keras harapan saya untuk menjadi juara satu tidak terwujud. Malah yang terjadi adalah saya hanya berhasil meraih peringkat tiga". (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Pentingnya usaha maksimal sesuai dengan harapan, sambil menerima bahwa hasil akhirnya tidak sepenuhnya dalam kendali kita. Ini mencerminkan pemahaman bahwa dalam bisnis kuliner, seperti dalam kehidupan, usaha keras dan dedikasi penting, namun akhirnya, keberhasilan dan kegagalan dapat ditentukan oleh faktor-faktor di luar kendali kita. Dewi Yuliana, melalui pengalamannya, menunjukkan bahwa *mujāhadah* dalam bisnis tidak hanya tentang mencapai tujuan finansial tetapi juga tentang bagaimana memaksimalkan upaya sambil memahami bahwa hasil akhir tergantung pada kehendak yang lebih tinggi. Dia menekankan bahwa penting untuk berusaha keras dan melakukan segala yang mungkin, tetapi pada akhirnya, manusia harus menyerahkan hasil kepada kehendak Allah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggali lebih dalam tentang konsep *mujāhadah* dalam bisnis kuliner, khususnya melalui perspektif Dewi Yuliana. Dari hasil wawancara, Ibu Dewi berbagi pemikirannya,

"Hal ini membuat saya menyadari bahwa usaha keras tidak selalu menghasilkan apa yang kita inginkan, karena hasil akhirnya tidak selalu berada dalam kendali manusia. Saya mulai memahami bahwa yang penting adalah bagaimana kita memaksimalkan upaya kita, atau dalam bahasa lain, ikhtiar. Memaksimalkan ikhtiar berarti melakukan segala yang kita bisa sesuai dengan harapan kita. Namun, kita harus ingat bahwa hasil akhirnya bukan sepenuhnya dalam kendali kita, melainkan dalam kendali Allah. Kita hanya bertanggung jawab atas upaya kita, bukan atas hasil akhirnya". (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Berdasarkan paparan data di atas dan untuk memperkuat analisis ini, observasi langsung dilakukan di restoran milik Ibu Dewi. Observasi ini menunjukkan bagaimana konsep *mujāhadah* diterapkan tidak hanya dalam filosofi bisnis tetapi juga dalam operasional sehari-hari. Selama observasi, terlihat jelas bagaimana Ibu Dewi dan timnya menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku dan permintaan pasar yang tidak menentu, dengan ketenangan dan upaya yang gigih. Meskipun menghadapi kendala, mereka berusaha untuk mempertahankan kualitas layanan dan produk, yang mencerminkan penerapan *mujāhadah* dalam praktik bisnis.

Peneliti juga berkesempatan berdiskusi dengan informan penelitian berikutnya, Eddy Pramono, pemilik Rumah Makan Edy Blangkon berusia 43 tahun dan memiliki total 40 karyawan, yang tercermin dalam pernyataan berikut:

“Kalau saya sih selalu yakin, asal kita kerja keras dengan niat yang baik, dan kita selalu bersama-sama sambil berdoa, semua akan baik-baik saja. Yang terpenting adalah usaha keras setiap hari, itu yang saya tekankan... Saya sama sekali tidak pernah berpikir sejauh ini, yang terpenting adalah bekerja keras setiap hari. Dengan kerja keras dan doa, segala sesuatu bisa terjadi... Pernah ada saat-saat sulit dalam perjalanan bisnis ini, seperti saat saya masih menjual dari rombongan... Saat itu, ibu saya yang terlilit hutang dan harus menjalani perawatan medis yang mahal. Saya berusaha keras untuk membantu mengatasi masalah tersebut, mencari solusi, dan pada akhirnya, semua kesulitan itu dapat diatasi... Saya berjuang untuk memastikan bahwa mereka mendapatkan bantuan yang mereka butuhkan, dan Alhamdulillah, semuanya berakhir dengan baik.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Observasi langsung di rumah makan Edy Blangkon menambahkan lapisan pemahaman tentang implementasi *mujāhadah* dalam praktik sehari-hari. Melihat langsung bagaimana Eddy dan timnya bekerja, menangani pelanggan, dan mengatasi tantangan operasional sehari-hari memberikan wawasan konkret tentang

apa artinya kerja keras dan doa dalam konteks bisnis. Suasana di rumah makan, yang dipenuhi dengan keramahan dan kehangatan, serta kebersamaan tim yang kuat, mencerminkan nilai-nilai yang diungkapkan Eddy dalam wawancaranya. Pengalaman Eddy berbagi tentang masa-masa sulit, terutama saat harus mengganti model bisnis dari berjualan di rombongan menjadi membuka rumah makan fisik, menunjukkan keteguhan dan keberanian dalam menghadapi risiko. Pengalaman membantu keluarganya, terutama ibunya yang mengalami kesulitan ekonomi dan kesehatan, mengilustrasikan bagaimana konsep *mujāhadah* tidak hanya terbatas pada upaya mencapai sukses bisnis tetapi juga dalam menanggung beban dan mencari solusi bagi keluarga.

Peneliti juga berkesempatan untuk berdiskusi dengan informan penelitian berikutnya Agus Kristanto, seorang pria berusia 46 tahun asal Klaten, Jawa Tengah yang tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Makna *mujāhadah* dalam bisnis kuliner bagi saya adalah kombinasi dari tanggung jawab terhadap kelangsungan masa depan anak-anak saya dan tekad untuk selalu berusaha agar bisnis ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi orang lain. Saya selalu menekankan pentingnya memastikan bahwa apa yang kita lakukan sekarang akan membawa manfaat positif di masa depan, baik untuk keluarga kami maupun untuk masyarakat luas. Saya percaya bahwa dengan semangat dan kerja keras, kita dapat mencapai tujuan kita, bahkan jika itu berarti harus bekerja keras dan berjam-jam”. (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Observasi pada Resto Soto Kwali yang dikelola oleh Agus Kristanto mengungkap bagaimana *mujāhadah* tercermin dalam komitmen terhadap kualitas dan tanggung jawab sosial. Kristanto secara pribadi terlibat dalam memastikan kualitas bahan dan proses memasak, yang menunjukkan tanggung jawab terhadap pelanggan. Kegiatan sosial yang ia lakukan, seperti menyediakan pelatihan

memasak gratis, mencerminkan tekadnya untuk memberikan manfaat kepada masyarakat. Observasi ini menambahkan konteks pada pernyataan wawancaranya tentang pentingnya berusaha memberikan yang terbaik bagi orang lain dan bagaimana usahanya tersebut merupakan refleksi dari *mujāhadah* dalam bisnis kuliner.

Peneliti juga berkesempatan untuk berdiskusi dengan informan penelitian berikutnya seorang perempuan pemberani bernama Trisna Sriwulaningsih. Di usianya yang ke-47, Trisna, asal Nganjuk, Jawa Timur, telah menempuh perjalanan panjang dan penuh tantangan. Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan dan 7 cabang *franchise* Tahu Gila memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Saya memahami *mujāhadah* dalam konteks bisnis ini, di mana bekerja keras menjadi faktor yang sangat penting. Ini berarti bahwa tingkat kerja keras yang tinggi menjadi faktor kunci dalam menjalankan bisnis ini. Dalam bisnis ini saya harus terlibat dengan sungguh-sungguh, seperti halnya mereka yang bekerja keras setiap hari. Saya bekerja keras dengan semangat, tanpa kenal pantang mundur, dan seakan hidup selamanya. Namun, saya juga selalu menekankan pentingnya tawakal kepada Allah dan pasrah dengan kehendak-Nya. Meskipun kita berusaha dengan keras, kita tidak boleh melupakan tawakal kepada Allah dan pasrah terhadap keputusan-Nya. Jadi, jika kita berdoa dan berusaha sebaik mungkin, tetapi rezeki kita tidak sesuai dengan harapan, kita harus tetap berusaha dengan tekun. Kadang-kadang, produk yang kita jual mungkin tidak sesuai harapan, tetapi yang terpenting adalah jika barang tersebut laku dan menghasilkan keuntungan, maka itu sudah bagus, dan kita harus bersyukur atas itu. (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Peneliti juga berkesempatan untuk berdiskusi dengan informan penelitian berikutnya Yasmin Abdul Muis, seorang wanita yang berani mengubah nasibnya dengan tangan sendiri sebagaimana tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Kerja keras adalah kunci dalam membangun bisnis, terutama dalam bisnis kue rumahan saya. Saat orang lain berlibur di hari libur, kami justru sibuk bekerja, bahkan sampai harus bekerja selama dua puluh empat jam tanpa tidur. Semangat dan kerja keras menjadi filosofi yang kami anut. Selain itu,

tawakal pada Allah sangat penting dalam bisnis. Kami yakin bahwa rezeki sudah ditentukan oleh-Nya dan tidak akan berubah. Kami berusaha keras, tetapi hasilnya tidak selalu sesuai harapan. Namun, kami selalu pasrah dan percaya bahwa Allah akan memberikan rezeki sesuai dengan kehendak-Nya, dan kami menerima dengan ikhlas.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)
 Peneliti juga berkesempatan untuk berdiskusi dengan informan penelitian

berikutnya Mega Rindawati, seorang wanita berusia 35 tahun dengan semangat yang tak terpadamkan. Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, memberikan pernyataan sebagai berikut:

“*Mujāhadah* itu sungguh-sungguh, kerja tekun, melakukan inovasi produk agar tidak tertinggal dalam pasar, ikhtiar yang sungguh dan disertai dengan doa kepada Allah SWT. Akhirnya, saya ingin menyatakan bahwa bisnis ini bukan hanya tentang mencari uang. Yang terpenting adalah bagaimana bisnis ini dapat membuat kita berkembang dan memberikan manfaat bagi orang lain. Kami selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dan tetap rendah hati dalam perjalanan bisnis kami. Kami berharap dapat terus menghadapi tantangan dan mengembangkan bisnis ini untuk masa depan yang lebih baik.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Data penelitian selanjutnya adalah keterkaitan antara *mujāhadah* dengan nilai-nilai lain dalam Islam. Ibu Dewi Yuliana, pemilik Lubna Cafe & Cake, menekankan pentingnya nilai kesabaran sebagaimana tercermin dalam pernyataannya berikut:

“Kemudian, jika kita mengaitkan *mujāhadah* dengan nilai-nilai Islam yang lain, saya rasa itu adalah hal yang baik... Terima kasih atas kesabaran dan ketekunan. Ya, seperti halnya mengetik, saya selalu mengatakan bahwa kesabaran sangat penting... Ketika kita bekerja sebagai satu tim, kita mungkin memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda, tetapi kita harus bisa bekerja bersama dengan baik... Dalam situasi seperti itu, kesabaran sangat diperlukan. Saya selalu mengatakan bahwa kita harus sabar, seperti ketika kita memegang piring; jika piring tersebut ada bunyinya, apalagi kita sebagai manusia yang memiliki perasaan yang tidak selalu dapat kita kendalikan... Risiko dalam bisnis ini mungkin tidak terlalu besar, tetapi kadang-kadang kita menghadapinya... Misalnya, dalam hal kontrol kualitas, jika ada komplain dari pelanggan, kita harus menginvestigasinya dan mencari tahu apa yang salah... Ini adalah tanggung jawab kita untuk memastikan bahwa pelanggan puas, dan jika ada kesalahan dari pihak kita, kita harus siap untuk mengganggunya.” (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Penelitian ini juga menggali pandangan Eddy Pramono, pemilik rumah makan Edy Blangkon, dan Yasmin Abdul Muis, pemilik Jasmine Cake, mengenai pentingnya nilai-nilai Islam dalam bisnis. Eddy Pramono, sebagaimana hasil observasi, menekankan pentingnya tawakal pada Allah dalam menjalankan bisnis. Dia meyakini bahwa hasil akhir terletak di tangan Allah, dan tawakal merupakan nilai fundamental dalam Islam. Yasmin Abdul Muis, seperti yang diamati, menyoroti semangat, kerja keras, dan dedikasi sebagai unsur kunci dalam membangun bisnis. Nilai-nilai ini mencerminkan komitmen yang tinggi dalam mencapai tujuan bisnisnya. Hal tersebut sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Meskipun banyak yang mungkin berpikir bahwa warung saya sama seperti yang lain, saya selalu berusaha agar tetap spesial. Yang paling penting adalah agar pelanggan merasa nyaman dan senang datang ke warung saya. Saya yakin bahwa kesabaran dan ketulusan adalah kunci, dan saya selalu berusaha untuk menjaga sikap sabar dan nilai-nilai Islam dalam bisnis saya. Kesabaran adalah kunci untuk mencapai tujuan, dan saya yakin bahwa dengan tetap bersabar, saya akan mencapai apa yang saya inginkan”. (Wawancara, A.02/12/12/2023)

“Kerja keras dalam membangun bisnis sangat penting. Terkadang, banyak orang mengadakan kegiatan di hari libur, tetapi bagi bisnis kue rumahan saya, justru hari libur adalah saat-saat yang paling sibuk. Terkadang, kami harus bekerja selama dua puluh empat jam tanpa tidur. Ini adalah bentuk semangat dan kerja keras yang kami terapkan. Yang terakhir, tawakal adalah kuncinya, yaitu tawakal pada Allah. Jika berbicara tentang bisnis, sekali lagi, saya yakin bahwa rezeki kita sudah ditentukan oleh Allah dan tidak akan berubah. Seperti pepatah yang mengatakan bahwa tidak ada daun pun yang jatuh tanpa kehendak Allah. Saya percaya bahwa rezeki itu sudah ditentukan, saya berusaha, tapi hasilnya tidak selalu sesuai dengan yang saya harapkan. Namun, saya selalu pasrah dan yakin bahwa Allah akan memberikan rezeki yang sesuai dengan kehendak-Nya, dan saya menerima dengan ikhlas.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Selain itu, dalam observasi lapangan, terlihat jelas bahwa para pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner perlu menekankan pentingnya melayani pelanggan

dengan baik dan memberikan pelayanan prima. Nilai-nilai seperti ramah, sabar, dan menghindari kesalahan dalam pelayanan juga terlihat menjadi bagian penting dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Agus Kristanto, pemilik rumah makan Soto Kwali, menegaskan pentingnya aspek pelayanan kepada pelanggan dalam bisnisnya. Dia menyatakan,

“Kita selalu menekankan kepada tim kita bahwa pelanggan itu adalah yang paling utama, dan pelayanan harus selalu prima. Meskipun mungkin ada kesalahan dari pelanggan, kita tidak boleh menyalahkan mereka. Kadang-kadang kesalahpahaman bisa terjadi, dan kita harus tetap ramah dan menerima permintaan maaf jika perlu”. (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Dari hasil observasi lapangan, terlihat jelas bahwa Trisna Sriwulaningsih sangat menekankan pentingnya kontrol kualitas dalam menjaga kepuasan pelanggan. Dia memahami bahwa ketika ada komplain dari pelanggan, nilai-nilai seperti tanggung jawab dan kesabaran membantu dalam menyelesaikan masalah dengan baik. Trisna menyatakan,

“Nilai kerja keras kami bisa diilustrasikan dengan contoh konkret seperti bagaimana hasil dari usaha seseorang lebih banyak dipengaruhi oleh proses yang mereka lakukan daripada usaha keras yang mereka keluarkan. Dalam hal ini, penting untuk fokus pada bagaimana proses-proses tertentu dapat meningkatkan efisiensi dan hasil akhir. Contoh lain dari kerja keras adalah ketika kita tetap berkomitmen untuk mencapai target kita, meskipun ada banyak gangguan atau kendala yang muncul. Misalnya, meskipun ada keterlambatan dalam pembayaran dari beberapa pihak, kita tetap berusaha untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa kerja keras kita tidak tergantung pada kondisi atau situasi eksternal, tetapi tetap berpegang pada komitmen kita terhadap hasil yang diinginkan. (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Sementara itu, dari observasi langsung terhadap Mega Rindawati, pemilik Gummy’s Food & Beverage, terlihat bahwa dia sangat peduli dengan keberlangsungan bisnisnya. Mega mengungkapkan kekhawatirannya tentang tren bisnis yang sedang populer saat ini, namun menekankan bahwa yang lebih penting

adalah tekad dan dedikasi dalam membangun bisnis. Dia juga menyoroti pentingnya pemahaman mendalam tentang bisnis yang digelutinya, termasuk memahami kebutuhan pasar, preferensi pelanggan, dan bagaimana memberikan nilai tambah kepada mereka. Mega menegaskan,

“Saya ingin mengungkapkan kekhawatiran saya karena, pada saat ini, yang saya lihat adalah fenomena di mana bisnis menjadi semacam tren atau 'fomo' bagi banyak orang... Yang sebenarnya penting dalam bisnis adalah tekad dan dedikasi kita... Apakah kita ingin mengelola bisnis yang sudah memiliki sistem yang mapan atau memulai dari awal, semuanya bergantung pada komitmen kita... penting untuk memiliki semangat dan komitmen yang tinggi dalam perjalanan ini... Kita perlu memahami apa yang pasar butuhkan, apa preferensi pelanggan, dan apa harga yang mereka anggap sesuai... Kita perlu beradaptasi dengan tren pasar dan selalu berusaha memberikan nilai tambah kepada pelanggan.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Data selanjutnya berkaitan dengan tantangan atau kesulitan bisnis yang dihadapi oleh para pengusaha bisnis kuliner. Dalam observasi lapangan, terlihat bahwa pemilik rumah makan seringkali memiliki semangat kerja yang tinggi dan keinginan yang kuat untuk meraih kesuksesan, terutama mereka yang berasal dari luar kota atau perantau. Mereka memiliki semangat yang berlipat-lipat dibandingkan dengan orang pribumi, karena adanya keinginan untuk merubah nasib. Ibu Dewi Yuliana, pemilik Lubna Cafe & Cake, menekankan pentingnya proses seleksi karyawan yang ketat dan menuntut dalam bisnis kuliner sebagaimana tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Awal ketika mereka masih menjadi karyawan. Ada sejumlah tahapan seleksi yang harus dilewati, meskipun ada yang lebih longgar, tetapi ada tahapan seleksi yang cukup ketat seperti saringan ludah dan tes saringan pasir. Ini sering kali tidak mudah dan cukup menantang... Namun, saya berpikir bahwa jika seseorang dekat dengan penciptanya dan menjalankan salat lima waktu, maka itu akan mempermudah dalam menghadapi tantangan... jika masalahnya adalah perilaku dan karakter, dibutuhkan waktu bertahun-tahun untuk berubah... Untuk mengatasi hal ini, kita bisa

memperketat saringan awalnya, seperti yang telah Anda lakukan... Seringkali, masalah tersebut dapat diatasi melalui komunikasi, terutama jika seseorang tidak menyukai atasan mereka... pembiasaan adalah hal yang penting, dan jika mereka belum terbentuk dalam satu bulan mereka mungkin memerlukan waktu lebih lama untuk terbentuk.” (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Dalam mengamati sejumlah rumah makan di lingkungan sekitar, terlihat bahwa pengusaha Muslim bisnis kuliner seringkali mengalami tantangan dalam manajemen sumber daya manusia (SDM), terutama dalam mencari dan mempertahankan karyawan yang berkualitas. Observasi lapangan menunjukkan bahwa seringkali terjadi perputaran karyawan yang cepat, yang dapat menjadi hambatan dalam menjalankan bisnis. Salah satu pemilik rumah makan yang diamati, Eddy Pramono dari Edy Blangkon memberikan pernyataan berikut:

“Kesulitan terbesar dalam bisnis kami adalah masalah SDM yang keluar masuk... Mencari dan mempertahankan SDM yang berkualitas adalah tantangan terbesar... Terkadang, orang masuk dan keluar dengan cepat, dan ini bisa menjadi kendala dalam menjalankan bisnis... Namun, kami berusaha untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan keluarga... Dalam hal strategi bisnis, kami melihat perubahan sebagai hal yang biasa. Kami berusaha untuk tetap fleksibel dan siap beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis... menjaga SDM yang loyal dan berkomitmen adalah kunci kesuksesan dalam bisnis kami... Kami berusaha untuk memperlakukan semua karyawan dengan hormat dan memberikan penghargaan yang pantas bagi mereka yang berkinerja baik.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Dalam penelitian lapangan yang dilakukan, terlihat bahwa pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner menghadapi tantangan yang beragam, termasuk kesulitan dalam merekrut karyawan yang cocok dan dampak pandemi COVID-19 terhadap bisnis mereka. Observasi langsung menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha kuliner berupaya untuk mengatasi tantangan tersebut dengan beradaptasi dengan tren pasar dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Mega Rindawati dari Gummy's Food & Beverage, menekankan pentingnya beradaptasi dengan perubahan dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan sebagaimana tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Seiring berjalannya waktu, bisnis ini berkembang lebih dari sekadar menjual pizza. Kami mulai menambahkan berbagai makanan lain ke dalam menu kami karena kami berusaha untuk selalu memenuhi kebutuhan pelanggan. Kami memahami pentingnya beradaptasi dengan tren dan selalu berusaha untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan kami. Tentu saja, dalam perjalanan ini, kami menghadapi banyak tantangan. Salah satunya adalah kesulitan dalam merekrut karyawan yang cocok. Namun, kami tidak pernah menyerah. Kami tetap konsisten dengan prinsip-prinsip bisnis kami dan tetap berpegang pada nilai-nilai kami. Saat pandemi datang, banyak bisnis mengalami kesulitan, dan kami juga tidak terkecuali. Namun, kami tetap konsisten dan berusaha untuk mengatasi segala rintangan yang datang. Kami juga selalu memprioritaskan kesejahteraan karyawan kami, dan kami percaya bahwa bisnis yang baik adalah yang peduli terhadap karyawan dan pelanggan.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Dalam penelitian lapangan, terlihat bahwa sebagian pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner menghadapi tantangan utama terkait dengan masalah sewa atau kontrak toko yang tidak diperpanjang. Observasi langsung menunjukkan bahwa masalah ini dapat menjadi hambatan yang signifikan dalam menjalankan bisnis. Agus Kristanto dari Soto Kwali memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Dalam bisnis kuliner, seperti bisnis lainnya, selalu ada tantangan dan kesulitan, baik itu yang kecil maupun yang besar. Yang penting adalah bagaimana kita mengatasinya. Ketika ada masalah, kita harus mencari cara untuk mengatasinya dan tetap berpikir positif. Kesulitan terbesar saya dalam bisnis kuliner, ketika sewa atau kontrak toko tidak boleh diperpanjang lagi, awalnya kita merasa berat dan sepi. Namun, kita bersama-sama mencari solusi dan akhirnya menemukan tempat yang baru”. (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Dalam penelitian lapangan, terlihat bahwa sebagian pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner menghadapi tantangan utama terkait dengan pasokan bahan baku yang sulit didapatkan dengan kualitas konsisten, serta fluktuasi karyawan.

Observasi langsung menunjukkan bahwa masalah ini dapat menjadi hambatan serius dalam menjalankan bisnis. Trisna Sriwulaningsih dari rumah makan berbagi pengalamannya sebagaimana tercermin pernyataan berikut:

“Iya, tentu saja, dalam perjalanan bisnis kuliner kami, kami menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan yang beragam. Salah satu tantangan utama yang pernah kami hadapi adalah masalah pasokan bahan baku. Terkadang, bahan-bahan tertentu sulit didapatkan dengan kualitas yang konsisten, terutama saat ada lonjakan permintaan. Untuk mengatasi masalah ini, kami telah menjalin hubungan yang kuat dengan pemasok bahan baku yang dapat dipercaya. Kami juga melakukan perencanaan persediaan yang cermat dan berusaha untuk memiliki cadangan bahan baku yang memadai. Tantangan lain yang kami hadapi adalah dalam manajemen karyawan. Dalam bisnis kuliner, fluktuasi karyawan bisa menjadi masalah yang serius. Untuk mengatasi ini, kami berusaha mempertahankan karyawan dengan memberikan insentif yang adil dan peluang pengembangan karir. Kami juga melakukan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan kami.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Berdasarkan temuan penelitian, terungkap bahwa makna *mujāhadah* mencakup niat, ikhtiar, kerja keras, manfaat, doa, dan yakin. Temuan ini menggambarkan bahwa *mujāhadah* tidak hanya menjadi pedoman dalam upaya mencapai kesuksesan bisnis, tetapi juga menjadi bagian integral dari identitas dan praktik bisnis pengusaha Muslim dalam industri kuliner. Selanjutnya, temuan ini akan diuraikan lebih lanjut dalam deskripsi struktural untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang setiap aspek *mujāhadah* dalam konteks bisnis kuliner. Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Sejak SMA saya selalu memiliki pandangan yang sama tentang belajar dan hasil yang tinggi. Saya pernah mengalami kekecewaan ketika meskipun saya telah belajar dengan sangat keras, harapan saya untuk menjadi juara satu tidak terwujud... Saya mulai memahami bahwa yang penting adalah bagaimana kita memaksimalkan upaya kita, atau dalam bahasa lain, ikhtiar. Memaksimalkan ikhtiar berarti melakukan segala yang kita bisa sesuai dengan harapan kita. Misalnya, jika kita menginginkan omzet yang tinggi

dalam bisnis kuliner, kita harus melakukan semua yang diperlukan untuk mencapainya. Namun, kita harus ingat bahwa hasil akhirnya bukan sepenuhnya dalam kendali kita, melainkan dalam kendali Allah. Kita hanya bertanggung jawab atas upaya kita, bukan atas hasil akhirnya". (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Saat mengunjungi rumah makan Edy Blangkon, peneliti melihat langsung bagaimana Eddy Pramono, pemilik bisnis, berinteraksi dengan karyawan dan pelanggan. Dia terlihat sangat yakin dan optimis dalam menjalankan bisnisnya, selalu menekankan pentingnya niat yang baik sebagai fondasi dari setiap tindakan yang dilakukan. Ketika berkomunikasi dengan stafnya, Eddy Pramono selalu menyampaikan pesan-pesan yang memotivasi dan membangun semangat, menekankan bahwa dengan niat yang baik, kerja keras, dan doa yang tulus, segala sesuatu akan baik-baik saja. Suasana di rumah makan terasa hangat dan ramah, menciptakan lingkungan yang nyaman bagi para pelanggan. Semua ini mencerminkan *mujāhadah* yang ditekankan oleh Eddy Pramono, di mana niat baik menjadi landasan utama dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Eddy Pramono sebagai berikut:

"Kalau saya sih selalu yakin, asal kita kerja keras dengan niat yang baik, dan kita selalu bersama-sama sambil berdoa, semua akan baik-baik saja." (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Saat mengunjungi *Gummy's Food & Beverage*, peneliti melihat bagaimana Mega Rindawati, pemilik bisnis, dengan antusias menyambut pelanggan dan berinteraksi dengan stafnya. Suasana di restoran terasa hangat dan ramah, menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan. Mega terlihat sangat fokus pada kualitas produk dan kepuasan pelanggan, dan dia sering memberikan arahan kepada stafnya untuk memberikan pelayanan terbaik. Berikut adalah

kutipan langsung dari Mega Rindawati yang mencerminkan pentingnya niat dalam konteks *mujāhadah* dalam bisnis kuliner:

"Niat dalam bisnis Gummys Food and Bakery ini sangat penting. Awalnya, saya hanya suka membuat pizza sebagai hobi saat akhir pekan. Kemudian, suami saya memberi ide untuk menjualnya di kantor pada hari Senin. Awalnya, saya hanya membuat tiga loyang pizza untuk dibawa ke kantor, tetapi ternyata mendapat respon positif dari teman-teman kerja. Berita ini menyebar seperti api, dan akhirnya saya mendapat julukan 'Mas Gumi' di kantor." (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Ketika mengunjungi Soto Kwali, peneliti melihat bagaimana Agus Kristanto, pemilik restoran, secara aktif terlibat dalam berbagai aspek bisnisnya. Dia terlihat memberikan arahan kepada stafnya, memastikan bahwa standar pelayanan dan kualitas makanan terjaga dengan baik. Suasana di restoran terasa hangat dan ramah, menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan. Agus terlihat berbicara dengan pelanggan dengan antusias, mendengarkan dengan penuh perhatian, dan merespons dengan cepat terhadap masukan atau keluhan yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Agus Kristanto sebagaimana tercermin dalam pernyataan berikut:

"Kami berharap bahwa bisnis ini akan terus berkembang sehingga dapat melibatkan lebih banyak orang lain di masa depan. Khususnya, kami berharap untuk menambah karyawan-karyawan baru, insyaallah. Tentunya, hal ini tergantung pada keadaan di masa depan, seperti apakah ada tambahan pendapatan atau rencana untuk membuka cabang lain. Semuanya membutuhkan perencanaan yang matang terkait dengan bisnis yang kami jalani saat ini." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Saat mengunjungi rumah makan yang dimiliki oleh Trisna Sriwulaningsih, peneliti melihat betapa bersemangatnya dia dalam mengelola bisnisnya. Meskipun restoran tampak sibuk, Trisna tetap terlihat tenang dan berfokus dalam mengkoordinasikan stafnya. Dia terlibat langsung dalam mengawasi proses masak

dan menyajikan makanan kepada pelanggan. Peneliti juga melihat bagaimana Trisna berinteraksi dengan pelanggan, memberikan layanan yang ramah dan bersahabat. Atmosfir di restoran terasa hangat dan menyenangkan, menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan bagi para pelanggan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Trisna Sriwulaningsih yang menekankan pentingnya niat yang kuat dalam menjalankan bisnis kuliner sebagai berikut:

"Saat ini, anak-anak juga mendapatkan bantuan karena kita memiliki usaha sendiri, bukan sebagai karyawan. Itu berarti usaha ini sangat penting bagi kami dari segi finansial karena menjadi penopang utama." "Niat kita sebagai pengusaha tetap ada, dan ini sama seperti mesin yang terus kita atur." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Ketika mengunjungi tempat usaha milik Yasmin Abdul Muis, peneliti melihat bagaimana dia secara langsung terlibat dalam mengelola bisnisnya. Yasmin terlihat memberikan instruksi kepada karyawan tentang bagaimana memberikan pelayanan yang ramah dan berkualitas kepada pelanggan. Selain itu, dia juga terlihat berinteraksi dengan para pelanggan dengan senyum dan sikap ramah. Peneliti mencatat bahwa atmosfir di rumah makan terasa hangat dan menyenangkan, menciptakan lingkungan yang ramah bagi para pelanggan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Yasmin Abdul Muis sebagai berikut:

"Saya sangat peduli dengan aspek makanan dan ingin memberikan yang terbaik untuk anak-anak saya. Ini bukanlah untuk meremehkan ibu-ibu yang bekerja di luar rumah, tetapi lebih sebagai motivasi bagi saya untuk tetap aktif dalam usaha ini tanpa meninggalkan tanggung jawab sebagai ibu." (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Yasmin juga menegaskan pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Dia menyatakan,

"Kami harus ramah pada konsumen, jujur, dan memberikan pelayanan yang terbaik." (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Prinsip niat baik ini mencerminkan dedikasinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan pengalaman yang positif. Yasmin Abdul Muis juga menjelaskan bagaimana dia memperlakukan karyawan-karyawan dalam bisnisnya. Dia menganggap karyawan sebagai bagian dari keluarga dan merasa bertanggung jawab terhadap kesejahteraan mereka. Yasmin mengungkapkan, "Saya selalu mengambil pendekatan yang lebih manusiawi daripada profesional." (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Selanjutnya, keseriusan Dewi dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya juga terlihat dalam interaksi sehari-hari dengan karyawan dan pelanggan. Observasi menunjukkan bahwa Dewi selalu memberikan dorongan dan motivasi kepada karyawan untuk bekerja keras dan berdedikasi. Dia juga terlihat melayani pelanggan dengan ramah dan sabar, menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan ramah bagi para pelanggan Lubna Cafe & Cake. Dalam wawancara selanjutnya, Dewi Yuliana mengungkapkan,

"Sejak SMA, saya selalu memiliki pandangan yang sama tentang belajar dan hasil yang tinggi... Saya mulai memahami bahwa yang penting adalah bagaimana kita memaksimalkan upaya kita, atau dalam bahasa lain, ikhtiar... Misalnya, jika kita menginginkan omzet yang tinggi dalam bisnis kuliner, kita harus melakukan semua yang diperlukan untuk mencapainya. Namun, kita harus ingat bahwa hasil akhirnya bukan sepenuhnya dalam kendali kita, melainkan dalam kendali Allah". (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Dewi juga berbicara tentang pentingnya pengelolaan bisnis yang efisien dan beradaptasi dengan situasi yang berubah. Dia menyatakan,

"Ketika tiba-tiba ada permintaan untuk tambahan waktu atau lembur, ide ini sebenarnya sudah saya biasakan... Ini mungkin karena dulu memang seperti itu, dan akhirnya ada orang yang sudah terbiasa dengan ini". (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Dewi juga mengaitkan ikhtiar dengan nilai-nilai Islam lainnya, seperti sabar dan keadilan dalam bisnis,

"Kemudian, jika kita mengaitkan *mujāhadah* dengan nilai-nilai Islam yang lain, saya rasa itu adalah hal yang baik... Ketika kita bekerja sebagai satu tim, kita mungkin memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda, tetapi kita harus bisa bekerja bersama dengan baik". (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Dalam observasi selanjutnya, mengindikasikan bahwa Eddy Pramono terlibat aktif dalam mengelola keuangan bisnisnya. Dia terlihat melakukan evaluasi rutin terhadap keuangan dan mencatat setiap transaksi dengan teliti. Hal ini sejalan dengan pernyataan Eddy Pramono sebagaimana tercermin berikut:

"Ketika saya melihat bahwa ada beberapa hal yang perlu diperbaiki dalam pengelolaan keuangan, seperti sesuatu yang tidak tercatat, saya merasa perlu untuk terlibat lebih aktif dalam pengelolaan keuangan. Saya merasa bahwa ini adalah area di mana saya dapat memberikan fokus pada pengembangan dan perbaikan, sementara istri saya dapat terus mengelola keuangan dengan baik seperti yang selama ini dilakukannya." (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Selanjutnya, pernyataan Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana tercermin pernyataan sebagai berikut:

"Bisnis Gummys Food and Bakery ini unik, Pak. Jadi, ketika pertama kali kami mendirikan, nama Gummys ini berasal dari nama saya, yang sering dipanggil 'Mas Gumi.' Awalnya, saya hanya suka membuat pizza sebagai hobi saat akhir pekan. Kemudian, suami saya memberi ide untuk menjualnya di kantor pada hari Senin. Awalnya, saya hanya membuat tiga loyang pizza untuk dibawa ke kantor, tetapi ternyata mendapat respon positif dari teman-teman kerja. Berita ini menyebar seperti api, dan akhirnya saya mendapat julukan 'Mas Gumi' di kantor." (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Dalam konteks *mujāhadah*, observasi menggambarkan Agus Kristanto sebagai sosok yang memahami pentingnya ikhtiar, yaitu upaya keras dan sungguh-sungguh dalam menjalankan bisnis kuliner. Dari pengamatan, terlihat bahwa Agus

Kristanto selalu bersemangat dan gigih dalam menghadapi tantangan bisnis sehari-hari. Selain itu, observasi juga menyoroti bahwa Agus Kristanto meyakini pentingnya memiliki sikap positif dan tawakal dalam menghadapi setiap rintangan. Ia terlihat percaya bahwa keberhasilan dalam bisnis tidak hanya ditentukan oleh usaha keras manusia, tetapi juga oleh kepercayaan kepada Allah SWT. Hal ini diperkuat dengan hasil penuturan informan penelitian Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali sebagai berikut:

"Betapa pentingnya memiliki sikap positif dan tawakal dalam menghadapi tantangan. Kerja keras, semangat, dan kontinuitas dalam bisnis adalah hal yang sangat penting. Tawakal juga memiliki peran besar dalam kesuksesan bisnis kita." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, dari hasil penelusuran wawancara, Trisna Sriwulaningsih memberikan pernyataan sebagai berikut:

"Nilai kerja keras kami bisa diilustrasikan dengan contoh konkret seperti bagaimana hasil dari usaha seseorang lebih banyak dipengaruhi oleh proses yang mereka lakukan daripada usaha keras yang mereka keluarkan." "Tantangan terbesar dalam bisnis kuliner adalah seperti sulitnya mendapatkan bahan baku yang berkualitas dan terjangkau, terutama di awal bisnis. Ini adalah tantangan yang umum dihadapi oleh banyak pemilik bisnis kuliner." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Mengenai penerapan *mujāhadah* dalam bisnis, Dewi berkata, "Penanganan kesepakatan di awal, saya sudah mengatakan bahwa kita setuju untuk bekerja selama delapan jam... Ketika tiba-tiba ada permintaan untuk tambahan waktu atau lembur, ide ini sebenarnya sudah saya biasakan." Terkait hubungan *mujāhadah* dengan nilai Islam lainnya, Dewi menjelaskan, "Kemudian, jika kita mengaitkan *mujāhadah* dengan nilai-nilai Islam yang lain. Ketika kita bekerja sebagai satu tim, kita mungkin memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda, tetapi kita harus bisa bekerja bersama dengan baik." Kutipan-kutipan wawancara ini menunjukkan

bagaimana Dewi Yuliana mengimplementasikan kerja keras dalam bisnisnya, yang tidak hanya mencakup usaha fisik, tetapi juga upaya mental, emosional, dan spiritual dalam mencapai tujuan bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Observasi lapangan menunjukkan keterlibatan aktif Eddy dalam semua aspek operasional rumah makan Edy Blangkon, menunjukkan komitmen dan semangatnya dalam memberikan yang terbaik. Hal ini sejalan dengan penekanannya pada pentingnya kerja keras dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis kuliner.

"Sebagai seorang pengusaha, saya selalu percaya bahwa kerja keras adalah kunci utama menuju kesuksesan. Saya telah menghadapi banyak kendala dan rintangan dalam menjalankan bisnis kuliner saya, tetapi saya tidak pernah menyerah. Saya selalu berusaha keras untuk mengatasi setiap masalah yang muncul dan terus bekerja dengan tekun. Bagi saya, setiap jam yang saya habiskan untuk bisnis ini adalah investasi dalam masa depan." (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Observasi terkait respon positif dari teman-teman kerja saat mencoba produk pertama mereka menggambarkan bagaimana dedikasi dan semangat mereka telah membuahkan hasil dalam memperluas bisnis. Hal ini sejalan dengan pernyataan Mega Rindawati:

"Awalnya, saya hanya suka membuat pizza sebagai hobi saat akhir pekan. Kemudian, suami saya memberi ide untuk menjualnya di kantor pada hari Senin. Awalnya, saya hanya membuat tiga loyang pizza untuk dibawa ke kantor, tetapi ternyata mendapat respon positif dari teman-teman kerja. Berita ini menyebar seperti api, dan akhirnya saya mendapat julukan 'Mas Gumi' di kantor. Pada awalnya, saya bertanya-tanya mengapa bisnis ini berkembang dengan cepat. Kemudian, saya menyadari bahwa ini terjadi karena kami mengikuti perasaan kami dan terlibat dalam proses bisnis dengan sepenuh hati." (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya, Agus Kristanto, pemilik rumah makan Soto Kwali, menganggap kerja keras sebagai fondasi utama kesuksesan bisnis kuliner sebagaimana tercermin dalam pernyataan berikut:

"Kerja keras itu mungkin berarti lembur atau bekerja melebihi waktu jam kerja normal. Misalkan toko ini seharusnya tutup jam sembilan malam, namun jika ada rombongan pelanggan yang datang menjelang waktu tutup, kami akan tetap membuka toko dan melayani mereka dengan baik. Kami selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan kami." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya berdasarkan Trisna Sriwulaningsih tercermin pernyataan sebagai berikut:

"Saya bekerja keras dengan semangat, tanpa kenal pantang mundur, dan seakan hidup selamanya." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

"Dalam hal ini, penting untuk fokus pada bagaimana proses-proses tertentu dapat meningkatkan efisiensi dan hasil akhir." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

"Ketika kita tetap berkomitmen untuk mencapai target kita, meskipun ada banyak gangguan atau kendala yang muncul, itu menunjukkan bahwa kerja keras kita tidak tergantung pada kondisi atau situasi eksternal." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Dalam konteks makna *mujāhadah* yang diungkapkan oleh Dewi Yuliana, memberi manfaat kepada orang lain menjadi salah satu aspek penting. Dewi Yuliana menekankan pentingnya memberikan manfaat kepada orang lain sebagai bagian dari filosofi bisnisnya yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Baginya, bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan pribadi, tetapi juga tentang memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar, khususnya dalam hal memberikan peluang pekerjaan kepada saudara-saudara dan teman-teman yang ingin bekerja. Berikut adalah kutipan langsung dari Dewi Yuliana yang mencerminkan pentingnya memberi manfaat kepada orang lain dalam konteks *mujāhadah*:

"Saya berpikirnya ketika misalnya saya buka bisnis, sepertinya saya banyak memberikan peluang kepada entah nanti ke saudara saya, kemudian ke teman-teman yang ingin bekerja dan ternyata Allah mengabulkan dengan bisnis kuliner ini. Kenapa kok kemudian namanya Lubna karena ada filosofinya bahwa saya ingin seperti pohon, pohon itu kan kebermanfaatannya itu mulai dari daun, ranting, dan akar semuanya bermanfaat bahkan ketika pohon mati pun dia bisa jadi kompos. Jadi ini filosofinya berarti enggak ada nama khusus bukan nama merek yang saya ambil tapi kalau artinya itu kan pohon yang harum." (Wawancara, A.01/07/12/2023).

Selanjutnya, Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara mencerminkan pentingnya memberi manfaat kepada orang lain sebagai berikut:

"Saya selalu berpegang pada prinsip bahwa bisnis harus memberikan manfaat kepada orang lain. Kami berusaha untuk tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga untuk menjadikan setiap hidangan yang kami sajikan sebagai pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan kami. Kami ingin melihat senyum di wajah mereka dan mendengar ulasan positif tentang makanan kami. Ketika Anda memberikan manfaat kepada orang lain, mereka akan menghargai dan mendukung bisnis Anda, dan itu akan membantu kami tumbuh dan berkembang." (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Observasi langsung terhadap praktek bisnis Mega Rindawati menunjukkan memberi manfaat kepada orang lain bukan hanya menjadi bagian dari filosofi bisnisnya, tetapi juga menjadi inti dari setiap keputusan dan tindakan yang diambilnya dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelusuran wawancara yang mencerminkan pentingnya memberikan manfaat, sebagai berikut:

"Yang terpenting adalah bagaimana bisnis ini dapat membuat kita berkembang dan memberikan manfaat bagi orang lain. Kami selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dan tetap rendah hati dalam perjalanan bisnis kami." (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Dalam pengamatan terhadap Agus Kristanto, terlihat bahwa dia tidak hanya melihat bisnis sebagai sarana untuk mencari keuntungan finansial semata, tetapi juga sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar. Hal ini

tercermin dalam praktik bisnisnya, di mana Agus selalu berusaha untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali sebagai berikut:

"Kita selalu menekankan kepada tim kita bahwa pelanggan itu adalah yang paling utama, dan pelayanan harus selalu prima. Meskipun mungkin ada kesalahan dari pelanggan, kita tidak boleh menyalahkan mereka. Kadang-kadang kesalahpahaman bisa terjadi, dan kita harus tetap ramah dan menerima permintaan maaf jika perlu." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Dalam konteks makna *mujāhadah* Trisna Sriwulaningsih, manfaat kepada orang lain merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan bisnisnya. Manfaat kepada orang lain memiliki peran sentral dalam pemahaman *mujāhadah* Trisna Sriwulaningsih dalam bisnis kuliner. Bagi Trisna, bisnisnya tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada pelanggan dan komunitasnya. Hal ini tercermin dalam pelayanan dan produk berkualitas yang diberikan kepada pelanggan. Dalam wawancara, Trisna Sriwulaningsih mengungkapkan, "Kami juga menghargai nilai empati, yang membantu dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Observasi lapangan menunjukkan bahwa Dewi sering terlihat melakukan doa sebelum memulai aktivitas bisnisnya, serta menyelipkan doa-doa dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan strategis. Pendekatan ini mencerminkan keyakinan kuat Dewi akan pentingnya doa dalam meraih kesuksesan bisnisnya. Berikut adalah kutipan langsung dari Dewi Yuliana yang mencerminkan pentingnya doa kepada Allah dalam konteks *mujāhadah*:

"Memaksimalkan ikhtiar berarti melakukan segala yang kita bisa sesuai dengan harapan kita. Memaksimalkan ikhtiar berarti melakukan segala yang kita bisa sesuai dengan harapan kita. Yang akan dinilai oleh Allah adalah sejauh mana kita telah berusaha dengan sungguh-sungguh untuk mencapai tujuan kita. Ini berarti bahwa yang penting adalah kita memberikan yang terbaik yang kita bisa, sesuai dengan target yang kita tetapkan." (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Observasi lapangan menunjukkan bahwa Eddy sering terlihat menghadirkan doa sebelum memulai aktivitas bisnisnya, serta mengungkapkan kepercayaannya kepada doa sebagai fondasi utama kesuksesannya. Hal ini terungkap berdasar hasil penelusuran wawancara yang mencerminkan pentingnya doa kepada Allah dalam konteks *mujāhadah* Eddy Pramono:

"Dalam setiap langkah yang saya ambil dalam bisnis ini, saya selalu berdoa kepada Allah. Saya percaya bahwa hanya dengan bimbingan dan berkah-Nya, kita dapat mencapai kesuksesan yang sejati. Doa adalah cara saya untuk mencari petunjuk dalam mengambil keputusan, dan juga untuk mengingatkan diri saya sendiri tentang pentingnya menjalani bisnis dengan integritas dan nilai-nilai yang baik. Saya berdoa agar usaha saya memberikan manfaat bagi orang lain dan menjadi sarana untuk berbuat baik." (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Mega Rindawati, pemilik Gummy's Food & Beverage, menekankan pentingnya doa kepada Allah dalam konteks *mujāhadah* dalam bisnisnya. Baginya, doa merupakan bagian tak terpisahkan dari upaya untuk meraih kesuksesan dan memberikan manfaat kepada orang lain melalui bisnisnya. Observasi langsung mencatat bahwa Mega Rindawati sering terlihat melakukan doa sebelum memulai aktivitas bisnisnya, menunjukkan bahwa doa menjadi pijakan utama dalam langkah-langkahnya dalam bisnis. Hal ini disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara yang mencerminkan pentingnya doa kepada Allah dalam konteks *mujāhadah* dalam bisnis Mega Rindawati:

"Saat pandemi datang, banyak bisnis mengalami kesulitan, dan kami juga tidak terkecuali. Namun, kami tetap konsisten dan berusaha untuk mengatasi segala rintangan yang datang." (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Observasi langsung juga menunjukkan bahwa Agus Kristanto sering kali meluangkan waktu untuk berdoa sebelum memulai aktivitas bisnisnya, menunjukkan komitmen dan keyakinan yang kuat terhadap peran doa dalam kesuksesan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan pernyataannya yang mencerminkan pentingnya doa kepada Allah sebagai berikut:

"Betapa pentingnya memiliki sikap positif dan tawakal dalam menghadapi tantangan. Kerja keras, semangat, dan kontinuitas dalam bisnis adalah hal yang sangat penting. Tawakal juga memiliki peran besar dalam kesuksesan bisnis kita." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Dalam konteks makna *mujāhadah* Trisna Sriwulaningsih, doa kepada Allah memainkan peran penting dalam mengelola bisnisnya. Doa kepada Allah merupakan bentuk tawakal dan kesadaran akan ketergantungan pada Tuhan dalam perjalanan bisnisnya. Doa kepada Allah adalah salah satu aspek yang sangat ditekankan oleh Trisna Sriwulaningsih dalam menjalankan bisnisnya. Dalam wawancara, Trisna menjelaskan, "Dalam bisnis ini saya harus terlibat dengan sungguh-sungguh, seperti halnya mereka yang bekerja keras setiap hari. Saya bekerja keras dengan semangat, tanpa kenal pantang mundur, dan seakan hidup selamanya. Namun, saya juga selalu menekankan pentingnya tawakal kepada Allah dan pasrah dengan kehendak-Nya." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Observasi langsung juga menunjukkan bahwa Dewi Yuliana sering kali menyatakan keyakinannya dalam doa-doa dan pernyataan positif, mencerminkan pentingnya keyakinan dalam menjalankan bisnisnya dengan penuh semangat dan tekad. Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake mengatakan,

"Saya selalu yakin, jadi tinggal bagaimana kamu memaksimalkannya."
(Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Menurut pandangan Eddy Pramono, keyakinan adalah elemen penting dalam *mujāhadah*. Dalam konteks ini, keyakinan mengacu pada keyakinan dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan dan menghadapi tantangan dalam berbisnis. Bagi Eddy Pramono, tanpa keyakinan yang kuat, seseorang akan sulit bertahan dalam dunia bisnis yang penuh dengan berbagai rintangan dan kesulitan. Observasi langsung juga menunjukkan bahwa Eddy Pramono sering mengungkapkan keyakinannya dalam percakapannya, menekankan pentingnya memiliki keyakinan yang kuat untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya. Ini mencerminkan bagaimana keyakinan memainkan peran penting dalam memotivasi dan memperkuat upaya seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Eddy Pramono mengatakan,

"Keyakinan adalah kunci kesuksesan dalam bisnis. Ketika saya memulai usaha ini, banyak orang yang meragukan kemampuan saya dan menghadirkan keraguan dalam diri saya sendiri. Namun, saya memiliki keyakinan yang kuat bahwa saya bisa berhasil. Saya yakin bahwa dengan kerja keras, dedikasi, dan keikhlasan, saya bisa mencapai tujuan saya. Keyakinan ini memotivasi saya untuk terus berjuang, bahkan ketika menghadapi kesulitan dan kegagalan. Saya percaya bahwa jika kita memiliki keyakinan yang kuat, kita dapat mengatasi segala rintangan dan mencapai kesuksesan yang kita inginkan." (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Dalam wawancara, Mega Rindawati sering menekankan pentingnya keyakinan dalam mencapai kesuksesan bisnisnya, yang mencerminkan bagaimana keyakinan tersebut menjadi pendorong utama di balik upaya dan ketekunan dalam menjalankan bisnis kuliner mereka. Observasi langsung juga menunjukkan bahwa keyakinan yang kuat ini tercermin dalam sikap dan tindakan Mega Rindawati dalam menghadapi tantangan dan merencanakan strategi untuk pertumbuhan

bisnisnya. Sebagai pemimpin, keyakinan tersebut juga tercermin dalam cara mereka menginspirasi dan memotivasi timnya untuk mencapai tujuan bersama.

Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage* mengatakan,

"Saya ingin mengungkapkan kekhawatiran saya karena, pada saat ini, yang saya lihat adalah fenomena di mana bisnis menjadi semacam tren atau 'fomo' bagi banyak orang. Terlihat seperti orang-orang, baik yang baru lulus sekolah atau bahkan yang sudah pensiunan, ikut serta dalam bisnis seperti Makoto, yang tampaknya sedang naik daun. Namun, perlu diingat bahwa apa yang kita lihat hanya sebagian dari gambaran besar." (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya, berdasar hasil penuturan informan penelitian Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali tercermin pernyataan sebagai berikut:

"Kerja keras, semangat, dan kontinuitas dalam bisnis adalah hal yang sangat penting. Tawakal juga memiliki peran besar dalam kesuksesan bisnis kita." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

"Dalam bisnis kuliner, seperti bisnis lainnya, selalu ada tantangan dan kesulitan, baik itu yang kecil maupun yang besar. Yang penting adalah bagaimana kita mengatasinya. Ketika ada masalah, kita harus mencari cara untuk mengatasinya dan tetap berpikir positif." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

"Penting bagi kami untuk menjaga integritas dalam pembukuan keuangan. Kami percaya bahwa prinsip-prinsip ini harus dipegang teguh, dan itulah mengapa kami mengambil tindakan untuk memastikan ketepatannya." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Dari kutipan-kutipan tersebut, dapat dilihat bahwa keyakinan adalah salah satu nilai utama dalam *mujāhadah* Agus Kristanto. Keyakinan ini menjadi pendorongnya untuk bekerja keras, berusaha sungguh-sungguh, dan menjalankan bisnisnya dengan integritas dan tawakal kepada Allah. Keyakinan ini juga mencerminkan komitmen dan tekadnya untuk memberikan manfaat kepada keluarga dan masyarakat melalui bisnis kuliner yang dijalankannya.

Dalam konteks makna *mujāhadah* Trisna Sriwulaningsih, keyakinan adalah salah satu komponen penting dalam menjalankan bisnisnya. Keyakinan ini mencakup keyakinan pada diri sendiri, keyakinan pada timnya, dan keyakinan pada nilai-nilai yang ia pegang teguh dalam berbisnis. Keyakinan adalah fondasi yang kuat dalam perjalanan bisnis Trisna Sriwulaningsih. Dalam wawancara, Trisna menjelaskan, "Ketika kita bekerja dengan tekun, keyakinan pada diri sendiri sangat penting. Meskipun kita berusaha dengan keras, kita tidak boleh melupakan tawakal kepada Allah dan pasrah terhadap keputusan-Nya." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Keyakinan Trisna juga tercermin dalam nilai-nilai yang ia anut dalam berbisnis, seperti kejujuran, disiplin, dan empati. Dia menjelaskan, "Banyak nilai yang sangat penting dalam bisnis kami, dan beberapa yang paling dominan termasuk kejujuran, disiplin, tepat waktu, empati, dan kerja keras." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

F. Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner

a. Because of Motive

Penelitian ini menggali alasan-alasan yang mendorong pengusaha Muslim pemilik bisnis kuliner untuk memilih bisnis kuliner sebagai pilihan karier mereka. Data penelitian ini didasarkan pada hasil wawancara dengan beberapa pemilik bisnis kuliner yang berbagi cerita dan pengalaman mereka. Dari hasil penelitian ini, beberapa temuan kunci muncul dalam kategori *because of motive* sebagaimana tercermin pada pernyataan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake:

“Kalau keluarga besar kami di kelas sampai saat ini kan jarang pebisnis, enggak ada. Inginnya jadi pegawai ya ASN gitu, jadi ketika lihat orang

bisnis itu termasuk saya mereka merasa bahwa kok sepertinya pekerjaannya enggak prestise gitu lo pak. Alhamdulillah dengan support suami yang kemudian membuat step by step ada perkembangan di Lubna yang kemudian membuka mata. Itu dari yang tadi kondisi kayaknya enggak prestasi sekarang itu agak berbeda gitu pandangannya. Jadi yang tadinya enggak suka awalnya ternyata bisnis sudah punya hak istimewa yang hampir sama atau mungkin bisa lebih dari misal ASN atau misalnya jadi pegawai tambang gitu sih.” (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Selanjutnya, Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, memberikan pernyataan pada wawancara sebagai berikut:

“Memang, jika kita melihat reaksi orang tua, mereka seringkali memiliki pandangan yang berbeda ketika anaknya memilih berkarier di sektor swasta. Terkadang, ada yang mendukung, dan ada yang tidak setuju dengan pilihan tersebut. Bahkan, ada yang mungkin diam saja atau bahkan mengungkapkan ketidaksetujuan mereka. Namun, bagi saya, semua reaksi ini merupakan motivasi. Mereka bisa suka atau tidak suka, tetapi itu semua menjadi motivasi bagi saya. Pada awalnya, mungkin ada banyak keraguan dan komentar negatif. Pada awalnya, saya mungkin diolok-olok dan diberi saran untuk bekerja di perusahaan daripada capek-capek berjualan dan mempromosikan diri sendiri. Terkadang, bahkan ada yang meragukan jualan saya yang hanya berbasis kaki lima. Namun, semua komentar negatif tersebut justru memotivasi saya untuk terus maju. Saya merasa bahwa ini adalah tantangan yang harus saya hadapi, dan dengan ketekunan dan kerja keras, saya bisa membuktikan bahwa saya bisa sukses dalam bidang yang saya pilih.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, memberikan pernyataan sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Pada awalnya, dari kesan pertama teman-teman saya mungkin agak heran dan bertanya-tanya apakah saya serius ingin membuka bisnis. Mereka bertanya dengan nada yang serius, tetapi tetap ada keraguan di dalamnya. Ini mungkin karena pada saat itu saya bekerja di sebuah perusahaan, dan posisi saya di perusahaan itu sangat strategis dan jarang orang mendapatkan posisi seperti yang saya miliki. Posisi saya telah naik dari jabatan sebelumnya, dan sudah lebih dari empat tahun saya berada di sana. Pertanyaan dari teman-teman saya pada awalnya adalah wajar, tetapi yang penting sekarang adalah bahwa kami ingin membuktikan bahwa kerja keras dan semangat pantang menyerah adalah kunci kesuksesan. Kami akan tetap konsisten dan berusaha semaksimal mungkin.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, penuturan informan penelitian Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Karena kita satu keluarga, jiwa dagang memang ada dalam diri kita semua. Jadi, cukuplah sejauh ini. Meskipun ada pandangan lain, yang penting adalah kita mengambil yang positif dari masukan mereka. Waktu saya memulai bisnis ini dapat support juga dari keluarga, meskipun juga ada sebagian orang yang tidak percaya saya dalam memulai bisnis” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Awalnya, orang tua saya adalah karyawan dan juga memiliki usaha sampingan. Mereka melakukannya sambil-sambilan, tetapi saya mulai berpikir bahwa bisnis seperti yang dijalankan bisa menjadi peluang besar. Kata orang tua melihat banyak orang yang membuka usaha, bahkan hanya menjual mie instan di warung-warung. Saya berpikir, mengapa saya tidak bisa melakukan hal yang sama? Saya berharap bisnis saya bisa tumbuh lebih besar daripada yang sekarang. Tentu saja, saya tidak hanya ingin mengikuti langkah bisnis yang sudah ada, seperti yang dilakukan orang tua saya. Ayah saya bekerja di perusahaan konstruksi, dan saya ingin memberikan kontribusi di bidang usaha atau konsep bisnis yang berbeda. Saya tidak merasa terpaksa untuk melanjutkan bisnis keluarga. Saya lebih tertarik untuk mencari jalan yang berbeda, meskipun orang tua saya selalu berharap saya untuk mengikuti jejak mereka. Mereka mendukung saya dalam segala hal, tetapi saya merasa bahwa ada pertimbangan lain yang harus dipertimbangkan. Saya berpikir bahwa merintis bisnis baru mungkin lebih sulit daripada melanjutkan bisnis yang sudah ada. Ini bisa menjadi tantangan besar, terutama dalam mencari pasar dan bersaing di industri yang berbeda. Tapi inilah yang saya rasakan sebagai passion saya. Ibu selalu mendukung saya, dan saya berterima kasih atas dukungannya. Mungkin ada pertimbangan lain yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan ini, terutama dalam kaitannya dengan keluarga, tetapi saya merasa bahwa saya harus mencari jalan saya sendiri dan merintis bisnis baru.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya data penelitian yang berkaitan dengan riwayat masa lalu yang mempengaruhi keputusan berbisnis. Penelitian ini menggali alasan-alasan yang mendorong pemilik bisnis kuliner untuk memilih bisnis kuliner sebagai pilihan karier mereka, dengan fokus pada faktor-faktor motivasi yang memengaruhi

keputusan mereka. Berikut adalah rangkuman dari data penelitian yang berkaitan dengan faktor motivasi. Hal ini dapat dilihat menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Saya tidak suka aturan yang sangat ketat dan rutinitas yang monoton. Sebagai seorang karyawan, saya merasa bosan karena setiap hari harus melakukan hal yang sama. Oleh karena itu, saya memutuskan untuk menjadi seorang pebisnis karena itu memberi saya kebebasan untuk berinteraksi dengan banyak orang, berbagi ide, dan mengelola bisnis. Keputusan ini sudah terbentuk sejak SMA, ketika saya memilih jurusan IPS untuk belajar akuntansi, yang menawarkan peluang yang saya cari. Selain itu, pengaruh keluarga, khususnya suami yang memiliki bisnis catering, dan pengalaman bisnis bapak saya di bidang impor pakaian, juga memotivasi saya untuk terlibat dalam dunia bisnis. Sebagai hasilnya, saya telah memperdalam pengetahuan saya di Jakarta dan Bandung dan merasa senang dengan pengalaman bisnis yang telah saya dapatkan”. (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Selanjutnya, disampaikan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Saya dulu seorang karyawan, dan meskipun gaji karyawan selalu terasa kurang, saya membuka warung makanan kecil-kecilan dengan harapan bisa makan gratis di sana. Awalnya hanya iseng, tetapi lama kelamaan, saya merasa nyaman dengan usaha tersebut dan mulai memikirkan pengembangan usaha lain. Akhirnya, saya mencapai posisi saat ini. Saya memutuskan untuk mencoba jalur ini karena merasa tidak mampu lagi menjalani rutinitas saat itu dan telah merasa fisik terlalu lelah selama dua tahun terakhir. Meskipun rekan-rekan kerja mendorong saya untuk tetap di perusahaan, saya memilih mencoba hal baru. Keputusan ini dipengaruhi oleh praktik kesejahteraan masa lalu, serta motivasi utama saya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan pengalaman merantau. Inspirasi dari pengusaha-pengusaha besar yang saya temui selama karier saya juga memberi saya keyakinan untuk mencapai kesuksesan. Hubungan dan relasi yang kuat juga memainkan peran penting dalam motivasi saya. Saya memiliki lima belas tahun pengalaman dalam pemasaran, termasuk menjalankan bisnis jualan sendiri. Saya merasa percaya diri dalam proses penjualan dan puas dengan pencapaian saya selama ini” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, menyatakan sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Faktor utama dalam keputusan ini adalah dukungan istri dan dorongan hobi pribadi saya. Kerjasama suami-istri sangat penting dalam usaha ini, dan dukungan penuh istri saya adalah kunci keberhasilannya. Keputusan ini telah berakar sejak awal, dengan hasrat saya menjadi pengusaha. Saya selalu mencari peluang, seperti saat saya bekerja di Freeport di Papua dan memanfaatkan kesempatan untuk menjual makanan di sana. Selain itu, pengaruh dari orang tua yang juga pebisnis telah membentuk pandangan saya tentang bisnis sejak kecil. Dukungan finansial dan keluarga, terutama dari istri dan pengalaman bisnis keluarga, juga berperan besar dalam keputusan ini. Saya telah belajar tentang bisnis sejak masa kecil, baik dari ibu yang memiliki warung kelontongan maupun dari bapak saya. Meskipun pertanyaan pimpinan saya tentang bekerja, pengaruh orang tua telah membimbing saya ke jalur bisnis ini sejak awal” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Selanjutnya, berdasarkan hasil penuturan informan penelitian Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan sebagai berikut:

“Karena mungkin dari latar belakang keluarga, saya sebagai anak tunggal atau sejenisnya, memiliki ambisi yang besar. Namun, ini tidak berarti bahwa anak-anak saya kurang bersemangat karena mereka semua memiliki semangat dan kualitas yang baik. Jiwa dagang sudah menjadi bagian dari keluarga kami. Berbisnis adalah hal yang wajar dalam sejarah keluarga kami. Alasan kami berbisnis adalah untuk masa depan anak-anak kami. Kendala dalam perjalanan ini adalah bahwa tidak ada yang bisa diperoleh secara gratis. Ada banyak alasan mengapa kami bekerja keras seperti yang kami lakukan. Jadi, ini adalah nilai yang tertanam dalam diri kami, yang kami terima dari orangtua kami, yang merupakan fondasi yang baik. Ada faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan saya untuk menjalankan bisnis ini, seperti pengalaman bekerja sama dengan orang lain. Saya pernah bekerja di berbagai tempat, dan dari pengalaman tersebut, saya belajar banyak dan memiliki keterampilan bekerja sama dengan orang lain, yang sangat berharga. Selain itu, orang tua saya juga adalah pebisnis, dan itu memberi saya wawasan tambahan tentang dunia bisnis. Saya juga aktif dalam mengikuti seminar dan terlibat dalam komunitas, yang meningkatkan semangat saya dan membantu saya memantau perkembangan diri sendiri. Teman-teman dalam komunitas juga memberikan dukungan yang sangat dibutuhkan. Jadi, dengan bergabung dalam komunitas, saya tidak perlu khawatir tentang pinjaman, tetapi saya pastikan untuk memisahkan sumber dana, baik dari dana pribadi atau dari anggota komunitas itu sendiri” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Saya memulai bisnis ini dengan cara yang sederhana, tidak terlalu berlebihan, sampai suatu saat saya bertemu dengan sebuah perusahaan yang dapat membantu para pengusaha seperti kami. Kami menyebutnya sebagai Komunitas Tangan Di Atas (TDA). Nah, sebenarnya, sistem bisnis bagi para pengusaha kecil dapat berkembang dengan baik melalui dukungan dari komunitas ini. Support dari komunitas ini memungkinkan kami untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki berbagai pengetahuan. Di dalam komunitas ini, kita bisa bertemu dengan mereka yang memiliki pengetahuan tentang bagaimana mengatur keuangan, manajemen karyawan, serta semua aspek pembukuan. Ada sepuluh area yang mendapatkan perhatian serius di dalam komunitas ini. Selain itu, komunitas juga membantu dalam hal pemasaran, dan lambat laun, kami banyak mendapatkan manfaat dari koneksi-koneksi yang ada” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Selanjutnya, Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Alhamdulillah, bisnis ini telah menginspirasi saya sejak SMP. Saya selalu menikmati berjualan, bahkan saat saya berada di Malang, saya mencoba berbagai jenis usaha, termasuk bisnis pakaian dan aksesoris. Saya pernah menjual berbagai macam barang, termasuk pakaian dan aksesoris. Namun, ketika saya mencoba bisnis kuliner, saya merasa respons pasar lebih cepat dan menarik. Menurut saya, mencari pasar untuk bisnis kuliner lebih mudah daripada bisnis fashion. Fashion memiliki tren yang cepat berubah, dan jika kita tidak selalu memperbarui modelnya, kita bisa mengalami kerugian. Selain itu, saya tidak memiliki latar belakang di bidang fashion, jadi saya merasa sulit untuk bersaing. Ketika saya pertama kali tiba di tempat ini, saya kuliah dan menjalankan bisnis pakaian. Saya menjual rok jeans, dan pada saat itu belum ada toko besar di sekitar sini. Tapi saya bisa mendapatkan izin untuk berjualan di samping toko besar itu. Saya biasanya membawa barang-barang dari pasar gede malam atau pasar turi dan menjualnya selama beberapa minggu sebelum Lebaran. Namun, sulit untuk berjualan karena banyak pelanggan saya adalah orang-orang yang bekerja di pemerintahan, dan mereka tidak bisa membeli barang tanpa izin. Jadi ketika izin dibutuhkan, bisnis saya menjadi terhambat, dan modal saya terjebak di sana. Setelah itu, saya mencoba bisnis ini setelah saya pensiun dari pekerjaan saya sebagai karyawan bank BRI pada tahun 2011. Saya telah mempersiapkan diri untuk ini, dan ketika saya tidak bekerja, saya tetap

sibuk dengan berbagai kegiatan. Saya tidak ingin hanya diam di rumah dan menjadi ibu rumah tangga.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

b. In Order to Motive

Penelitian ini mengungkapkan pentingnya bisnis kuliner dan alasan mengapa pemilik bisnis kuliner memilih jalur ini. Data penelitian ini didasarkan pada hasil wawancara dengan beberapa pemilik bisnis kuliner yang berbagi motivasi dan pengalaman mereka dalam bisnis kuliner. Berikut adalah gambaran singkat tentang pentingnya bisnis kuliner dan alasan memilihnya. Menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

"Saya saat ini fokus pada bisnis kuliner. Awalnya, saya memulai dengan bisnis snack, kemudian setelah beberapa tahun melihat progres yang cukup positif, saya memutuskan untuk mencoba bisnis yang sejenis, yaitu catering makanan berat. Meskipun berbeda dalam jenis makanan, kedua bisnis ini sebenarnya memiliki kesamaan dalam pengelolaannya. Intinya, inti dari keduanya adalah bidang kuliner. Bisnis ini sebenarnya sudah direncanakan sejak lama, sejak saya masih SMA dan kuliah. Saya selalu memiliki impian bahwa ketika saya bekerja, saya ingin terlibat dalam perdagangan, mengingat bahwa pintu rezeki terbanyak berada di sana, sesuai dengan hadis Rasulullah. Selain itu, saya juga berharap bisa memberikan peluang kepada saudara dan teman-teman yang ingin bekerja, dan ternyata Allah mengabulkan impian ini melalui bisnis kuliner ini. Mengenai nama 'Lubna,' nama ini memiliki filosofi yang mendalam. Saya ingin bisnis ini seperti pohon, yang memberikan manfaat dari setiap bagian, mulai dari daun, ranting, hingga akar, bahkan ketika pohon itu mati, ia dapat menjadi kompos. Jadi, nama 'Lubna' menggambarkan harapan bahwa bisnis ini akan memberikan manfaat yang besar." (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Selanjutnya, Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, memberikan pernyataan sebagai berikut:

"Saat ini, fokus saya adalah pada bidang kuliner, khususnya kuliner seafood. Hal ini telah mengubah hidup saya secara signifikan. Awalnya, saya adalah seorang karyawan dengan pendapatan bulanan tetap. Namun, berkarier di bidang ini membuat saya merasa lebih bersemangat dan nyaman karena setiap hari saya dapat berinteraksi dengan kuliner seafood,

mencari produk, dan menjalani rutinitas yang penuh semangat. Selain itu, saya tidak perlu berpisah dengan keluarga saya karena pekerjaan ini berlokasi di tempat yang sama. Secara finansial, juga telah membawa kenyamanan lebih daripada sebelumnya. Bisnis ini menjadi inti utama pendapatan saya dan sangat penting bagi saya saat ini." (Wawancara, A.02/12/2023)

Hasil penuturan informan penelitian Agus Kristanto pemilik rumah makan

Soto Kwali sebagai berikut:

"Saya memulai bisnis kuliner pada 12 September 2011, saat krisis. Kami memilih bisnis kuliner dengan beberapa alasan. Pertama, karena ada kebutuhan harian bagi orang-orang di Sangatta (Kutai Timur) yang tidak selalu memiliki waktu untuk memasak makanan, terutama bagi pasangan yang sudah menikah. Alasan lain adalah dorongan dari seorang senior ketika saya bekerja, yang menyarankan agar saya mencoba tantangan untuk memulai usaha sendiri. Oleh karena itu, kami memutuskan untuk memulai bisnis ini. Alhamdulillah, bisnis ini akhirnya berhasil dan mampu menggantikan penghasilan saya, ditambah dengan pendapatan tambahan dari tambang. Memulai bisnis ini juga memberikan kami kesempatan untuk memberdayakan orang lain. Kami berharap bisnis ini terus berkembang sehingga dapat melibatkan lebih banyak orang di masa depan. Bisnis ini sangat penting karena menjadi sumber penghidupan kami dan juga memberi pelajaran kepada anak-anak kami tentang dunia bisnis. Kami mendidik anak-anak kami untuk memahami aspek bisnis, bukan hanya berfokus pada mencari pekerjaan. Setiap percakapan di rumah kami mencerminkan pentingnya berbisnis, sehingga anak-anak kami memiliki pemahaman yang baik tentang dunia bisnis. Tujuannya adalah agar mereka tidak hanya terpaku pada pencarian pekerjaan, tetapi juga memiliki wawasan bisnis yang kuat." (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Penuturan informan penelitian selanjutnya, Trisna Sriwulaningsih pemilik

rumah makan sebagai berikut:

"Kami beroperasi di bisnis kuliner, khususnya makanan siap saji, serta beberapa bisnis lain yang kami geluti. Salah satunya adalah bisnis fashion, sementara suami saya terlibat dalam bisnis jual beli motor bekas. Secara finansial, ini memberikan kami banyak manfaat. Usaha ini membantu kami secara finansial dan juga memberikan dukungan bagi anak-anak kami, karena kami tidak hanya sebagai karyawan, melainkan sebagai pemilik bisnis. Bisnis ini memegang peranan utama dalam mendukung kehidupan kami dari segi finansial." (Wawancara, A.04/19/12/2023)

Selanjutnya, Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Saya bergerak di industri kuliner, tepatnya F&B (Food and Beverage). Saya memiliki bisnis bakery, dan juga ada bisnis lain di bidang franchise yang terletak di jalan Hidayatullah. Bisnis ini dimulai sejak tahun 2002. Awalnya, bisnis ini bukanlah bakery, melainkan hanya menjual pizza. Namun, pada tahun 2012, saya melihat bahwa bisnis bakery di sini monoton dan saya ingin mengikuti tren yang sedang berkembang. Jadi, pada tahun 2012, saya mulai mengembangkan bisnis bakery ini dengan menambahkan produk seperti kue ulang tahun dan lainnya. Pada tahun 2019, saya membuka sebuah bakery dan kafe yang lebih mudah dikelola, dengan nama "Gummy's Home Bakery and Cafe." Tempat ini berlokasi di depan rumah saya dan saya mulai berjualan online. Pada tahun 2020, saya harus menutup toko fisik ini karena pandemi COVID-19. Namun, saya tetap berjualan online dan tahun lalu, pada tahun 2022, saya kembali membuka toko fisik.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya, paparan data penelitian harapan ke depan pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis kuliner. Hasil penelitian ini mengungkapkan harapan-harapan pemilik bisnis kuliner terhadap masa depan bisnis mereka. Para pemilik bisnis kuliner berbagi rencana dan impian mereka untuk mengembangkan bisnis mereka ke arah yang lebih baik. Berikut adalah gambaran harapan ke depan dalam menjalankan bisnis kuliner, sebagaimana tercermin dari pernyataan penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Ya, rencananya saya ingin membuka outlet juga. Namun, sampai saat ini, saya belum mendapatkan sumber daya manusia yang memadai. Artinya, saya perlu menambah jumlah karyawan. Untuk saat ini, saya masih bekerja di rumah dan telah mencapai batas sumber daya yang tersedia. Awalnya, saya berharap bisa memulainya seperti ini, tetapi harapannya adalah memiliki outlet di masa depan, bahkan mungkin membuka cabang di tempat lain.” (Wawancara, A.01/07/12/ 2023)

Selanjutnya, berdasarkan penuturan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Kalau kita udah pasti itu adalah planning saya yang dua setelah fokus membesarkan ini dan sudah autopilot ini saya udah pasti harus membuka cabang saya enggak di sini. menurut saya luar kota dan yang lainnya itu harapan ke depan ini visi harus berkembang dari teman teman dan kalau bisa bisa diwariskan. Kalau saya berharap apa yang sudah saya mulai, saya perjuangkan dirintis ini alhamdulillah sudah dinikmati banyak orang kalau bisa memang harus diwariskan. Kalau rencana itu enggak usah repot repot berjuang dengan teruskan aja kan begitu ya, enggak usah ngelamar tidak usah lamar pekerjaan ke sana sini.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Selanjutnya, berdasarkan hasil penuturan informan penelitian Agus

Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, tercermin sebagai berikut:

“Kalau harapan ke depan, kami ingin terus berkembang dan menjual setiap hari dengan mengandalkan kekuasaan Allah. Harapannya adalah agar bisnis kami dapat terus tumbuh dan memberikan manfaat kepada lebih banyak orang lagi. Khususnya, kami berharap untuk menambah karyawan-karyawan baru, insyaallah. Tentunya, hal ini tergantung pada keadaan di masa depan, seperti apakah ada tambahan pendapatan atau rencana untuk membuka cabang lain. Semuanya membutuhkan perencanaan yang matang terkait dengan bisnis yang kami jalani saat ini.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

Berdasarkan hasil penuturan informan penelitian oleh Trisna

Sriwulaningsih pemilik rumah makan dan Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine

Cake, tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Kita inginnya, Pak, membuka cabang lagi. Mengikuti impian itu, kita berusaha untuk tidak hanya berada di satu tempat saja. Kami memiliki beberapa kali mencoba hal ini, tetapi kendalanya kadang-kadang berasal dari tenaga kerja yang tersedia. Namun, semangat untuk mencapai ini tetap ada.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

“Ya, rencananya saya ingin membuka outlet juga. Namun, sampai saat ini, saya belum mendapatkan sumber daya manusia yang memadai. Artinya, saya perlu menambah jumlah karyawan. Untuk saat ini, saya masih bekerja di rumah dan telah mencapai batas sumber daya yang tersedia. Awalnya, saya berharap bisa memulainya seperti ini, tetapi harapannya adalah memiliki outlet di masa depan, bahkan mungkin membuka cabang di tempat lain.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Keinginan untuk membuka cabang juga disampaikan oleh Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Harapan saya sebenarnya adalah ingin mengembangkan usaha ini hingga mencapai status cabang di kota-kota yang lebih besar, seperti Samarinda, Balikpapan, atau bahkan di Pulau Jawa, misalnya di Malang. Karena saya memiliki banyak hubungan dan akar keluarga di Pulau Jawa, saya melihat potensi untuk mengembangkan bisnis ini di sana. Sehingga bisnis ini dapat memberikan manfaat yang lebih luas dan menciptakan peluang bagi lebih banyak orang di berbagai lokasi.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

Selanjutnya, Basyuni Anwar pemilik rumah makan, sebagaimana hasil penelusuran wawancara sebagai berikut:

“Rencana ke depannya, seperti yang sekarang, yang di Kalimantan sudah jalan dengan baik, terus terang yang di Kalimantan kan juga ada, Terus pas datang ke Jawa buka cabang, ini mulai lagi, tapi dari nol lagi, dalam mulai dari soalnya kan dari pelanggan, dari, dari apa, dari anu, lagi cari pasar, pasar lagi. Kalau yang di Kalimantan, jalan dan sudah ramai, langganan banyak, pejabat-pejabat, jadi bisa dikatakan kayak fokus buka cabang lah, karena sudah sukses.” (Wawancara, A.07/29/11/2023)

Berdasarkan paparan data penelitian di atas, hasil penelitian mengungkapkan beragam harapan ke depan yang dimiliki oleh pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis kuliner. Para pemilik bisnis kuliner memiliki visi dan rencana yang berbeda-beda untuk mengembangkan usaha mereka ke arah yang lebih baik. Beberapa dari mereka berharap untuk membuka outlet fisik baru atau bahkan cabang di tempat lain, meskipun saat ini mereka masih menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia. Mereka percaya bahwa dengan pertumbuhan bisnis, mereka dapat memberikan manfaat kepada lebih banyak orang dan menjalani perjalanan yang tak terelakkan untuk mewujudkan impian tersebut. Ada juga harapan untuk terus berkembang dan menjual produk setiap hari,

mengandalkan berkah dari Allah. Mereka berencana untuk menambah karyawan baru jika kondisi dan rencana bisnis di masa depan mengizinkan. Bagi beberapa pengusaha, impian mereka adalah agar bisnis mereka dapat diwariskan kepada generasi berikutnya, yang memperkuat komitmen mereka untuk memajukan usaha mereka. Terlepas dari kendala dan tantangan yang mungkin muncul, semangat untuk mencapai tujuan ini tetap kuat di antara para pemilik bisnis kuliner, mencerminkan dedikasi dan tekad mereka dalam mengembangkan bisnis mereka.

Selanjutnya data penelitian rencana tindakan dalam menjalankan bisnis kuliner. Hasil penelitian ini mengungkapkan rencana tindakan yang diambil oleh pemilik bisnis kuliner untuk mengembangkan bisnis mereka di masa depan. Para pengusaha Muslim pemilik bisnis kuliner berbagi visi mereka tentang langkah-langkah yang akan mereka ambil untuk mencapai tujuan mereka. Berikut adalah gambaran rencana tindakan dalam menjalankan bisnis kuliner, sebagaimana menurut penuturan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake sebagai berikut:

“Rencana tindakan untuk masa depan yang lebih baik lagi itu kira kira. Saat ini kan membangun bisnis yang kita ingin ada langkah langkah selanjutnya. kalau ini kan memang kita baru sebatas pengelolaan snack dan makanan di satu wilayah saja kan. ke depan sih kita ingin masuk ke dunia industri makanan. Nah ini yang sedang kita garap dengan membuat kue kering cookies itu kan tahan bisa sampai setahun. Nah kalau ada produk itu kita bisa masuk ke dunia industri makanan. Jadi, marketingnya kemudian pemasarannya penjualannya enggak hanya di Sangatta (Kutai Timur) tetapi bisa secara nasional bahkan bisa ke ekspor.” (Wawancara, A.01/07/12/2023)

Selanjutnya, berdasarkan penuturan Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon, tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Kalau rencana tindakan masa depan usaha ini berkembang, Saya ingin buka cabang itu sudah mulai nyuci pemilahan kalau itu masih masih planning mas ya karena kuliner ini memang enak kalau dibilang enak ya

enak, dibilang rumit juga agak rumit karena sebenarnya kendala cuma satu di sini sih. Ya SDM, SDM itu aja pak ya, skill skill SDM atau mahal nya SDM bukan sdm bukan hanya cm tetapi sdm yang tahan lama kebanyakan mereka pintar pasti berarti ya pindh atau membuka usaha sendiri. makanya tapi alhamdulillah saya mulai bisnis ini kan semua saya mulai dari saya sendiri, semua saya pegang sendiri. Jadi begitu mereka keluar saya santai aja tinggal cari orang, saya cari beras, barang saja diproses tenang ya berarti kayak semacam persepsi gitu ya di los gitu sih enggak saya enggak balas ya nyatanya saya ajarin mereka untuk bisa masak supaya memudahkan saya untuk lebih leluasa memikirkan usaha yang lainya itu harapan ke depan.” (Wawancara, A.02/12/12/2023)

Selanjutnya, hasil penuturan informan penelitian oleh Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali, Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan dan Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake, tercermin pernyataan sebagai berikut:

“Kalau rencana tindakan masa depan usaha ini berkembang, Saya ingin buka cabang itu sudah mulai nyuci pemilahan kalau itu masih masih planning mas ya karena kuliner ini memang enak kalau dibilang enak ya enak, dibilang rumit juga agak rumit karena sebenarnya kendala cuma satu di sini sih. Ya SDM, SDM itu aja pak ya, skill skill SDM atau mahal nya SDM bukan sdm bukan hanya cm tetapi sdm yang tahan lama kebanyakan mereka pintar pasti berarti ya pindh atau membuka usaha sendiri. makanya tapi alhamdulillah saya mulai bisnis ini kan semua saya mulai dari saya sendiri, semua saya pegang sendiri. Jadi begitu mereka keluar saya santai aja tinggal cari orang, saya cari beras, barang saja diproses tenang ya berarti kayak semacam persepsi gitu ya di los gitu sih enggak saya enggak balas ya nyatanya saya ajarin mereka untuk bisa masak supaya memudahkan saya untuk lebih leluasa memikirkan usaha yang lainya itu harapan ke depan.” (Wawancara, A.03/13/12/2023)

“Kita sekarang memiliki lima orang karyawan, yang kita miliki sekarang. Jika dibandingkan dengan sebelumnya, kita ingin memiliki lebih banyak karyawan, tetapi saat ini, misalnya, jika ingin membuka cabang lagi, modelnya akan seperti itu. Namun, yang masih menjadi kendala adalah tenaga kerja. Ambisi kita sebagai pengusaha tetap ada, dan ini sama seperti mesin yang terus kita atur.” (Wawancara, A.04/19/12/2023)

“Dalam mempersiapkan cita-cita tersebut, saya merasa itu adalah hal yang baik. Ini berarti kita tidak hanya hidup tanpa rencana yang matang, tetapi juga merencanakan langkah-langkah yang perlu diambil. Mungkin rencananya akan dimulai dari rumah terlebih dahulu. Kemungkinan besar,

kami akan membuka sebuah outlet dan memperluas usaha kami. Selanjutnya, kami akan mencari karyawan baru. Jujur, mencari karyawan baru tidak begitu mudah. Tetapi saya akan tetap berusaha berbasis di rumah, meskipun sedikit lebih sulit. Saya memahami bahwa ada kesan negatif tentang orang yang bekerja dari rumah, tetapi anak-anak buah saya, yang awalnya tidak memiliki pengalaman, sekarang sudah mampu. Saya ingin mereka memiliki kesempatan yang sama.” (Wawancara, A.05/21/12/2023)

Selanjutnya, Mega Rindawati pemilik *Gummy's Food & Beverage*,

memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Kita ingin bisnis ini berkembang, perlu ada perencanaan yang terarah. Tanpa itu, penjualan akan terganggu. Sekarang, kami sudah mulai melakukan perencanaan untuk pertumbuhan bisnis ini. Itu mencakup pengaturan keuangan, penyiapan dana untuk pengembangan usaha, seperti sewa ruko, pembelian peralatan baru, pelatihan karyawan, dan sebagainya. Saya juga mengikuti beberapa kelas untuk meningkatkan kemampuan saya dalam menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar di kota. Jadi, ketika kami memasuki kota yang baru, kami sudah memiliki pemahaman tentang tren yang sedang populer di sana.” (Wawancara, A.06/22/12/2023)

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengalaman *Mujāhadah* dalam Aktivitas Bisnis

Temuan penelitian tentang pengelolaan bisnis kuliner yang dilakukan oleh para pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur merupakan contoh efisiensi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi bisnis. Pemilik usaha kuliner di daerah ini menerapkan strategi yang cermat dengan penekanan pada evaluasi tahunan, menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan tren pasar dan permintaan konsumen, serta berinovasi dalam pengembangan produk. Mereka memprioritaskan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi. Evaluasi berkala dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik pelanggan membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman bahwa kesuksesan jangka panjang dalam bisnis kuliner tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dan tumbuh sesuai dengan perubahan preferensi pasar.

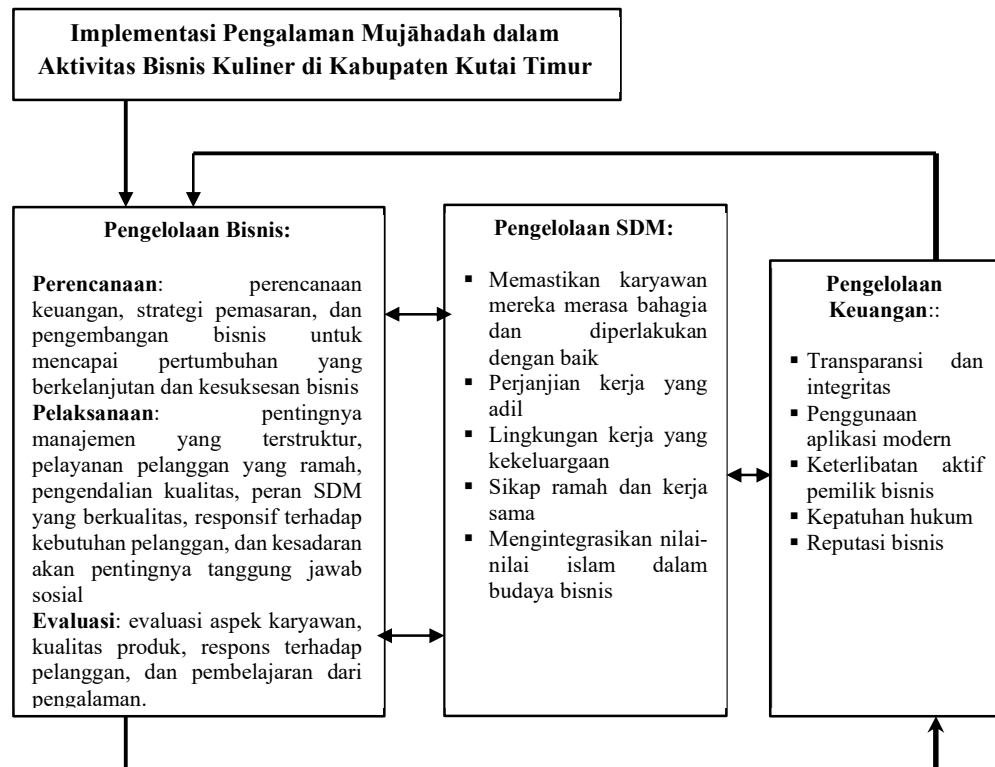
Temuan penelitian tentang pengelolaan bisnis kuliner yang dilakukan oleh para pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur merupakan contoh efisiensi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi bisnis. Pemilik usaha kuliner di daerah ini menerapkan strategi yang cermat dengan penekanan pada evaluasi tahunan, menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan tren pasar dan permintaan konsumen, serta berinovasi dalam pengembangan produk. Mereka memprioritaskan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan produk dan layanan

berkualitas tinggi. Evaluasi berkala dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik pelanggan membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan sumber daya manusia yang meliputi keadilan, kejujuran, dan penghormatan terhadap karyawan. Pengusaha Muslim bisnis kuliner yang ada di Kabupaten Kutai Timur memahami pentingnya memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan karyawan, termasuk menyediakan waktu untuk ibadah dan memupuk hubungan yang harmonis antara pemilik usaha dan karyawan. Insentif dan pemberian penghargaan tersebut, diberikan untuk mengakui dan menghargai kinerja yang baik, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan. Pendekatan ini menekankan pentingnya lingkungan kerja yang berbasis kekeluargaan dan saling mendukung, di mana karyawan merasa dihargai dan menjadi bagian integral dari kesuksesan bisnis.

Pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur menerapkan prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan mereka. Penggunaan teknologi untuk memantau pendapatan dan pengeluaran secara real-time memungkinkan mereka untuk mencatat transaksi dengan akurasi tinggi, memastikan bahwa keuangan bisnis dikelola dengan baik. Prinsip-prinsip Islam, termasuk kejujuran dalam transaksi dan perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat, menjadi dasar dalam praktik keuangan mereka. Integrasi nilai-nilai agama dengan prinsip bisnis yang efektif menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis yang etis.

Adapun terkait dengan hasil temuan di lapangan dapat peneliti ringkas dalam gambar berikut:



Gambar 5.1. Implementasi pengalaman mujāhadah dalam pengelolaan bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur

1. Pengelolaan Bisnis.

Temuan penelitian ini menyoroti pentingnya perencanaan dalam manajemen pengelolaan bisnis kuliner, khususnya dalam konteks pengusaha Muslim di kabupaten Kutai Timur yang melalui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan bisnis adalah langkah krusial yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis, dan temuan dari berbagai pengusaha Muslim bisnis kuliner di kabupaten Kutai Timur menunjukkan pendekatan yang beragam namun fokus dalam hal ini. Dalam aspek perencanaan, penelitian ini menyoroti pentingnya

evaluasi dan perencanaan keuangan tahunan sebagai elemen kunci dalam pengelolaan bisnis kuliner. Pengusaha kuliner mengadopsi pendekatan yang terstruktur, mengevaluasi performa keuangan tahunan untuk menentukan profitabilitas dan efektivitas strategi pemasaran.

Dalam aspek perencanaan, penelitian ini menyoroti pentingnya evaluasi dan perencanaan keuangan tahunan. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan pengusaha mengevaluasi performa keuangan dan efektivitas strategi pemasaran untuk merencanakan strategi bisnis di tahun berikutnya. Pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur juga menunjukkan manajemen yang terstruktur dan efektif. Mereka memiliki kemampuan manajerial yang baik, termasuk pembagian tugas yang jelas, pengaturan tim, dan penghargaan atas prestasi. Pendekatan ini mencerminkan integrasi nilai-nilai Islam, seperti keadilan dan penghargaan atas kerja keras, ke dalam praktik manajemen mereka. Para pengusaha ini juga menunjukkan kemampuan adaptasi dan fleksibilitas yang tinggi, terutama dalam mengelola sumber daya terbatas. Mereka mampu mengemban berbagai peran dalam bisnis, mulai dari manajemen media sosial hingga pengelolaan SDM, yang mencerminkan efisiensi dan kecerdasan operasional.

Dalam aspek pelaksanaan bisnis, pengusaha Muslim di Kutai Timur telah menerapkan *mujāhadah* yang tercermin dalam praktik bisnis terorganisasi dan bertanggung jawab. Mereka membagi divisi secara jelas, seperti pemasaran, keuangan, dan produksi, untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Layanan pelanggan juga menjadi prioritas tinggi, mencerminkan nilai-nilai Islam dalam bisnis. Pengusaha Muslim ini memahami pentingnya membangun hubungan yang

kuat dan positif dengan pelanggan melalui interaksi yang ramah dan responsif, serta menanggapi umpan balik pelanggan dengan serius.

Evaluasi bisnis yang dilakukan secara rutin mencerminkan komitmen pengusaha Muslim di Kutai Timur terhadap kualitas dan efisiensi. Mereka menerapkan aturan tertulis untuk menjaga kerapian dan efisiensi, serta menanggapi keluhan pelanggan dengan fokus pada perbaikan dan edukasi tim. Pelatihan karyawan dianggap penting dalam menjaga kualitas dan standar pelayanan. Masukan dari karyawan sangat dihargai, mencerminkan pendekatan partisipatif dalam pengelolaan bisnis.

Implementasi *mujāhadah* dalam kegiatan bisnis kuliner ini secara langsung menunjukkan bagaimana etos kerja Islam, termasuk nilai amanah (kepercayaan), sabar, taqwa (kesadaran akan Tuhan), dan keadilan, terintegrasi dalam aktivitas ekonomi. Menurut Triantafillou (2002) dan Djakfar (2018), etos kerja ini, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, memandu pengusaha dalam menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga mempertimbangkan kesejahteraan karyawan dan kepuasan pelanggan. Praktik bisnis ini mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam aspek ekonomi dan sosial (Djakfar 2018; Triantafillou 2002). Pandangan Azizi bahwa etos kerja Islam adalah refleksi dari pribadi seorang khalifah yang mengandalkan kemampuan konseptual yang kreatif dan inovatif juga relevan dalam konteks ini (Azizi 2005).

Dalam proses perencanaan, pengusaha Muslim menekankan pada evaluasi keuangan tahunan dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini mencerminkan pemahaman bahwa bisnis tidak hanya merupakan aktivitas ekonomi

tetapi juga memiliki dimensi spiritual dan akhirat, sesuai dengan pandangan Djakfar. Penerapan *mujāhadah* dalam perencanaan bisnis ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan di dunia tetapi juga berupaya untuk mencapai keseimbangan dengan tanggung jawab akhirat.

Penerapan *mujāhadah* ini menunjukkan bahwa pengusaha Muslim di Kutai Timur tidak hanya berfokus pada pencapaian finansial tetapi juga pada pengembangan strategi yang berkelanjutan dan etis. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman bahwa bisnis, dalam Islam, adalah lebih dari sekedar transaksi komersial; ini adalah sarana untuk mewujudkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kebajikan, dan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini mengungkap bagaimana pengusaha Muslim di Kutai Timur menerapkan *mujāhadah* dalam aspek perencanaan bisnis, yang mencakup strategi, tujuan, dan evaluasi kegiatan usaha. Menurut Prasetyani, pengelolaan bisnis efektif melibatkan komponen "*planning, actuating, controlling, dan evaluation*", yang menekankan pada pentingnya perencanaan yang cermat dan strategis dalam bisnis (Prasetyani 2018). Dalam konteks ini, pengusaha Muslim di Kutai Timur menunjukkan pendekatan terstruktur dalam merencanakan bisnis mereka, yang mencerminkan *mujāhadah* melalui upaya maksimal dan kerja keras dalam mencapai tujuan bisnis.

Lebih lanjut, integrasi nilai-nilai Islam dalam perencanaan bisnis menunjukkan bagaimana pengusaha Muslim tidak hanya fokus pada profitabilitas tetapi juga pada penerapan prinsip-prinsip etis dan moral dalam operasi bisnis. Ini

sejalan dengan pandangan Prasetyani yang menggambarkan pengelolaan bisnis sebagai refleksi dari nilai dan etika (Prasetyani 2020:120–24). Dalam praktiknya, hal ini mencakup keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, memastikan bahwa bisnis dijalankan sesuai dengan ajaran Islam. Aspek etos kerja Islam, seperti amanah (kepercayaan), sabar (kesabaran), dan taqwa (ketakwaan), juga terwujud dalam strategi perencanaan bisnis ini.

Dalam konteks pelaksanaan bisnis, *mujāhadah* yang tercermin dalam manajemen yang efisien dan pembagian tugas yang jelas menunjukkan pengaruh signifikan dari agama dalam membentuk budaya organisasi dan perilaku individu, seperti yang dijelaskan oleh Mohsen (Mohsen 2007). Pendekatan adaptif dan fleksibel ini, yang menekankan efisiensi dalam penggunaan sumber daya, mencerminkan esensi dari *mujāhadah*, yaitu upaya maksimal dalam mencapai tujuan, seperti yang dijelaskan oleh Noer (Noer 2022). Pendekatan ini dalam bisnis kuliner menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam, khususnya *mujāhadah*, berperan dalam mengarahkan perilaku bisnis yang bertanggung jawab dan inovatif. Pengusaha Muslim menggunakan *mujāhadah* sebagai panduan dalam mengoptimalkan sumber daya, mengelola operasi, dan beradaptasi dengan tantangan dan peluang pasar.

Pelaksanaan *mujāhadah* dalam bisnis juga menekankan pada pencapaian kesempurnaan dalam setiap aspek operasional, dari kualitas produk hingga kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kerja keras dan dedikasi tidak hanya diterapkan dalam pencapaian target finansial tetapi juga dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan komunitas, yang

mencerminkan dimensi rohani dan etis dalam kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, penerapan *mujāhadah* dalam bisnis kuliner oleh pengusaha Muslim di Kutai Timur tidak hanya mencerminkan pencapaian kesuksesan material tetapi juga pengembangan dan penyempurnaan karakter spiritual, yang merupakan inti dari ajaran Imam Ghazali.

Temuan penelitian di Kutai Timur menyoroti bagaimana pengusaha Muslim mengintegrasikan *mujāhadah* yang berarti upaya maksimal dan kerja keras dalam pelaksanaan bisnis sehari-hari mereka. Ini sesuai dengan pandangan Prasetyani yang menyatakan bahwa pelaksanaan bisnis harus menggabungkan nilai-nilai Islam, termasuk dalam pengelolaan karyawan dan produksi (Prasetyani 2020:120–24). Pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur menerapkan manajemen yang efisien, pembagian tugas yang jelas, dan penekanan pada kualitas layanan pelanggan, mencerminkan penerapan *mujāhadah* dalam praktek bisnis mereka. Pendekatan yang terstruktur dan efisien dalam pembagian divisi seperti pemasaran, keuangan, dan produksi menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip amanah (kepercayaan) dan itqan (kesempurnaan).

Selain itu, pengelolaan yang efektif ini tercermin dalam fokus mereka pada kualitas layanan pelanggan dan pengendalian kualitas produk. Pendekatan ini tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap keunggulan operasional, tetapi juga refleksi dari nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari. Melalui praktik ini, pengusaha Muslim di Kutai Timur menerapkan nilai-nilai Islam dalam pelaksanaan bisnis mereka, menciptakan lingkungan kerja yang etis dan produktif.

Selanjutnya, dalam konteks evaluasi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha Muslim di bidang kuliner di Kutai Timur mencakup pengendalian kualitas dan manajemen karyawan, mewakili penerapan nyata dari *mujāhadah* dalam praktik bisnis. *Mujāhadah*, yang didefinisikan sebagai upaya maksimal dan kerja keras, menjadi fokus utama dalam pendekatan ini, sebagaimana dijelaskan oleh Wahab (2012) dan Rehan *et al.* (2019). *Mujāhadah* dalam konteks ini menekankan tidak hanya pada kerja keras, tetapi juga pada pemanfaatan semua sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien. Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana pengusaha Muslim di Kutai Timur mengerahkan semua energi dan sumber daya yang ada untuk mencapai hasil terbaik dalam bisnis mereka. Pengertian *mujāhadah* oleh Wahab (2012) dan Rehan *et al.* (2019) sebagai kerja keras yang melibatkan penggunaan sumber daya secara optimal tercermin dalam cara mereka mengelola bisnis dan sumber daya manusia.

Setelah semua usaha maksimal telah dilakukan, pengusaha Muslim ini kemudian menyerahkan hasil akhir kepada kehendak Allah (tawakkal), sebagaimana yang dijelaskan oleh Wahab (Wahab 2012:395). Ini menunjukkan bahwa, dalam Islam, usaha keras harus diikuti dengan keyakinan dan kepercayaan kepada Tuhan. Tawakkal di sini menandakan kepercayaan bahwa setelah melakukan semua upaya yang mungkin, hasil akhir tetap berada di bawah kehendak dan kebijaksanaan Allah. Pendekatan dalam evaluasi bisnis ini mencerminkan integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis.

Dalam konteks evaluasi bisnis, penelitian di Kutai Timur menggambarkan bagaimana pengusaha Muslim bisnis kuliner mengimplementasikan *mujāhadah*,

yang merujuk pada upaya maksimal dan kerja keras, dalam mengevaluasi aspek-aspek bisnis mereka. Sesuai dengan pandangan Prasetyani, evaluasi bisnis dalam Islam melibatkan pengawasan dan penilaian berkelanjutan terhadap operasi bisnis, termasuk pengendalian kualitas, manajemen karyawan, dan pengelolaan keuangan (Prasetyani 2020:120–24). Pengelolaan keuangan yang efektif, termasuk penggunaan analisis data, merupakan bagian penting dari proses evaluasi. Ini mencerminkan penerapan *mujāhadah* dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan terinformasi.

Pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur melakukan evaluasi rutin sebagai upaya memastikan kualitas produk dan layanan, menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip *mujāhadah* dalam menjaga standar tinggi. Proses ini melibatkan pemeriksaan berkala pada bahan baku dan proses produksi, serta umpan balik dari pelanggan, sejalan dengan *mujāhadah* yang menekankan pentingnya menjaga kualitas dan standar layanan. Manajemen karyawan, dalam konteks evaluasi, juga mencerminkan *mujāhadah*. Pengusaha mengadakan sesi briefing dan pertemuan dengan karyawan untuk mendapatkan masukan dan mengidentifikasi area perbaikan.

Penelitian tentang implementasi pengalaman *mujāhadah* dalam bisnis kuliner oleh pengusaha Muslim di Kutai Timur memiliki aspek yang mirip dengan beberapa penelitian disertasi sebelumnya. Ini termasuk Baggi (2020) yang menekankan pada pengaruh makanan kuliner lokal dalam pemasaran dan perhotelan, Matson (2021) yang mengeksplorasi strategi operasional untuk keberlanjutan bisnis restoran keluarga, Östrup Backe (2020) yang mempelajari

praktik dalam wisata kuliner, dan Sutono (2020) yang meneliti kewirausahaan spiritual Islam.

Penelitian Baggi tentang pengaruh makanan kuliner lokal dan perannya dalam memodifikasi niat perjalanan wisata menunjukkan korelasi antara bisnis kuliner dan pengalaman perjalanan (Baggi 2020). Ini sejalan dengan temuan kita, di mana *mujāhadah* diimplementasikan oleh pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur, tidak hanya dalam aspek operasional tetapi juga dalam membangun citra kuliner yang menarik perhatian pelanggan. Penelitian Matson tentang strategi operasional untuk keberlanjutan bisnis restoran milik keluarga mendukung temuan kita tentang pentingnya manajemen yang efektif dan penekanan pada kepuasan pelanggan (Matson 2021).

Penelitian Östrup Backe (2020) tentang praktik dalam wisata kuliner, termasuk bagaimana makanan lokal dipresentasikan, menyatu dengan temuan penelitian tentang bagaimana pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur memanfaatkan produk dan layanan kuliner mereka. Ini menunjukkan pengaruh signifikan dari praktik bisnis kuliner terhadap pengalaman dan kepuasan pelanggan (Östrup Backe 2020). Penelitian Sutono tentang kewirausahaan spiritual Islam menyoroti bagaimana prinsip-prinsip Islam diterapkan dalam bisnis.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menggarisbawahi pentingnya *mujāhadah* dalam bisnis kuliner, khususnya dalam konteks pengusaha Muslim di Kutai Timur. Praktik bisnis yang dijalankan sesuai dengan nilai-nilai Islam ini tidak hanya mendukung keberhasilan dan keberlanjutan bisnis, tetapi juga memperkaya keterlibatan sosial dan ekonomi dalam komunitas. Pengintegrasian *mujāhadah*

dalam aspek manajerial, operasional, dan evaluasi bisnis menunjukkan sebuah model bisnis yang unik, di mana keunggulan operasional, kepuasan pelanggan, dan tanggung jawab sosial saling terkait.

2. Pengelolaan SDM.

Temuan penelitian tentang pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) oleh pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, temuan penelitian menunjukkan penerapan etika kerja dan nilai-nilai Islam dalam hubungan kerja mereka. Para pengusaha ini mengadopsi pendekatan inklusif dan beretika, membentuk hubungan kerja yang adil dan setara, termasuk dengan karyawan non-Muslim. Pendekatan ini bukan hanya transaksi kontraktual tetapi juga hubungan yang berbasis kesepakatan yang setara dan adil. Pengelolaan karyawan dilakukan dengan pendekatan kekeluargaan, menciptakan suasana kerja yang ramah dan mendukung. Para pengusaha menghargai waktu dan pekerjaan karyawan, memberikan penghargaan dan insentif bagi mereka yang berprestasi, serta menekankan disiplin dan sikap positif. Mereka menerapkan pendekatan yang personal dan humanis, berbeda dari pendekatan tradisional yang lebih formal dan kaku.

Dukungan terhadap pengembangan karir dan aspirasi karyawan juga menjadi fokus. Pengusaha mengakui pentingnya motivasi dan loyalitas karyawan, menerapkan sistem insentif dan penghargaan yang mencakup dukungan emosional dan spiritual. Pendekatan ini menunjukkan investasi dalam pertumbuhan jangka panjang dan kepuasan karyawan. Kepemimpinan dalam pengelolaan SDM

diarahkan untuk pengembangan pribadi dan profesional karyawan, dengan penekanan pada sikap dan kepribadian positif.

Praktik pengawasan dan penekanan pada disiplin kerja, termasuk kepatuhan terhadap jam kerja dan tanggung jawab, merupakan manifestasi dari *mujāhadah* yang berorientasi pada kinerja dan efektivitas. Ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis, membentuk lingkungan kerja yang disiplin, efisien, dan produktif. Pengusaha Muslim ini juga berkomitmen pada prinsip keadilan, kebajikan, dan kepemimpinan yang berempati. Mereka menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan menghargai kontribusi setiap individu, membangun budaya kerja yang didasarkan pada keadilan, empati, dan pengembangan manusia.

Temuan penelitian juga menyoroti pentingnya liburan bersama karyawan sebagai elemen kunci dalam pengelolaan SDM. Liburan bersama memperkuat hubungan antara pemilik usaha dan karyawan, menciptakan rasa komunitas dan kebersamaan, serta meningkatkan moral dan motivasi karyawan. Ini juga berfungsi sebagai alat promosi merek, membangun kesadaran merek melalui karyawan yang merasa terhubung dan dihargai oleh perusahaan mereka. Liburan bersama yang diatur oleh pengusaha Muslim ini mencerminkan pendekatan menyeluruh terhadap kesejahteraan karyawan, memperkuat rasa kebersamaan dan loyalitas terhadap perusahaan. Mereka memastikan kegiatan liburan tidak mengganggu praktik ibadah karyawan, menunjukkan sensitivitas dan penghormatan terhadap perbedaan agama di tempat kerja.

Temuan penelitian mengenai pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur mencerminkan konsep *mujāhadah* dalam konteks kerja keras dan perbaikan diri. Konsep ini, seperti yang didefinisikan oleh Foster, menekankan perjuangan diri individu untuk mencapai perbaikan (Forster 2014:57). Dalam praktik pengelolaan SDM ini, pengusaha menunjukkan komitmen terhadap pengembangan karyawan dan peningkatan kesejahteraan mereka, yang sesuai dengan pandangan *mujāhadah*. Ini mencerminkan bagaimana nilai-nilai agama, khususnya Islam, mempengaruhi sikap dan nilai dalam bisnis, seperti yang dijelaskan oleh Mohsen (Mohsen 2007). Praktik ini juga sejalan dengan ethos kerja Islam seperti yang diuraikan oleh Azizi, di mana kerja keras dianggap sebagai bagian integral dari eksistensi manusia dalam Islam (Azizi 2005:35).

Temuan penelitian tentang pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur menunjukkan bagaimana *mujāhadah* terintegrasi dengan prinsip-prinsip seperti kejujuran, disiplin, dan kerja keras. Integrasi ini mencerminkan pandangan Rokeach tentang sistem kepercayaan yang membedakan antara keyakinan, sikap, dan nilai (Rokeach 1973). Namun, interpretasi *mujāhadah* dalam temuan ini sedikit berbeda dari pandangan Hamid, yang menyebut *mujāhadah* sebagai salah satu dari delapan langkah menuju taqwa (ketakwaan). Dalam pandangan Hamid, *mujāhadah* lebih fokus pada aspek spiritual dan pengendalian diri sebagai bagian dari proses mencapai ketakwaan, sedangkan dalam temuan penelitian, *mujāhadah* diintegrasikan lebih luas dalam praktik bisnis, termasuk pengelolaan SDM (Hamid 2003). Ini menunjukkan bahwa *mujāhadah* dalam konteks pengusaha Muslim di Kutai Timur bukan hanya terbatas pada aspek

spiritual, tetapi juga diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari, seperti pengelolaan personel, kepemimpinan, dan pengembangan karyawan.

Pemahaman al-Ghazali tentang *mujāhadah* sebagai usaha spiritual untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual mendukung integrasi nilai spiritual dalam pengelolaan bisnis. al-Ghazali memandang *mujāhadah* sebagai elemen penting dalam tazkiyah al-nafs, proses penyucian jiwa dari penyakit-penyakit rohani untuk mencapai kemurnian moral dan spiritual. Menurut al-Ghazali, *mujāhadah* melibatkan perjuangan berkelanjutan melawan keburukan dalam jiwa, membangun karakter yang sesuai dengan nilai-nilai Islam seperti sabar, keadilan, ketulusan, dan disiplin diri (al-Ghazali 1993). Dalam konteks pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur, pemikiran al-Ghazali ini relevan, menekankan pentingnya pembinaan karakter dan spiritualitas karyawan.

Referensi untuk pandangan al-Ghazali dapat ditemukan dalam karya-karyanya tentang spiritualitas Islam, seperti dalam "Ihya' 'Ulum al-Din" (Pembaruan Ilmu Agama), di mana ia membahas *mujāhadah* dalam konteks spiritual dan moral. Al-Ghazali menguraikan *mujāhadah* sebagai bagian dari perjalanan spiritual menuju kesucian dan kedekatan dengan Allah (al-Ghazali 1993).

Pandangan al-Ghazali tentang *mujāhadah*, seperti yang dijelaskan oleh Al-Ammar *et al.*, menekankan pada perjuangan spiritual dan upaya mengatasi hawa nafsu untuk mencapai kesempurnaan spiritual. Ini relevan dengan temuan penelitian tentang pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner

Kutai Timur, di mana *mujāhadah* terintegrasi dalam praktek bisnis mereka. Menurut al-Ghazali, *mujāhadah* bukan hanya upaya fisik atau ekonomi, tetapi juga upaya spiritual dalam mengembangkan karakter dan memperbaiki diri yang selaras dengan nilai-nilai Islam (Al-Ammar *et al.* 2012). Dalam praktik bisnis pengusaha Muslim di Kutai Timur, *mujāhadah* tercermin dalam komitmen mereka untuk menciptakan lingkungan kerja yang berbasis nilai, di mana karyawan diberi waktu untuk ibadah dan diberdayakan untuk mengembangkan etika kerja yang sesuai dengan ajaran Islam. Ini mencerminkan pemahaman bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan material, tetapi juga dari kesejahteraan spiritual karyawan.

Dalam konteks penelitian ini, *mujāhadah* lebih difokuskan pada aspek kerja keras dan upaya optimal dalam manajemen SDM, yang sesuai dengan indikator *mujāhadah* (Rehan *et al.* 2019; Wahab *et al.* 2016). Pandangan Wahab tentang nilai kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*) dalam Islam menekankan pentingnya menggerakkan seluruh sumber daya dan kemampuan untuk mencapai tujuan dalam kegiatan ekonomi. Dalam karyanya, Wahab memperluas konsep *mujāhadah* untuk mencakup berbagai aspek dalam pengelolaan sumber daya manusia, termasuk kerja keras, komitmen, serta keterlibatan aktif dalam tugas dan tanggung jawab. Wahab mengidentifikasi *mujāhadah* sebagai nilai kunci yang mendorong individu untuk mengejar keunggulan dalam pekerjaan mereka, dengan pemahaman bahwa upaya keras merupakan bentuk ibadah dan kepatuhan kepada Allah.

Dalam konteks pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur, *mujāhadah* ini dapat diterapkan melalui berbagai strategi. Ini

termasuk memberi motivasi kepada karyawan untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka, mengakui dan menghargai kerja keras serta kontribusi mereka, dan mempromosikan pengembangan pribadi dan profesional. Seperti ditunjukkan oleh Wahab, konsep tawakkal (kepercayaan kepada Tuhan) menjadi penting setelah semua usaha dan kerja keras telah dilakukan (Wahab 2012:380).

Penelitian tentang pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) oleh pengusaha Muslim di industri kuliner di Kabupaten Kutai Timur menunjukkan integrasi *mujāhadah* dan prinsip-prinsip Islam lainnya, yang sesuai dengan pandangan Djakfar tentang aspek ketuhanan dalam ekonomi Islam. Djakfar menekankan bahwa kegiatan ekonomi dalam Islam melibatkan dimensi dunia dan akhirat, yang mencakup dimensi jasmani dan rohani, menegaskan bahwa nilai-nilai spiritual transendental dari ajaran agama adalah kunci dalam kegiatan ekonomi (Djakfar 2019). Penelitian ini juga sejalan dengan pandangan Rehan *et al.*, yang menyoroti peranan nilai-nilai agama Islam seperti kebajikan, konsultasi, kerjasama, kritik diri terus-menerus, rasa syukur, kerja keras dan upaya optimal, perfeksionisme, dan tanggung jawab dalam perilaku pengusaha Muslim (Rehan *et al.*

Penelitian Djakfar tentang etika bisnis pedagang buah Madura menunjukkan bahwa nilai-nilai agama dan budaya mempengaruhi perilaku bisnis, yang relevan dengan temuan penelitian ini (Djakfar 2007). Pengusaha Muslim di Kutai Timur memperlihatkan etika bisnis yang tinggi, di mana hubungan bisnis, layanan konsumen, dan sikap terhadap lingkungan dipengaruhi oleh nilai-nilai agama dan budaya. Penelitian Prasetyani tentang penerapan nilai-nilai Islam dalam

bisnis juga mendukung temuan ini. Prasetyani menemukan bahwa pengelolaan bisnis, karyawan, dan keuangan dalam konteks Islam melibatkan prinsip-prinsip seperti perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi, memperlakukan karyawan dengan baik dan adil, dan mengelola keuangan secara bijaksana (Prasetyani 2018).

Pandangan Prasetyani, yang dijelaskan dalam disertasinya, memperluas pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam praktik bisnis, khususnya dalam aspek pengelolaan bisnis, karyawan, dan keuangan. Prasetyani menekankan pada empat aspek kunci pengelolaan bisnis: perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya memperlakukan karyawan dengan adil dan baik, sesuai dengan ajaran Islam, serta menyediakan waktu untuk berlibur bersama karyawan, yang dianggap penting untuk memperkuat solidaritas dan kerja sama.

Temuan penelitian tentang pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur sejalan dengan pandangan Prasetyani. Penelitian ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam, termasuk *mujāhadah*, terintegrasi dalam praktik pengelolaan SDM. Pengusaha ini menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam mengelola karyawan, termasuk perlakuan yang adil dan baik, serta menyediakan waktu istirahat yang memadai dan liburan bersama. Hal ini mencerminkan pemahaman yang sama dengan Prasetyani bahwa kesejahteraan dan kebahagiaan karyawan adalah kunci untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

Kajian yang dilakukan oleh Lim *et al.* tentang pemasaran digital dan relevansinya dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) menyoroti pentingnya mengintegrasikan teknologi digital dalam pengembangan keterampilan karyawan (Lim *et al.* 2017). Dalam konteks penelitian pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur, penggunaan pemasaran digital dapat menjadi alat vital untuk meningkatkan keterampilan karyawan, terutama dalam menghadapi era digital.

Penelitian tentang pengelolaan Sumber Daya Manusia oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur, yang menekankan pada integrasi *mujāhadah* dan prinsip-prinsip Islam lainnya, menemukan paralel dengan beberapa penelitian terdahulu. Misalnya, temuan Daniele Baggi tentang pengaruh makanan kuliner lokal pada niat perjalanan wisatawan dan penggunaan media sosial menunjukkan pentingnya keterkaitan antara bisnis kuliner dan faktor eksternal seperti media sosial dan persepsi public (Baggi 2020). Hal ini relevan dengan penelitian ini karena menunjukkan bagaimana praktik bisnis kuliner tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti nilai-nilai Islam tetapi juga oleh faktor eksternal seperti tren sosial dan persepsi pelanggan. Penelitian Matson menyoroti strategi pelanggan-sentris yang diterapkan oleh pemilik restoran keluarga, yang mendukung temuan ini tentang hubungan yang adil dan etis dengan karyawan sebagai refleksi pendekatan pelanggan-sentris secara internal.

Penelitian Josefine Östrup Backe tentang gagasan lokal dalam wisata kuliner mengungkapkan pentingnya memahami dan mengintegrasikan elemen lokal dalam bisnis, yang relevan dengan penelitian ini tentang nilai-nilai lokal dan

Islam dalam pengelolaan SDM (Östrup Backe 2020). Penelitian ini relevan dalam konteks pengusaha Muslim di Kutai Timur karena menunjukkan pentingnya memahami dan mengintegrasikan elemen lokal, baik dalam hal produk maupun praktik bisnis, untuk memperkuat identitas dan daya tarik bisnis. Sutono dalam penelitiannya menunjukkan pentingnya spiritualitas Islam dalam kewirausahaan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat, mendukung integrasi nilai spiritual dalam pengelolaan SDM (Sutono 2020).

Muhammad Farooq Rehan menemukan bahwa nilai-nilai Islam mempengaruhi sikap masyarakat terhadap kewirausahaan, mencerminkan bagaimana nilai-nilai ini mempengaruhi pengelolaan SDM dan praktik bisnis. agama Islam mempengaruhi sikap masyarakat terhadap kewirausahaan (Rehan 2020). Penelitian ini menunjukkan korelasi antara nilai-nilai agama dan praktik bisnis, yang juga tercermin dalam penelitian ini mengenai pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim.

Penelitian Bruce R. Borquist (2020), Kate Valda Lewis (2009), Master Maapae Maebane (2015), Cherisse Asha Shinelle Hoyte (2015), dan Ali Aslan Gumusay (2015) menawarkan berbagai perspektif tentang kewirausahaan, dari pengaruh konteks agama dalam kewirausahaan sosial hingga pemahaman proses kewirausahaan. Temuan-temuan ini membantu memperkaya pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai agama dan konteks sosial mempengaruhi praktik kewirausahaan, termasuk dalam pengelolaan SDM oleh pengusaha Muslim di Kutai Timur. Faizal *et al.*, serta Rehan *et al.* , memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi sikap terhadap kewirausahaan,

yang relevan dengan penelitian ini dalam konteks bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi pengelolaan SDM dalam bisnis kuliner (Faizal *et al.* 2013).

Dengan demikian, temuan penelitian tentang pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) oleh pengusaha Muslim di industri kuliner Kutai Timur menunjukkan penerapan *mujāhadah* dan prinsip-prinsip Islam lainnya, yang sejalan dengan teori-teori dalam literatur yang relevan. Integrasi nilai-nilai ini dalam pengelolaan personel mencerminkan pendekatan holistik yang diusulkan oleh Djakfar (2019) dan Prasetyani (2018), di mana aspek spiritual dan etika kerja Islam menjadi fundamental. Penggunaan pemasaran digital, analisis data, dan inovasi dalam pengelolaan bisnis, seperti yang dibahas oleh Lim *et al.* (Lim *et al.*, 2017),

3. Pengelolaan Keuangan.

Temuan penelitian mengungkap beberapa aspek penting terkait pengelolaan keuangan dalam bisnis kuliner. Pertama, penggunaan teknologi dalam pengelolaan keuangan telah menjadi tren yang signifikan. Aplikasi modern memungkinkan akses real-time ke data pendapatan dan pengeluaran, meningkatkan transparansi dalam manajemen keuangan. Kedua, terdapat beragam pendekatan dalam pengelolaan keuangan, termasuk keterlibatan keluarga dalam manajemen keuangan bisnis, yang mencerminkan integrasi nilai-nilai keluarga dan bisnis. Ketiga, pentingnya integritas dan transparansi dalam pencatatan dan transaksi keuangan, sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen keuangan.

Temuan penelitian pertama menggarisbawahi pentingnya teknologi dalam pengelolaan keuangan bisnis kuliner. Dalam era digital saat ini, penggunaan

aplikasi keuangan modern telah menjadi kunci bagi pemilik bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam manajemen keuangan. Adopsi teknologi ini tidak hanya memudahkan akses ke data pendapatan dan pengeluaran secara real-time tetapi juga memberikan gambaran yang lebih akurat tentang kondisi keuangan perusahaan. Ini sangat berguna dalam mengambil keputusan bisnis yang strategis dan tepat waktu.

Temuan penelitian kedua menyoroti keragaman dalam pendekatan pengelolaan keuangan bisnis kuliner. Pendekatan pribadi yang melibatkan anggota keluarga dalam manajemen keuangan mencerminkan integrasi nilai-nilai keluarga ke dalam bisnis, menunjukkan bahwa faktor budaya dan keluarga memiliki pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan keuangan. Sementara itu, penggunaan profesional keuangan menekankan pentingnya profesionalisme dan keahlian khusus dalam pengelolaan keuangan. Pendekatan ini mencerminkan bahwa tidak ada satu metode universal yang cocok untuk semua bisnis.

Temuan penelitian selanjutnya menekankan pentingnya integritas dan transparansi dalam pengelolaan keuangan bisnis kuliner. Kejujuran dan akuntabilitas dalam pencatatan dan pelaporan keuangan menjadi fokus utama, mencerminkan pentingnya membangun dan memelihara kepercayaan pelanggan serta mitra bisnis. Penghindaran unsur penipuan dan pelaksanaan transaksi bisnis yang jujur adalah langkah esensial dalam membangun reputasi yang baik di dunia bisnis. Praktik ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan hubungan bisnis yang sehat tetapi juga membantu dalam menghindari konflik hukum dan memastikan kepatuhan terhadap standar etika bisnis.

Temuan penelitian berikutnya menyoroti bagaimana prinsip-prinsip Islam memengaruhi pengelolaan keuangan dalam bisnis kuliner. Nilai-nilai seperti keadilan, transparansi harga, dan penghindaran dari unsur riba (bunga) menjadi pedoman dalam praktik bisnis mereka. Prinsip-prinsip ini memberikan landasan etis yang kuat dalam pengambilan keputusan keuangan, mencerminkan bagaimana nilai-nilai agama dapat memberikan arahan yang kuat dalam aspek bisnis. Penerapan nilai-nilai ini tidak hanya memengaruhi transaksi keuangan tetapi juga membantu dalam menciptakan integritas dan keberlanjutan dalam ekosistem bisnis kuliner.

Temuan penelitian terakhir menggambarkan kesadaran yang meningkat terhadap kepatuhan regulasi pajak dan tanggung jawab sosial di kalangan pengusaha kuliner. Kesadaran ini mencerminkan pemahaman yang lebih dalam tentang peran bisnis dalam masyarakat dan pentingnya mematuhi peraturan yang berlaku. Kepatuhan ini tidak hanya terkait dengan pembayaran pajak tetapi juga dengan menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini menunjukkan komitmen pengusaha terhadap kontribusi positif mereka dalam pembangunan sosial dan ekonomi di lingkungan mereka.

Temuan penelitian menyoroti relevansi nilai-nilai spiritual transendental, khususnya dalam Islam, dalam pengelolaan keuangan bisnis kuliner. Sesuai dengan Djakfar, nilai-nilai Islam seperti keadilan, transparansi, dan penghindaran riba berpengaruh signifikan (Djakfar 2019). Ini selaras dengan pandangan Aly tentang peran agama dalam membentuk budaya dan pengaruhnya dalam berbagai aspek masyarakat, termasuk bisnis. Integrasi nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis

tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap ajaran agama, tetapi juga memberikan panduan etis dan moral dalam pengambilan keputusan (Aly 2021).

Temuan ini mendukung konsep bahwa nilai-nilai Islam seperti amanah, sabar, taqwa, dan ikhlas, sebagaimana diungkapkan oleh Azizi dan Djakfar, memiliki peran penting dalam etos kerja (Azizi 2005; Djakfar 2022). Nilai-nilai ini memengaruhi pengelolaan keuangan dan perilaku bisnis, sesuai dengan penelitian Seibert & Kraimer, yang menekankan pentingnya faktor internal seperti efikasi dan motivasi diri (Seibert and Kraimer 2001). Penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis tidak hanya membentuk perilaku etis tetapi juga mendorong keunggulan operasional.

Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *mujāhadah*, atau kerja keras dan usaha optimal dalam Islam, seperti yang dijelaskan oleh Noer dan Forster, sangat relevan dalam bisnis kuliner (Forster 2014:57; Noer 2022). Hal ini sejalan dengan pandangan al-Ghazali dan Al-Ammar *et al.*, yang memandang *mujāhadah* sebagai usaha spiritual. *Mujāhadah* dalam konteks bisnis mencerminkan perjuangan untuk mengatasi tantangan, sambil berupaya mencapai kesempurnaan dalam praktik bisnis (Al-Ammar *et al.* 2012; al-Ghazali 1993).

Pandangan al-Ghazali tentang *mujāhadah*, yang mengartikan perjuangan spiritual dalam Islam, menawarkan perspektif berharga tentang integrasi nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis. Menurut al-Ghazali, *mujāhadah* bukan hanya tentang perlawanan terhadap hawa nafsu, tetapi juga tentang pencapaian kesempurnaan spiritual dan etika. Konsep ini mencakup disiplin diri, ketekunan, dan komitmen

terhadap nilai-nilai moral dan spiritual (al-Ghazali 1993) . Dalam bisnis, terutama di sektor kuliner, ini berarti mengutamakan integritas, kejujuran, dan dedikasi.

Lebih lanjut, pendekatan al-Ghazali terhadap *mujāhadah* dalam pencapaian kesempurnaan melalui tindakan baik dan etis bisa diterapkan dalam bisnis kuliner. Ini termasuk komitmen terhadap kualitas produk, pelayanan pelanggan yang prima, dan tanggung jawab sosial. Berusaha menjaga standar tinggi dalam kualitas dan layanan, serta bertindak secara etis dan bertanggung jawab, merupakan manifestasi *mujāhadah* dalam praktek bisnis. Upaya ini tidak hanya memenuhi kebutuhan duniawi tetapi juga mencerminkan komitmen spiritual dan etika. Selanjutnya, al-Ghazali menekankan pentingnya tazkiyah al-nafs, atau penyucian jiwa, dalam perjalanan menuju kesempurnaan spiritual. Dalam konteks bisnis, ini bisa berarti perbaikan berkelanjutan secara pribadi dan profesional.

Temuan penelitian dalam bisnis kuliner menunjukkan pentingnya nilai-nilai spiritual dan etika dalam pengelolaan bisnis, yang konsisten dengan pandangan Djakfar yang menyatakan bahwa nilai-nilai spiritual, khususnya dalam Islam, memengaruhi kegiatan ekonomi. Djakfar menekankan bahwa aspek ketuhanan dalam Islam, termasuk *uluhiyyah*, *rububiyyah*, dan *tauhid*, merupakan sumber nilai utama yang mengarahkan perilaku manusia sesuai dengan ketentuan Allah. Hal ini mencerminkan integrasi nilai-nilai spiritual dalam kegiatan ekonomi, baik dalam dimensi dunia maupun akhirat, serta dalam aspek jasmani dan rohani (Djakfar 2019).

Menurut Prasetyani, pengelolaan bisnis berbasis nilai-nilai Islam mencakup tiga aspek utama: pengelolaan bisnis, karyawan, dan keuangan (Prasetyani 2018).

Dalam pengelolaan bisnis, Prasetyani menyoroti pentingnya perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi, yang sesuai dengan pandangan Rochwerger *et al.* (2009) tentang peran cloud computing dalam efisiensi manajemen sumber daya TI dan kerangka kerja analisis SWOT (Houben, Lenie, and Vanhoof 1999). Pengelolaan karyawan yang dijelaskan oleh Prasetyani mencerminkan pentingnya memperlakukan karyawan sesuai dengan ajaran Islam, yang relevan dengan penelitian Lim *et al.*, tentang pemasaran digital untuk meningkatkan keterampilan karyawan (Lim *et al.* 2017). Djakfar menemukan bahwa pedagang buah Madura di Malang memiliki etika bisnis tinggi yang dipengaruhi oleh ajaran agama dan norma budaya, mencerminkan hubungan antara nilai agama dan perilaku bisnis.

Dalam konteks pengelolaan keuangan, temuan Rudin *et al.* tentang peran analisis data dalam pengambilan keputusan bisnis sangat relevan. Dalam praktik bisnis, khususnya bagi pengusaha Muslim yang mengikuti prinsip *mujāhadah*, penerapan analisis data memungkinkan pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat dan efektif. Analisis data memberikan wawasan mendalam tentang tren pasar, kinerja keuangan, dan peluang investasi, memungkinkan pengusaha untuk membuat keputusan yang berdasarkan bukti dan informasi, bukan sekedar intuisi (Rudin *et al.* 2012). Hal ini sejalan dengan *mujāhadah* yang menekankan pada kerja keras dan usaha optimal dalam setiap aspek bisnis, termasuk keuangan. Selanjutnya, Jena menyoroti pentingnya inovasi dalam ekonomi global, yang juga berlaku dalam pengelolaan keuangan.

Pandangan Prasetyani tentang pengelolaan keuangan dalam bisnis, yang berlandaskan nilai-nilai Islam, memberikan kerangka kerja yang mendalam untuk memahami bagaimana aspek keuangan bisnis dapat dikelola dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Prasetyani menekankan bahwa pengelolaan keuangan harus melampaui pencapaian keuntungan material dan mencakup pertimbangan etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan ajaran Islam. Dalam penelitian yang berkaitan dengan bisnis kuliner, temuan serupa terungkap. Banyak bisnis kuliner yang berorientasi pada nilai-nilai Islam menunjukkan praktik pengelolaan keuangan yang tidak hanya mengutamakan profitabilitas tetapi juga keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Ini sesuai dengan pandangan Prasetyani yang menyarankan pentingnya transparansi dalam transaksi, penghindaran dari riba, dan pentingnya zakat dan sedekah sebagai bagian dari pengelolaan keuangan (Prasetyani 2018). Justifikasi dari temuan penelitian ini dapat dilihat dalam penerapan praktik keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selanjutnya, banyak bisnis ini juga mempraktikkan zakat dan sedekah sebagai bagian dari tanggung jawab sosial mereka. Hal ini tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap kewajiban religius tetapi juga komitmen untuk memberikan kembali kepada masyarakat. Praktik ini menunjukkan pemahaman bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari profitabilitas tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pengelolaan dana, bisnis-bisnis ini menunjukkan pendekatan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Penelitian sebelumnya dalam konteks pengelolaan keuangan, penelitian Sutono tentang "*Islamic Spiritual Entrepreneurship*" sangat relevan. Sutono menyoroti bahwa pengusaha dalam konteks Islam mendasarkan kegiatan kewirausahaannya pada prinsip-prinsip spiritual Islam (Sutono 2020). Dalam konteks pengelolaan keuangan bisnis kuliner di Kutai Timur, ini bisa berarti bahwa keputusan finansial dibuat dengan pertimbangan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Temuan ini dapat dijustifikasi dengan praktik bisnis di Kutai Timur yang mungkin menekankan pada penghindaran riba dan pengalokasian zakat atau sedekah, sebagai bagian dari pengelolaan keuangan mereka. Disertasi Rehan tentang "*Islamic Religion and Entrepreneurship*" membahas bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi sikap terhadap kewirausahaan. Dalam konteks pengelolaan keuangan di Kutai Timur, penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam seperti transparansi, keadilan, dan tanggung jawab dapat mempengaruhi cara pengusaha Muslim mengelola keuangan mereka. Temuan ini mungkin mencerminkan praktik keuangan di Kutai Timur, di mana pengusaha Muslim mungkin lebih fokus pada keadilan dan etika daripada hanya keuntungan.

Beberapa penelitian terdahulu yang mungkin menolak atau memberikan perspektif berbeda terhadap temuan penelitian tentang pengelolaan keuangan pengusaha Muslim di bisnis kuliner Kutai Timur, kita dapat melihat ke beberapa studi yang menawarkan pandangan alternatif atau menyoroti tantangan yang berbeda. Meskipun mungkin tidak ada penelitian yang secara langsung menolak temuan tersebut, beberapa studi dapat memberikan kontras atau nuansa yang

berbeda. Bruce R. Borquist dalam disertasinya "*The Context and Enactment of Faith-based Social Entrepreneurship*", Borquist membahas bagaimana kewirausahaan sosial berbasis agama menghadapi tantangan dalam mengelola ketegangan antara logika kesejahteraan sosial, komersial, dan agama (Borquist 2020).

Kate Valda Lewis dalam disertasinya "*A Meaningful Life: Being a Young New Zealand Entrepreneur*", Lewis menyoroti bahwa kewirausahaan seringkali lebih dari sekedar pencarian keuntungan dan bisa menjadi ekspresi pribadi yang kuat (Lewis 2009). Dalam konteks Kutai Timur, penelitian Lewis bisa menunjukkan bahwa pengusaha Muslim mungkin juga mengutamakan nilai-nilai pribadi dan identitas di atas pertimbangan keuangan murni. Ini bisa berarti bahwa sementara nilai-nilai Islam penting, keputusan finansial juga sangat dipengaruhi oleh aspirasi pribadi dan identitas, yang mungkin tidak selalu sejalan dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Meskipun penelitiannya menunjukkan sikap positif pengusaha Saudi terhadap nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan, Kayed juga mencatat adanya inkonsistensi antara sikap dan perilaku yang dipraktikkan (Kayed 2006).

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan pengelolaan keuangan berbasis nilai Islam di bisnis kuliner Kutai Timur, seperti oleh Sutono (2020) dan Muhammad Farooq Rehan (2020), menyoroti pentingnya prinsip-prinsip spiritual dan nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan, yang mencakup kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Sebaliknya, penelitian seperti Bruce R. Borquist (2020) dan Kate Valda Lewis (2009) menawarkan perspektif yang berbeda, menunjukkan

adanya tantangan dalam mengintegrasikan prinsip agama dengan realitas bisnis dan menyoroti pengaruh identitas pribadi dalam pengambilan keputusan bisnis.

Dengan demikian, kesimpulan dari pembahasan ini menggarisbawahi bahwa pengelolaan keuangan dalam bisnis kuliner di Kutai Timur oleh pengusaha Muslim, yang didasarkan pada nilai-nilai Islam, menunjukkan integrasi antara prinsip agama dan praktik bisnis. Temuan ini menemukan justifikasi dalam penelitian yang menyoroti pentingnya nilai-nilai etika dan spiritual dalam kewirausahaan. Meskipun penelitian lain menunjukkan adanya tantangan dalam mengimplementasikan nilai-nilai ini secara konsisten, terutama dalam konteks bisnis yang kompleks, temuan di Kutai Timur tetap menunjukkan sebuah model bisnis yang tidak hanya mengutamakan profitabilitas tetapi juga keberlanjutan, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

B. Dimensi *Mujāhadah*

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang dilakukan di Kabupaten Kutai Timur mengenai *mujāhadah* dalam bisnis kuliner memberikan wawasan kritis yang mendalam. Pengusaha Muslim di sana mengartikan *mujāhadah* tidak hanya sebagai usaha keras dan tekun, tetapi juga sebagai dedikasi tanpa henti, bahkan di tengah tantangan dan hasil yang tak selalu memuaskan. Mereka menggarisbawahi pentingnya kerja keras, inovasi, dan upaya maksimal dalam menjalankan bisnis, menunjukkan bahwa *mujāhadah* lebih dari sekedar mencari keuntungan finansial. Ini adalah tanggung jawab yang lebih besar terhadap keluarga dan masyarakat, mencerminkan etos bisnis yang memadukan pencapaian material dengan nilai-nilai sosial dan spiritual. Tawakal kepada Allah juga menjadi aspek krusial dari

mujāhadah dalam bisnis kuliner ini. Para pengusaha menyadari bahwa meskipun usaha keras mereka penting, hasil akhir tidak sepenuhnya berada dalam kendali mereka. Ini mengarah pada pemahaman bahwa sementara usaha manusia penting, kesuksesan akhirnya tetap bergantung pada kehendak Allah. *Mujāhadah* dalam konteks ini menjadi perpaduan unik antara kerja keras, penyerahan diri, dan doa, menegaskan keyakinan bahwa Allah akan memberikan rezeki sesuai dengan kehendak-Nya.

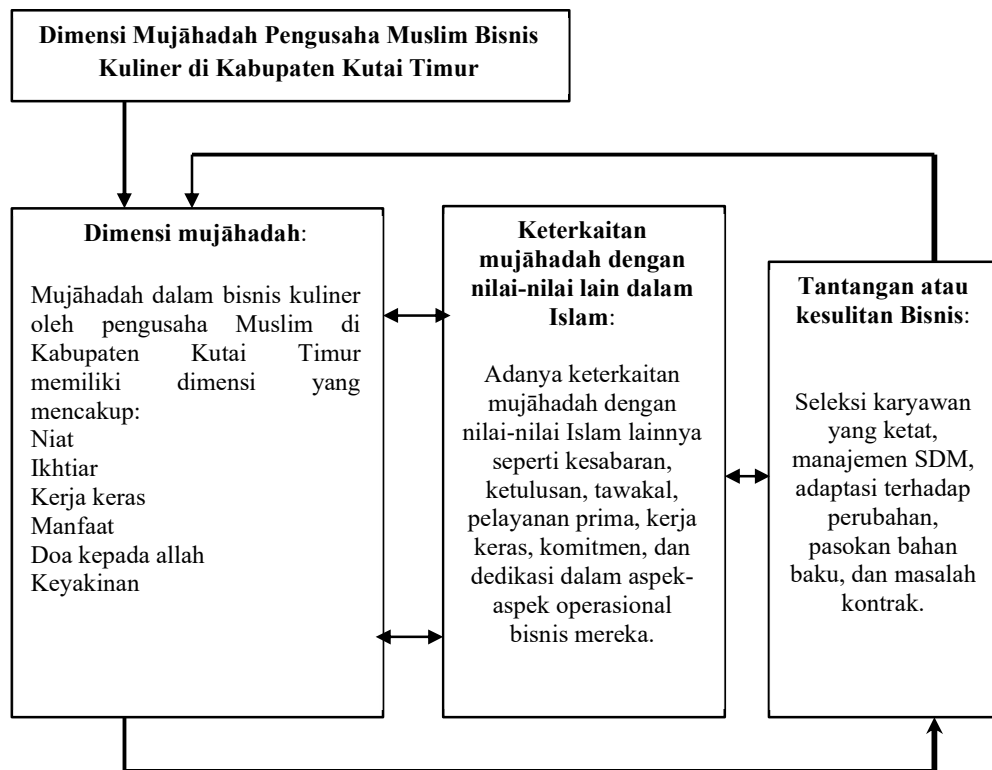
Penelitian juga menunjukkan bahwa *mujāhadah* terkait erat dengan nilai-nilai Islam lainnya dalam bisnis kuliner. Pengusaha menganggap kesabaran sebagai aspek penting dalam mengelola tantangan sehari-hari, termasuk dalam berinteraksi dengan pelanggan. Kesabaran, ketulusan, tawakal, dan pelayanan pelanggan yang prima menjadi landasan dalam menjalankan bisnis, mencerminkan pemahaman bahwa risiko dan dinamika dalam bisnis harus dihadapi dengan sikap tenang dan terkontrol. Nilai tawakal pada Allah sangat menonjol, mencerminkan pendekatan bisnis yang dibarengi dengan penerimaan dan keikhlasan terhadap hasil yang diperoleh. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana praktik bisnis dapat menyatu dengan nilai-nilai Islam, menciptakan model bisnis holistik yang berakar pada kepercayaan spiritual dan tanggung jawab sosial.

Tantangan dan kesulitan yang dihadapi oleh pengusaha bisnis kuliner sangat beragam, meliputi aspek operasional, manajemen sumber daya manusia, dan dinamika pasar. Manajemen sumber daya manusia, khususnya perekrutan, pemeliharaan, dan pengembangan karyawan, menjadi salah satu tantangan utama. Fluktuasi tenaga kerja dan kesulitan mempertahankan karyawan berkualitas

memaksa pengusaha untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan membangun hubungan keluarga dengan karyawan. Adapun dalam menghadapi perubahan tren dan kebutuhan pasar, pengusaha harus terus menerus inovatif dan responsif. Tantangan dalam pasokan bahan baku dan pengelolaan keuangan, termasuk modal awal dan beban keuangan, juga menonjol. Keterampilan dalam mengelola keuangan tanpa memberatkan bisnis dengan komitmen keuangan yang berlebihan menjadi kunci dalam menjaga kelangsungan usaha. Temuan ini menggambarkan bagaimana tantangan-tantangan ini tidak hanya dihadapi, tetapi juga diatasi melalui prinsip-prinsip *mujāhadah* yang kokoh dan adaptif.

Dengan demikian, hasil penelitian lapangan ini memberikan gambaran komprehensif tentang praktik bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur yang dipandu oleh *mujāhadah*. Kesabaran, ketulusan, tawakal, dan kualitas pelayanan menjadi nilai-nilai inti yang menguatkan etos kerja pengusaha Muslim di sana. Pengusaha ini tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan spiritual. Dalam menghadapi tantangan operasional dan manajemen sumber daya manusia, mereka menunjukkan kemampuan adaptasi yang luar biasa, di mana nilai-nilai Islam diterapkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan efisien. Tawakal kepada Allah tetap menjadi pusat dari segala usaha mereka, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil selaras dengan keyakinan dan nilai-nilai mereka. Kisah-kisah ini tidak hanya menginspirasi tetapi juga memberikan wawasan berharga tentang bagaimana nilai-nilai spiritual dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis modern. Adapun

terkait dengan hasil temuan di lapangan dapat peneliti ringkas dalam gambar berikut:



Gambar 5.2. Dimensi Mujāhadah Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur

Berdasarkan gambar di atas, penelitian ini membahas makna *mujāhadah* dalam konteks bisnis kuliner, dengan mengambil pandangan dari berbagai pengusaha berpengalaman dalam industri makanan dan minuman. *Mujāhadah*, yang mencakup niat baik, ikhtiar, kerja keras, memberi manfaat, doa kepada Allah, dan memiliki keyakinan, memiliki relevansi dan keterkaitan dengan nilai-nilai lain dalam Islam. Para pengusaha yang menjadi subjek penelitian ini menggarisbawahi pentingnya nilai-nilai Islam seperti kesabaran, ketulusan, tanggung jawab, dan tawakal pada Allah dalam menjalankan bisnis mereka. Mereka percaya bahwa hasil

akhir bisnis mereka adalah dalam kendali Allah, dan tawakal adalah salah satu nilai fundamental dalam Islam.

1. Niat sebagai Bagian *Mujāhadah*

Berdasarkan data temuan lapangan, analisis kritis terhadap temuan penelitian ini membuka wawasan tentang peran *mujāhadah* dalam bisnis kuliner, sekaligus menggali lebih dalam hubungan antara prinsip-prinsip Islam dan praktik bisnis. Pengusaha-pengusaha Muslim bisnis kuliner seperti yang telah diceritakan di atas, menunjukkan bagaimana niat baik, yang tidak hanya terfokus pada keuntungan material namun juga pada kontribusi sosial dan etika, menjadi pijakan utama dalam usaha mereka. Refleksi dari pemahaman *mujāhadah* yang mendalam ini menggarisbawahi pentingnya nilai-nilai Islam dalam membentuk landasan etis dan spiritual dalam berbisnis. Niat baik yang digabungkan dengan upaya keras dan tawakal kepada Allah menjadi karakteristik khas dalam pengelolaan bisnis mereka.

Namun, tantangan muncul ketika hasil bisnis sepenuhnya dipercayakan pada kehendak Allah, yang berisiko mengurangi perhatian pada strategi bisnis yang efektif. Meskipun *mujāhadah* mengajarkan pentingnya ikhtiar (usaha maksimal) dan tawakal (penyerahan kepada kehendak Allah), diperlukan keseimbangan agar tidak mendorong sikap pasif dalam menghadapi tantangan bisnis. Sebuah pendekatan yang lebih dinamis, yang mengakui peran aktif pengusaha dalam merencanakan dan menyesuaikan strategi bisnis, merupakan kunci untuk menghindari sikap pasif dan menjamin kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

Penelitian ini mengungkapkan peran penting *mujāhadah* dalam bisnis kuliner, khususnya dalam konteks niat, serta menggali hubungan antara prinsip-

prinsip Islam dan praktik bisnis. Pengusaha Muslim seperti Dewi Yuliana dari Lubna Cafe & Cake dan Eddy Pramono dari Edy Blangkon menempatkan niat baik sebagai fondasi utama bisnis mereka, tidak hanya untuk keuntungan material, tetapi juga untuk kontribusi sosial dan etika bisnis (al-Ghazali, 1993). Niat baik yang digabungkan dengan upaya keras dan tawakal kepada Allah menjadi karakteristik khas dalam pengelolaan bisnis mereka (al-Ghazali, 1993).

Namun, tantangan muncul ketika hasil bisnis sepenuhnya dipercayakan pada kehendak Allah, yang berisiko mengurangi perhatian pada strategi bisnis yang efektif. Diperlukan keseimbangan antara ikhtiar (usaha maksimal) dan tawakal (penyerahan kepada Allah) agar tidak mendorong sikap pasif dalam menghadapi tantangan bisnis (Asnawi, 2012). Pendekatan dinamis yang mengakui peran aktif pengusaha dalam merencanakan dan menyesuaikan strategi bisnis adalah kunci untuk menghindari sikap pasif dan menjamin kesuksesan berkelanjutan (Ningsih, 2020). Pentingnya niat baik harus diimbangi dengan manajemen yang efektif, inovasi, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Fokus yang berlebihan pada niat baik tanpa memperhatikan faktor eksternal dan tuntutan pasar dapat mengakibatkan keputusan bisnis yang kurang efisien (Sopingi, 2016). Kesabaran dan ketekunan, meskipun penting, juga harus disertai kemampuan untuk cepat beradaptasi dan responsif terhadap perubahan pasar (Sidani & Al Ariss, 2015).

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa *mujāhadah*, khususnya dalam konteks niat, memainkan peran penting dalam bisnis kuliner. al-Ghazali (1993) mengaitkan niat dengan usaha berkelanjutan dan pencapaian moral tinggi, menunjukkan *mujāhadah* sebagai perjuangan melawan hawa nafsu dan upaya

mencapai kesempurnaan spiritual. Pengusaha seperti Dewi Yuliana dan Eddy Pramono menempatkan niat baik sebagai fondasi utama dalam bisnis mereka, tidak hanya menargetkan keuntungan material tetapi juga berfokus pada kontribusi sosial dan etika bisnis (al-Ghazali, 1993).

Penelitian ini memperluas pemahaman tentang konsep kerja keras dan optimalisasi dalam Islam (Ningsih, 2020). Pengusaha seperti Mega Rindawati dari *Gummy's Food & Beverage* dan Agus Kristanto dari Resto Soto Kwali menunjukkan prinsip ini melalui usaha tak kenal lelah dalam menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi (Asnawi, 2012). Mereka mencerminkan korelasi kuat antara niat dan aksi, mengimplementasikan usaha gigih dalam bisnis mereka (Asnawi, 2012).

Al-Ghazali juga mengembangkan pandangan tentang tazkiyah al-nafs, yaitu pembersihan jiwa untuk membentuk karakter yang baik. Dalam konteks bisnis, ini tercermin dalam etika dan tanggung jawab sosial yang dijalankan pengusaha. Misalnya, mereka tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada keadilan, kejujuran, dan memperbaiki niat dalam bertransaksi, yang sesuai dengan prinsip etika bisnis al-Ghazali (Ghazanfar, 2000). Ini menunjukkan pengakuan atas pentingnya niat dalam menciptakan pengalaman kuliner yang otentik dan bermakna (Shuhari *et al.*, 2019).

Analisis terhadap *mujāhadah* dalam konteks bisnis kuliner, dengan fokus pada niat sebagai elemen inti, menunjukkan betapa pentingnya konsep etos kerja Islam yang digali oleh Abu Laits as-Samarqandi dan Imam al-Ghazali. Samarqandi (2005) menekankan lima prinsip utama untuk keberhasilan dalam berusaha: tidak

menunda kewajiban terhadap Allah, tidak mengganggu orang lain, memfokuskan niat berusaha pada kehormatan diri dan keluarga, tidak berlebihan dalam berusaha, dan menyadari rezeki sebagai anugerah Allah. Prinsip-prinsip ini tercermin dalam cara para pengusaha kuliner memandang niat dalam bisnis mereka sebagai refleksi *mujāhadah* (Samarqandi, 2005).

Djakfar (2007) dan Azizi (2005) menggambarkan etos kerja dalam Islam sebagai refleksi dari kepribadian seorang khalifah yang kreatif dan inovatif, tercermin dalam inovasi dan kreativitas pengusaha kuliner seperti Mega Rindawati dan Agus Kristanto. Mereka mengimplementasikan etos kerja tinggi dalam bisnis mereka, sesuai dengan prinsip *mujāhadah* sebagai kerja keras optimal yang diidentifikasi oleh Noer (2022). Komitmen tinggi mereka terhadap etos kerja Islam terlihat dalam indikator kerja keras dan upaya optimal yang mereka terapkan, seperti mengerahkan semua energi dan sumber daya untuk menyelesaikan tugas (Djakfar, 2007; Azizi, 2005).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dan citra kuliner lokal mempengaruhi niat wisata (Baggi, 2020). Hal ini paralel dengan cara pengusaha kuliner memanfaatkan media sosial untuk menonjolkan niat baik dan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka. Ini mencerminkan pemahaman *mujāhadah* dalam praktik bisnis yang tidak hanya fokus pada hasil material, tetapi juga kontribusi sosial yang lebih luas dan etika bisnis (Östrup Backe, 2020).

Penelitian Sutono (2020) menyoroti bagaimana kewirausahaan spiritual Islam berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Ini sesuai dengan bagaimana pengusaha kuliner mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis

mereka, mencerminkan niat untuk memberikan manfaat sosial yang lebih luas melalui bisnis mereka (Rehan, 2020). Temuan ini menggambarkan bagaimana pengusaha kuliner Muslim mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam praktik bisnis mereka, menunjukkan niat baik yang tidak hanya bertujuan untuk kesuksesan material tetapi juga untuk memenuhi tanggung jawab spiritual dan etis (Sutono, 2020).

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya niat sebagai bagian dari *mujāhadah* dalam bisnis kuliner. Melalui integrasi nilai-nilai Islam, pengusaha kuliner tidak hanya mencapai kesuksesan material, tetapi juga memperkuat komitmen mereka terhadap etika dan tanggung jawab sosial, sejalan dengan ajaran spiritual dan prinsip kewirausahaan dalam Islam (Wahab, Quazi, & Blackman, 2016). Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pengusaha kuliner Muslim menerapkan *mujāhadah* dan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis mereka, menargetkan bukan hanya kesuksesan material tetapi juga memenuhi tanggung jawab spiritual dan etis (Baggi, 2020). al-Ghazali dan Samarqandi menekankan pentingnya menggabungkan aspek spiritual dan praktis dalam bisnis, di mana niat baik merupakan fondasi moral tetapi harus diimbangi dengan inovasi dan adaptasi (Ghazanfar, 2000; Shuhari *et al.*, 2019).

Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa pengusaha kuliner Muslim menerapkan *mujāhadah* dan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis mereka, menargetkan bukan hanya kesuksesan material tetapi juga memenuhi tanggung jawab spiritual dan etis. al-Ghazali dan Samarqandi menekankan pentingnya menggabungkan aspek spiritual dan praktis dalam bisnis, di mana niat

baik merupakan fondasi moral tetapi harus diimbangi dengan inovasi dan adaptasi. Penelitian ini menyoroti niat sebagai elemen penting dari *mujāhadah* dalam bisnis kuliner, dengan integrasi nilai-nilai Islam yang memperkuat etika dan tanggung jawab sosial. Kesadaran akan hasil akhir yang ditentukan oleh Allah menunjukkan tawakkul dalam praktik bisnis, selaras dengan tentang pengaruh agama dalam kerja keras dan upaya optimal (Wahab, 2012).

2. Ikhtiar sebagai Bagian *Mujāhadah*

Berdasarkan data temuan penelitian, ikhtiar sebuah kata yang ringkas, namun kaya akan makna, merupakan inti dari *mujāhadah* yang mendalam dan mulia. Di dalam ikhtiar, terkandung sebuah perjalanan spiritual dan fisik yang penuh semangat juang, mengajarkan kita tentang keberanian, ketekunan, dan iman. Ini bukan sekadar tentang bekerja keras untuk mencapai tujuan material; ikhtiar adalah perjuangan batin untuk terus berusaha tanpa kenal lelah, meski dihadang rintangan dan ketidakpastian. Bagi mereka yang mengerti esensi *mujāhadah*, ikhtiar adalah upaya suci yang dilakukan dengan sepenuh hati, menggali potensi terdalam diri, dan menghadapinya dengan keberanian serta kesabaran yang tak tergoyahkan.

Penelitian tentang *mujāhadah* dalam bisnis kuliner menunjukkan bahwa ikhtiar, sebagai upaya maksimal dalam bisnis, adalah manifestasi nyata dari konsep *mujāhadah* seperti yang dijelaskan oleh al-Ghazali dan para cendekiawan Islam lainnya. Contohnya, Dewi Yuliana dari Lubna Cafe & Cake dan Eddy Pramono dari Edy Blangkon, menunjukkan bahwa ikhtiar dalam bisnis mereka melampaui usaha fisik atau finansial. Mereka juga menekankan pada ketekunan, adaptasi, dan kesadaran spiritual, yang mencerminkan pandangan al-Ghazali tentang relasi antara alam, manusia, dan Allah SWT. Menurut al-Ghazali, setiap tindakan, termasuk

dalam konteks bisnis, dapat dianggap sebagai bentuk ibadah, yang selaras dengan konsep bahwa aktivitas bisnis bukan hanya pencarian keuntungan, tetapi juga pelaksanaan tanggung jawab spiritual (Al-Ammar et al. 2012).

Konsep *mujāhadah*, yang mengandung unsur kerja keras dan optimalisasi sumber daya, tercermin dalam praktik bisnis para pelaku kuliner. Ini sesuai dengan pandangan Asnawi (2012) dan Ningsih (2020), yang menekankan pentingnya mengoptimalkan sumber daya yang tersedia (Asnawi 2012; Ningsih 2020:37). Dalam konteks ini, pelaku bisnis kuliner tidak hanya berfokus pada usaha fisik, tetapi juga berupaya mengintegrasikan sumber daya mental dan spiritual mereka. Hal ini sejalan dengan pemikiran Wahab, di mana *mujāhadah* tidak hanya terbatas pada aspek perjuangan fisik tetapi juga mencakup aspek ekonomi, kerja, dan pemberantasan hawa nafsu serta ambisi pribadi. Melalui pendekatan ini, *mujāhadah* dalam bisnis kuliner menjadi sebuah proses holistik yang menyatukan aspek fisik, mental, dan spiritual dalam upaya mencapai kesuksesan dan kepuasan yang lebih dalam (Wahab 2012:380).

Perbandingan dengan penelitian lain menunjukkan kesesuaian dan perluasan konsep *mujāhadah*. Busyro menekankan bahwa *mujāhadah* memerlukan kesabaran dan komitmen yang tinggi, sesuatu yang juga terlihat dalam upaya para pelaku bisnis kuliner (Busyro 2015). Hal ini menunjukkan bahwa *mujāhadah* dalam bisnis tidak hanya mencapai keberhasilan material tetapi juga kemajuan spiritual. Sejalan dengan ini, Hamid menambahkan bahwa *mujāhadah* merupakan langkah penting untuk mencapai taqwa, menunjukkan bahwa praktik bisnis yang berorientasi pada *mujāhadah* juga mencakup kemajuan spiritual (Hamid 2003).

Pemahaman Imam al-Ghazali tentang *mujāhadah* memberikan wawasan mendalam tentang konsep ini. al-Ghazali memandang *mujāhadah* sebagai usaha berkelanjutan untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual, yang tercermin dalam praktik bisnis para pelaku bisnis kuliner (Al-Ghazali 1993:286). Upaya mereka dalam menjalankan bisnis, yang melampaui sekadar pencarian keuntungan finansial, menunjukkan upaya mengatasi hawa nafsu dan mencapai kebaikan moral dan spiritual, sesuai dengan pandangan al-Ghazali.

Pemikiran al-Ghazali tentang *mujāhadah* diperkuat oleh pandangannya tentang pentingnya kerja keras dan amal baik untuk mencapai keberhasilan, baik di dunia maupun di akhirat (al-Ghazali 1993:286). Ini sesuai dengan praktik bisnis para pelaku bisnis kuliner dalam penelitian ini, yang tidak hanya berfokus pada pencapaian bisnis tetapi juga pada nilai-nilai spiritual dan etis dalam menjalankan bisnis mereka. al-Ghazali juga mengembangkan metode pemikiran baru dalam epistemologi Islam, termasuk *tazkiyah al-nafs* sebagai metode utama untuk membersihkan jiwa (Abdullah and Sharif 2019; Ismail and Uyuni 2020). Proses ini melibatkan *mujāhadah* al-nafs dan *riyāḍah al-nafs* yang bertujuan membentuk kepribadian dan karakter. Ini sejalan dengan penelitian Ismail *et al.* (2021), yang menemukan bahwa penerapan *tazkiyah al-nafs* telah terbukti meningkatkan kepribadian religius. Praktik bisnis para pelaku bisnis kuliner ini mencerminkan penerapan *mujāhadah* al-nafs dalam konteks bisnis (Ismail *et al.* 2021).

Al-Ghazali memberikan pandangan yang komprehensif tentang etika bisnis, mencakup aspek keadilan, kejujuran, dan penghindaran riba holistik (Ghazanfar 2000; Noyo Sarkun and Al-Kindely 2013; Rosia 2018). Praktik bisnis

pelaku kuliner dalam penelitian ini, yang menekankan pada keadilan, kejujuran, dan pertimbangan moral dalam transaksi, mencerminkan pandangan al-Ghazali. Pendekatan ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner tidak hanya berfokus pada pencapaian finansial, tetapi juga pada etika dan nilai-nilai moral yang memandu praktik bisnis. Ini mencerminkan pemahaman bahwa bisnis, dalam konteks Islam, merupakan lebih dari sekadar aktivitas ekonomi; ini adalah wadah untuk manifestasi nilai-nilai etis yang lebih tinggi, termasuk keadilan dan kejujuran.

Abu Laits as-Samarqandi, dalam karyanya *Tanbihul Ghafilin*, menekankan pentingnya menemukan keseimbangan antara kewajiban spiritual dan usaha duniawi, seperti yang tercermin dalam praktik bisnis pelaku bisnis kuliner (Samarqandi 2005:216). Mereka menunjukkan bagaimana berusaha tidak mengganggu orang lain dan memfokuskan niat berusaha pada pemeliharaan kehormatan, sejalan dengan pandangan Samarqandi yang mengintegrasikan aspek-aspek spiritual dan praktis dalam bisnis. Ini menyoroti bagaimana bisnis kuliner bukan hanya soal pencapaian material, tetapi juga melibatkan pemeliharaan nilai-nilai spiritual dan etis, mengingat bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah.

Dalam konteks etos kerja Islam, Djakfar (2007) dan Azizi (2005) menjelaskan bahwa etos kerja merupakan bagian esensial dari eksistensi manusia dan mencerminkan kepribadian khalifah yang kreatif dan inovatif. Etos kerja ini bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, yang mengajarkan pentingnya bekerja keras sebagai bagian dari kewajiban individu (Azizi 2005; Djakfar 2007). Praktik bisnis pelaku kuliner menunjukkan etos kerja yang tinggi, mencerminkan nilai-nilai Islam dalam tindakan mereka. Noer mengidentifikasi enam indikator etos kerja Islam,

termasuk *mujāhadah* atau kerja keras yang optimal, yang sesuai dengan praktik bisnis para pelaku kuliner ini (Noer 2022). Mereka menunjukkan bagaimana mengerahkan sumber daya dan kemampuan untuk mencapai hasil terbaik, yang sesuai dengan indikator *mujāhadah* (Forster 2014:57). Wahab juga menekankan pentingnya *mujāhadah* dalam konteks kerja keras dan upaya optimal mereka (Wahab 2012:219).

Sementara penelitian Wahab *et al.* dan Rehan *et al.* (2019) memvalidasi nilai-nilai (Rehan *et al.* 2019; Wahab *et al.* 2016). Islam, termasuk kerja keras dan upaya optimal, yang terlihat dalam praktik bisnis para pelaku ini. Mereka menunjukkan komitmen tinggi dalam mencapai tujuan dan menganggap pekerjaan sebagai bagian dari kewajiban mereka, sejalan dengan indikator *mujāhadah* yang diidentifikasi oleh Wahab dan Rehan *et al.* (Rehan *et al.* 2019; Wahab 2012:395). Ini menunjukkan bagaimana praktik bisnis kuliner, yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, mengintegrasikan tidak hanya upaya fisik dan mental, tetapi juga dedikasi spiritual dan etis, menciptakan sebuah pendekatan bisnis yang holistik dan beretika.

Sejumlah penelitian mendukung dan memperkuat pemahaman tentang ikhtiar dalam bisnis kuliner, sementara beberapa memberikan perspektif tambahan yang melengkapi pemahaman ini. Penelitian oleh Daniele Baggi (2020) dan Vickie Eileen Matson (2021) mendukung konsep ikhtiar dengan menyoroti pentingnya promosi kuliner lokal melalui media sosial dan fokus pada kepuasan pelanggan, keduanya merupakan elemen kunci dalam strategi bisnis yang sukses (Baggi 2020; Matson 2021). Sementara itu, Josefine Östrup Backe (2020) dan Sutono (2020)

menggambarkan bagaimana aspek lokal dan integrasi nilai-nilai Islam, termasuk ikhtiar, diberlakukan dalam praktik bisnis, menegaskan pentingnya pendekatan holistik yang menggabungkan keunikan lokal dan prinsip spiritual dalam bisnis kuliner (Östrup Backe 2020; Sutono 2020). Selain itu, temuan Muhammad Farooq Rehan (2020) dan Kayed (2006) menegaskan bahwa nilai-nilai Islam, termasuk ikhtiar, memainkan peran signifikan dalam mempengaruhi pendekatan dan manajemen bisnis, serta dalam mendorong produktivitas dan keberhasilan bisnis kuliner (Kayed 2006; Rehan 2020). Penelitian ini secara kolektif mendukung pentingnya ikhtiar dalam bisnis kuliner dan memberikan wawasan berharga tentang bagaimana nilai-nilai dan praktik Islam mempengaruhi niat berwirausaha dan kesuksesan bisnis.

Sementara itu, penelitian lain memberikan perspektif tambahan yang memperkaya pemahaman tentang ikhtiar. Lewis (2009) dan Maebane (2015) dalam penelitian mereka, menambahkan dimensi lain pada pemahaman ikhtiar dengan menekankan pada hubungan emosional yang mendalam antara pelaku bisnis dengan usahanya. Mereka juga membahas faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kewirausahaan, memperluas cakupan ikhtiar dari sekadar upaya bisnis menjadi upaya yang menyeluruh, mencakup aspek-aspek emosional dan lingkungan bisnis (Lewis 2009; Maebane 2015). Hoyte, melalui temuannya, memberikan wawasan tentang bagaimana ikhtiar dapat dipahami sebagai bagian integral dari proses kewirausahaan yang kompleks dan berlapis (Hoyte 2015). Ini menunjukkan bahwa ikhtiar melibatkan lebih dari sekadar upaya dan kerja keras; ia juga mencakup pemahaman dan evaluasi peluang yang terus berkembang

sepanjang siklus bisnis. Gumusay juga memberikan konfirmasi tambahan mengenai relevansi ikhtiar. Penelitiannya membantu memahami bagaimana ikhtiar berkontribusi dalam membentuk sikap dan pendekatan terhadap kewirausahaan, menunjukkan bahwa ikhtiar tidak hanya penting dalam eksekusi praktis bisnis, tetapi juga dalam pembentukan sikap mental dan strategis yang mendasarinya (Gümüşay 2015).

Dengan demikian, ikhtiar dalam bisnis kuliner dapat dipandang sebagai manifestasi praktis dari ajaran Islam seperti yang dijelaskan oleh al-Ghazali, Samarqandi, dan Wahab (2012). Ini menunjukkan bahwa upaya maksimal dan ketekunan dalam bisnis, yang dilandasi oleh nilai-nilai keagamaan, memiliki peran penting dalam mencapai kesuksesan yang holistik. Al-Ghazali memberikan pandangan bahwa ikhtiar mencakup kerja keras dan usaha spiritual, Samarqandi menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara kewajiban spiritual dan usaha duniawi, dan Wahab memberikan landasan empiris tentang pentingnya nilai kerja keras dan upaya optimal dalam Islam. Dengan demikian, ikhtiar dalam bisnis kuliner menjadi lebih dari sekedar strategi bisnis; itu adalah wujud nyata dari penggabungan nilai-nilai Islam dalam praktik kewirausahaan sehari-hari.

3. Kerja Keras sebagai Bagian *Mujāhadah*

Berdasarkan temuan penelitian, konsep kerja keras menjadi inti dari *mujāhadah*. Dalam kerja keras, terkandung bukan hanya upaya fisik, tetapi juga perjalanan batin yang mendalam, menggabungkan kesabaran, ketekunan, dan keberanian dalam menghadapi tantangan. Kerja keras dalam konteks ini melampaui sekedar pencapaian tujuan material; ini merupakan manifestasi dari perjuangan

terus-menerus, dedikasi yang tak kenal lelah untuk berkembang, baik secara pribadi maupun profesional. Pengusaha Muslim bisnis kuliner menunjukkan bahwa kerja keras lebih dari sekadar tindakan, melainkan komitmen spiritual dan emosional untuk mencapai kesempurnaan dalam setiap aspek bisnis. Kerja keras dalam konteks *mujāhadah* adalah simbol semangat yang tak pernah padam, nyala api yang terus membakar dalam jiwa, mendorong seseorang untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkembang di tengah badai kehidupan.

Konsep kerja keras dalam *mujāhadah* juga menuntut kesabaran dan komitmen yang tinggi (Chirzin and Yayan 2003:284–85). Hal ini terlihat dalam dedikasi para pelaku bisnis kuliner yang menunjukkan ketekunan dan ketabahan dalam menghadapi tantangan. Penelitian sebelumnya oleh Wahab menunjukkan bahwa jihad dan *mujāhadah* dalam Islam tidak hanya terbatas pada konsep perang, tetapi juga mencakup aspek kehidupan seperti ekonomi dan kerja, yang sejalan dengan temuan dalam penelitian ini (Wahab 2012:380). Menariknya, konsep kerja keras dalam *mujāhadah* juga berkaitan dengan upaya memerangi hawa nafsu dan ambisi pribadi, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Asnawi dan Ningsih. Hal ini tercermin dalam cara para informan mengelola bisnis mereka dengan integritas, menunjukkan upaya memurnikan jiwa melalui kerja keras dan dedikasi (Asnawi 2012; Ningsih 2020:37).

Selanjutnya, Wahab menekankan bahwa setelah melakukan upaya maksimal, manusia harus menyerahkan hasil akhir kepada Allah, sebuah konsep yang juga dibahas oleh Hamid. Hal ini mengingatkan kita pada pentingnya kerendahan hati dan kepercayaan bahwa keberhasilan akhir adalah kehendak Allah

(Hamid 2003; Wahab 2012:219). Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana para pelaku bisnis kuliner menerapkan prinsip-prinsip *mujāhadah* dalam praktiknya, memberikan bukti kuat bahwa kerja keras, sebagai salah satu aspek *mujāhadah*, tidak hanya menciptakan kesuksesan bisnis tetapi juga mengembangkan karakter spiritual dan keimanan. Temuan penelitian ini berkaitan erat dengan nilai kerja keras dalam *mujāhadah*, menemukan resonansi yang kuat dengan pandangan Imam al-Ghazali. Seperti yang diungkapkan oleh al-Ghazali, kerja keras tidak hanya merupakan upaya fisik tetapi juga perjuangan spiritual dalam mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan moral dan spiritual. Para pelaku bisnis kuliner dalam penelitian ini, seperti Dewi Yuliana dan Eddy Pramono, mempraktikkan prinsip ini dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka, yang mencerminkan pemahaman bahwa kerja keras juga merupakan bagian dari ibadah. Hal ini sesuai dengan pemahaman al-Ghazali bahwa *mujāhadah* melibatkan perjuangan berkelanjutan melawan keburukan dalam jiwa (al-Ghazali 1993).

Al-Ghazali, yang diakui sebagai Hujjat al-Islam dalam disiplin sufisme (Ismail and Uyuni 2020), mengembangkan pemikiran tentang proses tazkiyah al-nafs sebagai metode membersihkan jiwa dari penyakit spiritual. Dalam konteks bisnis, ini mencerminkan pentingnya kerja keras, kesabaran, dan konsistensi dalam mencapai perilaku dan kepribadian yang baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis kuliner, melalui praktek mereka, menerapkan prinsip-prinsip ini dalam mengatasi tantangan dan menjaga integritas dalam bisnis mereka. Menurut Abdullah dan Sharif, proses yang melibatkan *mujāhadah* al-nafs dan riyāḍah al-

nafs memiliki potensi besar dalam membentuk kepribadian dan karakter (Abdullah and Sharif 2019). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan tazkiyah al-nafs melalui mujahadatun nafs dan riyadhatun nafs meningkatkan kepribadian religius dan perilaku moral (Ismail *et al.* 2021). Para pelaku bisnis dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi perilaku bisnis mereka, yang mencerminkan penerapan prinsip *mujāhadah* dalam konteks bisnis modern.

Al-Ghazali juga menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam praktik bisnis, serta mengkritik penggunaan uang sebagai komoditas dalam perdagangan berorientasi bunga (Ghazanfar 2000; Noyo Sarkun and Al-Kindely 2013; Rosia 2018). Temuan penelitian ini mendukung pandangan ini, dengan menunjukkan bagaimana para pelaku bisnis menerapkan etika dan kejujuran dalam transaksi mereka. Etika bisnis menurut al-Ghazali, yang memperhatikan aspek keabadian (Sopingi 2016), juga tercermin dalam praktik bisnis para informan penelitian, yang tidak hanya fokus pada keuntungan duniawi tetapi juga mempertimbangkan dampak spiritual dan moral dari tindakan mereka. Al-Shafi'i *et al.* menjelaskan bahwa etika bisnis dalam Islam menawarkan solusi untuk masalah kontemporer, yang diperlihatkan dalam penelitian ini tentang bagaimana pelaku bisnis kuliner menerapkan etika Islam dalam praktek bisnis mereka (Al-Shafi'i *et al.* 2019). Sopingi (2016) dan Sidani dan Al Ariss (2015) menguraikan bahwa etika bisnis menurut al-Ghazali mencakup aspek-aspek seperti memperbaiki niat dalam berbisnis dan mempertimbangkan dampak bisnis terhadap orang lain, yang juga tercermin dalam praktik bisnis para pelaku bisnis kuliner ini. Mereka

tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga memperhatikan aspek spiritual dan moral, memadukan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek bisnis mereka (Sidani and Al Ariss 2015; Sopingi 2016).

Dari analisis ini, kita melihat bagaimana konsep kerja keras dalam *mujāhadah*, sebagaimana dipandang oleh al-Ghazali, tetap relevan dan diterapkan dalam konteks bisnis modern. Kerja keras tidak hanya dianggap sebagai kegiatan fisik, tetapi juga sebagai bagian dari perjalanan spiritual untuk mencapai kesempurnaan moral dan kedekatan dengan Allah. Para pelaku bisnis kuliner dalam penelitian ini mempraktikkan nilai-nilai ini, menunjukkan integrasi antara etika bisnis, spiritualitas, dan kinerja. Mereka menerjemahkan ajaran al-Ghazali dalam praktek bisnis mereka, menggabungkan pemahaman sufistik dan syariah, serta menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam dapat diaplikasikan dalam aktivitas ekonomi untuk mencapai kesuksesan yang tidak hanya material tetapi juga spiritual. Samarqandi dalam *Tanbihul Ghafilin* menggarisbawahi lima prinsip utama untuk keberhasilan dalam berusaha yang sejalan dengan temuan penelitian ini. Prinsip-prinsip ini, seperti tidak menunda kewajiban terhadap Allah dan fokus pada pemeliharaan kehormatan diri dalam berusaha, secara langsung berkaitan dengan praktek bisnis para pelaku kuliner yang terlibat dalam penelitian ini. Mereka menunjukkan bagaimana berusaha tidak mengganggu kewajiban spiritual mereka dan bagaimana usaha mereka berfokus pada pemeliharaan kehormatan diri dan keluarga, bukan hanya akumulasi harta (Samarqandi 2005:216).

Samarqandi, dengan pendekatan yang lebih praktis dibandingkan pandangan transendental al-Ghazali, membantu menjembatani aspek spiritual dan

sekuler dalam praktik ekonomi dan bisnis. Ini tercermin dalam bagaimana para pelaku bisnis dalam penelitian ini menyeimbangkan antara kewajiban spiritual dan kegiatan usaha mereka. Etos kerja Islam, sebagaimana dijelaskan oleh Djakfar (2007) dan Azizi (2005:35), merupakan bagian dari konsep kemanusiaan dalam Islam dan terdiri dari nilai-nilai yang membentuk kepribadian seseorang dalam bekerja. Para pelaku bisnis kuliner ini menunjukkan etos kerja yang dibentuk oleh sistem nilai Islam, yang membentuk semangat kerja mereka (Azizi 2005:35; Djakfar 2007). Noer menambahkan pemahaman tentang indikator etos kerja Islam seperti *Al-Shalah*, *Al-Itqan*, dan *Al-Ihsan*, yang semuanya berkaitan dengan praktek kerja keras dan optimal yang dilakukan oleh para pelaku bisnis kuliner. Mereka menerapkan prinsip-prinsip ini dalam menjalankan bisnis mereka, menunjukkan bagaimana etos kerja Islam dapat diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari (Noer 2022).

Wahab dan Rehan *et al.* mengidentifikasi indikator kerja keras dan upaya optimal dalam konteks *mujāhadah*. Indikator-indikator ini, seperti mengerahkan semua energi dan sumber daya untuk menyelesaikan tugas serta komitmen yang tinggi dalam mencapai tujuan, tercermin dalam cara para pelaku bisnis kuliner mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. Mereka menunjukkan dedikasi yang tinggi dalam mencapai tujuan bisnis mereka, sesuai dengan prinsip-prinsip *mujāhadah* yang dijelaskan dalam literatur (Block, Fisch, and Rehan 2020; Wahab 2012:395). Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bagaimana nilai kerja keras dan upaya optimal dalam Islam, yang terkandung dalam *mujāhadah*, diterapkan dalam praktek bisnis sehari-hari. Ini memberikan wawasan tentang bagaimana

prinsip-prinsip Islam dapat diintegrasikan dalam dunia bisnis kontemporer, dan bagaimana mereka dapat membentuk etos kerja yang berdampak positif tidak hanya pada keberhasilan bisnis tetapi juga pada pengembangan karakter individu.

Penelitian terkait bisnis kuliner menunjukkan bahwa aspek pemasaran, khususnya melalui media sosial, memegang peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen, sebagaimana diteliti oleh Baggi. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyoroti bagaimana bisnis kuliner menggunakan media sosial untuk menarik pelanggan (Baggi 2020). Sementara itu, penelitian Matson yang menggarisbawahi pentingnya kepuasan pelanggan dalam strategi restoran keluarga mendukung temuan penelitian bahwa pemilik bisnis kuliner memprioritaskan pelanggan, mencerminkan etos kerja keras dan dedikasi mereka (Matson 2021). Disertasi Östrup Backe mengenai pengalaman lokal dalam wisata kuliner dan penelitian Sutono tentang pengaruh spiritualitas Islam dalam perilaku kewirausahaan menambahkan dimensi penting pada pemahaman ini, menunjukkan bahwa nilai lokal dan spiritual memainkan peran kunci dalam pengelolaan bisnis kuliner (Östrup Backe 2020; Sutono 2020).

Penelitian Rehan yang memfokuskan pada pengaruh nilai-nilai Islam terhadap niat kewirausahaan menemukan bahwa nilai-nilai ini mempengaruhi sikap masyarakat terhadap kewirausahaan, yang sejalan dengan temuan kami. Penelitian ini mendukung gagasan bahwa nilai-nilai Islam, termasuk kerja keras dan *mujāhadah*, secara signifikan mempengaruhi pendekatan pemilik bisnis kuliner (Rehan 2020). Penelitian Kayed menunjukkan sikap positif pengusaha Saudi terhadap nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan, yang konsisten dengan temuan

penelitian mengenai pengaruh nilai-nilai tersebut dalam bisnis kuliner (Kayed 2006). Borquist mengeksplorasi bagaimana kewirausahaan sosial berbasis agama mengintegrasikan logika agama, menegaskan pentingnya nilai-nilai agama dalam bisnis. Ini sejalan dengan temuan kami bahwa pemilik bisnis kuliner mengimbangi antara keuntungan material dan kesejahteraan sosial (Borquist 2020). Lewis (2009) dan Maebane (2015) menambahkan perspektif tambahan dengan menemukan bahwa hubungan emosional antara pengusaha muda dan bisnis mereka sering melibatkan transformasi pribadi, dan bahwa faktor internal dan eksternal mempengaruhi kinerja bisnis pemuda. Ini mendukung pemahaman kami bahwa bisnis kuliner sering kali merupakan perpanjangan dari identitas pemiliknya dan bahwa berbagai faktor mempengaruhi pendekatan mereka dalam bisnis (Lewis 2009; Maebane 2015).

Hoyte menemukan bahwa proses kewirausahaan lebih kompleks dari sekadar linieritas, menggarisbawahi pandangan kami bahwa bisnis kuliner melibatkan serangkaian proses yang kompleks dan multidimensi (Hoyte 2015). Gumusay (2015) dan Faizal *et al.* (2013) menambahkan bahwa Islam membentuk kewirausahaan pada tingkat mikro dan makro dan mengajak umatnya menjadi wirausaha yang inovatif dan aktif, yang sejalan dengan temuan kami bahwa nilai-nilai Islam diintegrasikan dalam praktek bisnis kuliner. Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama dan praktik keagamaan memiliki peran penting dalam membentuk pendekatan dan niat pemilik bisnis kuliner dalam mengelola usaha mereka (Faizal et al. 2013; Gümüşay 2015).

Berbagai penelitian sebelumnya ini adalah bahwa bisnis kuliner tidak hanya beroperasi dalam ranah komersial tetapi juga terikat erat dengan aspek-aspek sosial, budaya, dan spiritual. Penelitian oleh Baggi (2020), Matson (2021), dan Östrup Backe (2020) menunjukkan bagaimana faktor-faktor seperti media sosial, kepuasan pelanggan, dan pengalaman lokal mempengaruhi bisnis kuliner. Sementara penelitian Sutono (2020), Rehan (2020), dan Kayed (2006) menekankan pentingnya nilai-nilai Islam dan spiritualitas dalam membentuk perilaku dan pendekatan kewirausahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama dan praktek keagamaan, termasuk kerja keras dan *mujāhadah*, memainkan peran penting dalam pengelolaan dan perkembangan bisnis kuliner, sebagaimana tercermin dalam penelitian Borquist (2020), Lewis (2009), dan Maebane (2015).

Temuan penelitian ini menghadirkan wawasan penting tentang integrasi nilai kerja keras dan *mujāhadah* dalam ranah bisnis kuliner, menyoroti bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diaplikasikan dalam konteks bisnis modern. Melalui kisah-kisah inspiratif pelaku bisnis kuliner seperti Dewi Yuliana dan Eddy Pramono, penelitian ini mengungkapkan bahwa *mujāhadah* bukan hanya sebatas upaya fisik; ini adalah perjuangan spiritual dan moral untuk mengatasi rintangan dengan kekuatan, ketekunan, dan keyakinan yang mendalam. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan kesuksesan ekonomi tetapi juga mengarah pada pengembangan batin dan nilai moral. Hal ini sejalan dengan pandangan al-Ghazali tentang *mujāhadah* sebagai bentuk ibadah dan perjuangan spiritual, serta penelitian oleh Rehan, Block, dan Fisch (2019), dan Gümüşay (2015), yang menekankan bahwa nilai-nilai Islam, termasuk kerja keras dan *mujāhadah*, mempengaruhi sikap dan

pendekatan dalam kewirausahaan (Gümüşay 2015; Rehan *et al.* 2019). Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa dalam *mujāhadah* terdapat bukan hanya pencapaian ekonomi tetapi juga pertumbuhan spiritual dan moral, yang merupakan aspek penting dalam dunia bisnis kontemporer.

4. Manfaat sebagai Bagian *Mujāhadah*

Temuan penelitian ini mengaitkan praktek bisnis kuliner dengan konsep *mujāhadah*, sebagaimana diinterpretasikan oleh al-Ghazali dan teori-teori modern. al-Ghazali memahami *mujāhadah* sebagai upaya spiritual dalam Islam, menekankan pentingnya kesadaran bahwa segala sumber daya adalah milik Allah dan bahwa kegiatan manusia, termasuk bisnis, adalah bentuk ibadah (Al-Ammar *et al.* 2012). Dalam konteks ini, temuan penelitian menunjukkan bagaimana pelaku bisnis kuliner mewujudkan *mujāhadah* dengan memfokuskan bisnis mereka pada manfaat sosial dan spiritual, bukan hanya keuntungan finansial. Busyro mendefinisikan *mujāhadah* sebagai pengerahan energi dan kemampuan untuk mewujudkan amal soleh, membutuhkan kesabaran dan komitmen. Ini tercermin dalam cara pelaku bisnis menangani tantangan sehari-hari dengan kesabaran dan dedikasi tinggi, menunjukkan *mujāhadah* dalam praktek bisnis (Busyro 2015:86). Mereka memperlihatkan *mujāhadah* bukan hanya dalam konteks perang, tetapi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan kerja, sejalan dengan pandangan Wahab tentang jihad yang luas cakupannya (Wahab 2012:380).

Menurut Asnawi, *mujāhadah* juga berarti kerja keras dan optimal di semua bidang. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan prinsip kerja keras dan optimalisasi sumber daya

(Asnawi 2012). Ningsih menambahkan bahwa *mujāhadah* melibatkan pengerahan semua kekuatan dan kemampuan dalam pekerjaan, juga mencakup memanfaatkan sumber daya secara optimal. Ini terlihat dalam cara pelaku bisnis mengelola sumber daya manusia dan material mereka untuk mencapai keunggulan dalam pelayanan dan produk (Ningsih 2020:37). Wahab mengaitkan pengaruh agama dalam nilai kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*) dengan peran agama dalam mengoptimalkan potensi individu. Penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai agama mempengaruhi pelaku bisnis dalam berusaha keras dan optimasi potensi untuk mencapai keunggulan (Wahab 2012:219). Hamid menyatakan bahwa *mujāhadah* adalah salah satu langkah untuk mencapai taqwa, menunjukkan bahwa nilai kerja keras ini tidak hanya menciptakan karyawan berkinerja tinggi tetapi juga orang beriman yang baik. Ini selaras dengan temuan bahwa pelaku bisnis tidak hanya fokus pada aspek komersial tetapi juga pada aspek spiritual dan sosial dalam bisnis mereka (Hamid 2003).

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana konsep *mujāhadah*, sebagaimana dipahami oleh Imam Ghazali, berdampak pada praktek bisnis kuliner kontemporer. Ghazali, dalam pemikirannya tentang *mujāhadah*, menekankan pada usaha mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual, menggambarkan proses perjuangan ini sebagai upaya berkelanjutan melawan keburukan dalam jiwa (al-Ghazali 1993). Temuan penelitian mengindikasikan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan prinsip ini dengan berfokus pada manfaat sosial dan spiritual, bukan hanya keuntungan finansial. Mereka menunjukkan usaha keras dan dedikasi dalam menjalankan bisnis, yang mencerminkan pemahaman al-Ghazali tentang

pentingnya kerja keras dalam mencapai hasil yang diinginkan. al-Ghazali, yang dikenal sebagai Hujjat al-Islam dan pengembang epistemologi Irfani, juga menekankan tazkiyah al-nafs sebagai metode utama untuk membersihkan jiwa dari penyakit rohani (Abdullah and Sharif 2019; Ismail and Uyuni 2020). Penelitian ini menemukan bahwa prinsip tazkiyah al-nafs tercermin dalam cara pelaku bisnis kuliner mengelola operasional dan interaksi sosial mereka. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan konsep mujahadatun nafs dan riyadhatun nafs berkontribusi pada perubahan perilaku dan pembentukan moral (Ismail *et al.* 2021). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan nilai-nilai ini dalam praktek bisnis mereka, menunjukkan perubahan perilaku ke arah yang lebih etis dan bertanggung jawab.

Dalam konteks kerja, al-Ghazali memandang semangat *mujāhadah* sebagai kewajiban untuk menanggalkan rasa malas dan bersikap professional (Wahab 2012:380). Penelitian ini menemukan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan nilai-nilai ini dalam manajemen waktu dan profesionalisme mereka. Konsep tawakkal yang diajarkan al-Ghazali, yaitu menyerahkan hasil akhir kepada Allah setelah berusaha maksimal, juga tercermin dalam praktek bisnis mereka. Etika bisnis, sebagai bagian penting dari ajaran Islam, juga dijelaskan oleh al-Ghazali. Ia menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, dan memperhatikan dampak bisnis terhadap orang lain (Sopingi 2016). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis ini dalam operasional mereka. Mereka tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada dampak sosial dan spiritual dari bisnis mereka, mencerminkan pemahaman al-Ghazali

tentang etika bisnis yang tidak hanya fokus pada dunia, tetapi juga mempertimbangkan aspek keabadian.

Menurut al-Ghazali, proses tazkiyah al-nafs adalah kunci dalam membersihkan jiwa dari penyakit rohani dan membangun karakter yang baik (Abdullah and Sharif 2019). Penelitian menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan konsep ini melalui mujahadatun nafs dan riyadhatun nafs, yang berkontribusi pada pembentukan karakter religius dan perubahan perilaku positif (Ismail *et al.* 2021). Ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai spiritual al-Ghazali dapat diintegrasikan dalam konteks bisnis modern. Pandangan al-Ghazali tentang etika bisnis juga relevan dengan temuan penelitian. Ia menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam praktik bisnis, serta pentingnya memperhatikan dampak bisnis terhadap orang lain (Sopingi 2016). Pelaku bisnis kuliner dalam penelitian ini menerapkan prinsip-prinsip ini dengan berfokus tidak hanya pada profitabilitas tetapi juga pada kontribusi sosial dan spiritual mereka.

Abu Laits as-Samarqandi, dalam *Tanbihul Ghafilin*, menggarisbawahi lima prinsip utama untuk keberhasilan dalam berusaha, termasuk pentingnya keseimbangan antara kewajiban spiritual dan usaha duniawi (Samarqandi 2005:216). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner mengintegrasikan prinsip-prinsip ini dalam praktik mereka. Mereka tidak hanya berfokus pada pencapaian keberhasilan materi tetapi juga memastikan bahwa usaha mereka tidak mengganggu orang lain dan selaras dengan kewajiban spiritual mereka. Samarqandi berhasil menjembatani pandangan transendental al-Ghazali dengan pandangan yang lebih berorientasi pada kehidupan duniawi, menciptakan

pandangan yang holistik dan seimbang yang sesuai dengan kebutuhan praktis dan spiritual dalam berusaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner telah menerapkan pandangan ini, mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam usaha mereka, dan memastikan bahwa kewajiban spiritual mereka tidak terabaikan.

Samarqandi, sebagai jembatan antara pandangan spiritual al-Ghazali dan pandangan sekuler lainnya, menawarkan pandangan holistik yang sesuai dengan kebutuhan praktis dan spiritual dalam berusaha (Azizi 2005:35; Djakfar 2012). Etos kerja Islam yang tercermin dalam penelitian ini mencerminkan nilai-nilai yang dianut oleh pelaku bisnis kuliner, yang membentuk semangat kerja keras sebagai kewajiban individu yang mampu. *Mujāhadah*, sebagai upaya mengerahkan segala sumber daya dan kemampuan untuk mewujudkan setiap kerja dengan optimal, juga ditekankan oleh pelaku bisnis kuliner (Forster 2014:57; Noer 2022). Penelitian Wahab *et al.* yang mengukur nilai-nilai Islam umum dan khusus, termasuk kerja keras dan usaha optimal (*mujāhadah*), memberikan indikator yang spesifik untuk mengukur nilai ini. Temuan penelitian ini sejalan dengan indikator tersebut, menunjukkan bagaimana pelaku bisnis kuliner menerapkan *mujāhadah* dalam praktek mereka (Rehan *et al.* 2019; Wahab *et al.* 2016).

Dalam konteks temuan penelitian tentang *mujāhadah* dalam bisnis kuliner, relevansinya dengan studi-studi sebelumnya menawarkan wawasan yang menarik tentang bagaimana nilai-nilai khusus mempengaruhi pendekatan dan praktik bisnis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik bisnis kuliner seperti Dewi Yuliana, Eddy Pramono, dan lainnya, mengintegrasikan *mujāhadah*, termasuk memberi manfaat kepada orang lain dan penerapan nilai-nilai Islam, dalam operasi

bisnis mereka. Hal ini mencerminkan pentingnya nilai-nilai sosial dan keagamaan dalam bisnis, bukan hanya untuk keuntungan finansial tetapi juga untuk kebaikan sosial yang lebih luas. Baggi dalam disertasinya, menyoroti bagaimana makanan kuliner lokal yang dipromosikan di media sosial dapat mempengaruhi keputusan perjalanan. Temuan ini relevan dengan cara pelaku bisnis dalam penelitian ini menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Ini tidak hanya meningkatkan bisnis, tetapi juga menonjolkan nilai-nilai kultural, yang secara tidak langsung memberikan manfaat kepada komunitas lokal dengan meningkatkan kesadaran dan minat pada destinasi mereka (Baggi 2020).

Matson dalam disertasinya menemukan bahwa pemilik restoran keluarga menerapkan strategi yang berfokus pada pelanggan, mirip dengan temuan penelitian ini dimana pemilik bisnis kuliner fokus pada pelayanan pelanggan berkualitas sebagai manifestasi dari *mujāhadah*. Ini menunjukkan bahwa penekanan pada pelanggan, yang juga merupakan bentuk memberikan manfaat kepada mereka, adalah strategi umum di banyak bisnis kuliner (Matson 2021). Östrup Backe mengungkapkan bahwa dalam wisata kuliner, konsep 'lokal' diaktualisasikan melalui tindakan seperti memposisikan profil wisata kuliner. Ini sejajar dengan bagaimana pelaku bisnis dalam penelitian ini menonjolkan aspek lokal dan komunitas, yang juga merupakan cara memberikan manfaat kepada lingkungan sekitar mereka (Östrup Backe 2020). Sutono, dalam penelitiannya tentang kewirausahaan spiritual Islam, menemukan bahwa nilai-nilai Islam mempengaruhi kegiatan bisnis. Temuan ini mendukung temuan penelitian ini tentang integrasi nilai-nilai Islam, termasuk *mujāhadah*, dalam praktik bisnis, di

mana salah satu manifestasinya adalah memberikan manfaat kepada orang lain (Sutono 2020).

Borquist dalam disertasinya menemukan bahwa dalam kewirausahaan sosial berbasis keagamaan, logika agama mempengaruhi operasi bisnis. Ini sejalan dengan temuan penelitian ini mengenai pengaruh nilai keagamaan, termasuk dalam bisnis kuliner, di mana salah satu aspeknya adalah memberikan manfaat kepada pelanggan dan masyarakat (Borquist 2020). Kate Valda Lewis (2009) dan Master Maapae Maebane (2015) menyoroti sisi emosional dan kinerja dalam kewirausahaan, mendukung temuan penelitian ini tentang penekanan pada kepuasan pelanggan dan manfaat sosial dalam bisnis kuliner, yang merupakan cara memberikan manfaat kepada orang lain (Lewis 2009; Maebane 2015). Hoyte dalam disertasinya menemukan bahwa proses kewirausahaan melibatkan pemahaman peluang bisnis secara mendalam. Ini sejajar dengan temuan penelitian ini, yang menunjukkan bagaimana pemilik bisnis kuliner terikat secara pribadi dengan bisnis mereka dan nilai-nilai yang mereka anut, termasuk *mujāhadah*, dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis. Ini mencerminkan bagaimana nilai-nilai tersebut tidak hanya membentuk strategi bisnis, tetapi juga bagaimana mereka memberikan manfaat kepada orang lain melalui pendekatan dan praktik bisnis mereka (Hoyte 2015).

Rehan (2020) dan Kayed (2006) menyoroti bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi kewirausahaan, mendukung temuan penelitian ini tentang integrasi nilai Islam dalam bisnis yang juga mengarah pada memberikan manfaat kepada orang lain (Kayed 2006; Rehan 2020). Gümüşay, dalam penelitiannya tentang

"*Entrepreneurship From Islamic Perspective*," menyimpulkan bahwa Islam membentuk kewirausahaan pada tingkat mikro dan makro. Hal ini berkaitan erat dengan temuan penelitian ini, di mana nilai-nilai Islam, termasuk *mujāhadah*, diintegrasikan dalam praktik bisnis kuliner. Ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai tersebut memandu pengusaha untuk tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memberi manfaat kepada masyarakat (Gümüşay 2015). Faizal *et al.* juga menyelidiki karakteristik pengusaha dari perspektif Islam, mendukung temuan penelitian ini tentang penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis, termasuk aspek memberi manfaat kepada orang lain sebagai bagian dari praktik bisnis mereka (Faizal *et al.* 2013). Rehan *et al.* menemukan bahwa nilai-nilai Islam dan praktik keagamaan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bagaimana *mujāhadah* mempengaruhi sikap dan pendekatan pemilik bisnis kuliner, termasuk dalam memberikan manfaat kepada pelanggan dan masyarakat (Rehan *et al.* 2019).

Dengan demikian, *mujāhadah* yang diintegrasikan dalam bisnis kuliner tidak hanya menciptakan dampak ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan spiritual masyarakat. Temuan ini sejalan dengan pemikiran al-Ghazali, Samarqandi, dan Wahab, yang menekankan pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan etis dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam berbisnis. Sebagai contoh, Dewi Yuliana, Eddy Pramono, Mega Rindawati, dan pelaku bisnis lain dalam penelitian ini, telah menunjukkan bagaimana bisnis dapat menjadi medium untuk menerapkan *mujāhadah*, di mana memberikan manfaat kepada orang lain menjadi fokus utama. Pemikiran al-Ghazali

tentang *mujāhadah*, yang diartikan sebagai upaya spiritual untuk memerangi keburukan batin dan mencapai kebaikan, tercermin dalam cara pelaku bisnis ini mengedepankan manfaat sosial dan spiritual dalam operasi mereka. Begitu pula, pandangan Samarqandi tentang keseimbangan antara tugas spiritual dan dunia, serta penekanan Wahab pada peran agama dalam mengoptimalkan potensi individu, mendukung praktik bisnis yang ditemukan dalam penelitian ini. Pelaku bisnis kuliner ini tidak hanya mengejar keberhasilan material, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dalam pendekatan mereka, memberikan manfaat yang lebih luas bagi pelanggan dan komunitas mereka.

5. Doa sebagai Bagian *Mujāhadah*

Data temuan penelitian menyoroti pentingnya *mujāhadah* dalam bisnis, menunjukkan peran esensial doa dalam perjalanan pengusaha Muslim pemilik bisnis kuliner. Dengan hati yang tulus dan tekad yang kuat, mereka mengintegrasikan kerja keras dengan doa kepada Allah, menciptakan sinergi yang menggugah antara usaha manusia dan kepercayaan spiritual. Penelitian ini mengeksplorasi *mujāhadah*, sebuah konsep perjuangan spiritual dalam Islam yang dipaparkan oleh al-Ghazali (Al-Ammar *et al.* 2012), dalam konteks bisnis kontemporer. al-Ghazali menekankan pentingnya menginternalisasi pemahaman bahwa segala sesuatu adalah milik Allah dan tindakan manusia di dunia ini adalah bentuk ibadah. Penelitian ini menggali bagaimana konsep ini diaplikasikan oleh para pelaku bisnis modern dalam menjalankan usahanya. Mengaitkan dengan teori *mujāhadah*, kita melihat bagaimana para pengusaha ini tidak hanya berjuang dalam aspek material, tetapi juga spiritual, menjadikan setiap upaya bisnis sebagai bentuk

ibadah kepada Allah (Zunaidi 2022). Konsep *mujāhadah* yang melibatkan kerja keras, kesabaran, dan komitmen tinggi, sebagaimana dipaparkan oleh Busyro (2015:86) dan Ningsih (2020:37), terlihat jelas dalam praktik bisnis para pelaku yang diteliti. Mereka tidak hanya mengerahkan seluruh energi dan kemampuan dalam usaha material, tetapi juga dalam aspek spiritual melalui doa dan tawakkal kepada Allah. Ini beresonansi dengan pandangan Wahab tentang pengaruh agama dalam mempengaruhi individu untuk mengoptimalkan potensi mereka (Wahab 2012:219).

Bandingkan dengan penelitian Hamid, yang menyatakan bahwa *mujāhadah* adalah salah satu langkah untuk mencapai ketakwaan. Penelitian ini menunjukkan bagaimana para pelaku bisnis tidak hanya mencari kinerja tinggi, tetapi juga integritas dan ketakwaan dalam setiap aspek usaha mereka (Hamid 2003). Mereka mempraktikkan nilai-nilai kerja keras dan *mujāhadah*, seraya menyerahkan hasil akhir kepada Allah, menggambarkan kesadaran spiritual yang dalam. Penelitian ini juga menantang pandangan yang lebih konvensional tentang bisnis yang hanya berfokus pada aspek material. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang mungkin memisahkan aspek spiritual dari usaha material, penelitian ini menunjukkan integrasi yang kuat antara keduanya. Ini adalah sebuah ilustrasi yang menggugah hati tentang bagaimana bisnis, dalam konteks spiritualitas Islam, tidak hanya soal profit dan kerja keras, tetapi juga soal kerendahan hati, doa, dan pengakuan atas kekuasaan Allah.

Penelitian ini menyelami *mujāhadah* yang dikembangkan oleh Imam al-Ghazali, menyatukan konsep usaha spiritual dan material dalam upaya mencapai

kesempurnaan. Al-Ghazali memandang *mujāhadah* sebagai perjuangan melawan hawa nafsu, menekankan pentingnya kerja keras dalam mencapai tujuan baik duniawi maupun ukhrawi (al-Ghazali 1993:286). Temuan ini menunjukkan bagaimana pemikiran al-Ghazali tentang kerja keras sebagai sarana mencapai ganjaran akhirat telah beresonansi dalam praktek bisnis kontemporer. Pemikiran al-Ghazali tentang integrasi antara sufisme dan syariah (Ismail and Uyuni 2020) tercermin dalam praktik bisnis yang tidak hanya berfokus pada keuntungan material, tetapi juga pada pengembangan spiritual. Proses tazkiyah al-nafs, yang berarti penyucian jiwa dari penyakit rohani, dipraktikkan melalui konsep mujahadatun nafs dan riyadhatun nafs (Abdullah and Sharif 2019), yang terlihat dalam etos kerja dan tawakkul para pelaku bisnis dalam penelitian ini. Penelitian Ismail *et al.* yang menunjukkan bagaimana *mujāhadah* meningkatkan kepribadian religius dan perubahan perilaku di kalangan mahasiswa Muslim, mendukung temuan ini (Ismail *et al.* 2021). Al-Junaid An-Naisaburi dan ahli sufisme lainnya mendefinisikan *mujāhadah* sebagai usaha spiritual yang tinggi, yang mencerminkan praktek para pelaku bisnis yang berusaha mengimbangi kehidupan material dengan pertumbuhan spiritual (An-Naisaburi 2007:289–90).

Etika bisnis dalam Islam, seperti yang dijelaskan oleh al-Ghazali, mengandalkan prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, dan menghindari riba (Ghazanfar 2000; Noyo Sarkun and Al-Kindely 2013; Rosia 2018). Hal ini terlihat dalam praktek bisnis para pelaku dalam penelitian ini, yang tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga pada nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial. Al-Ghazali juga menyarankan agar etika bisnis tidak hanya fokus pada dunia, tetapi juga

mempertimbangkan aspek keabadian (Sopingi 2016). Ini sesuai dengan temuan penelitian bahwa para pelaku bisnis tidak hanya berorientasi pada keberhasilan material, tetapi juga pada pencapaian spiritual dan kebahagiaan ukhrawi. Mereka melihat bisnis sebagai sarana ibadah dan tawakkal kepada Allah, menggabungkan *mujāhadah* dalam upaya mereka.

Abu Laits as-Samarqandi, dalam karyanya *Tanbihul Ghafilin*, mengajarkan prinsip-prinsip penting untuk keberhasilan dalam berusaha, yang mencerminkan keseimbangan antara kewajiban spiritual dan usaha duniawi (Samarqandi 2005:216). Dalam konteks ini, penelitian ini menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip Samarqandi diterapkan dalam praktik bisnis kontemporer, menekankan pentingnya tidak mengorbankan kewajiban kepada Allah karena urusan usaha, menjaga etika dalam berinteraksi dengan orang lain, serta mengingat bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah. Sementara al-Ghazali menekankan spiritualitas dan transendensi, Samarqandi menyediakan jembatan antara aspek spiritual dan sekuler, menawarkan pandangan holistik dan seimbang yang relevan dengan kehidupan duniawi tanpa mengabaikan nilai-nilai spiritual. Ini tercermin dalam etos kerja Islam, yang merupakan cerminan dari konsep Islam tentang kemanusiaan (Djakfar 2007). Etos kerja ini, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, menekankan pentingnya bekerja keras dan menganggap usaha sebagai bagian dari ibadah (Azizi 2005:35).

Penerapan etos kerja Islam, seperti yang dijelaskan oleh Noer (2022), mencakup indikator seperti Al-Shalah, Al-Itqan, Al-Ihsan, pentingnya memperhatikan waktu, serta tantangan dan bantuan. Ini sejalan dengan definisi

mujāhadah oleh Forster sebagai perjuangan dengan diri sendiri menuju perbaikan diri. Penelitian ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai ini diterapkan dalam praktik bisnis, dengan mengintegrasikan konsep tawakkul dan taqwa dalam pengambilan keputusan bisnis (Forster 2014:57). Penelitian Wahab *et al.* yang mengukur 25 nilai Islam umum dan spesifik menunjukkan bahwa kerja keras dan usaha optimal adalah salah satu dari 13 nilai Islam yang divalidasi (Wahab *et al.* 2016). Rehan *et al.* juga menekankan nilai-nilai ini dalam penelitian mereka. Dalam konteks bisnis yang diteliti, *mujāhadah* menjadi fokus, di mana para pelaku bisnis menunjukkan komitmen yang tinggi untuk mencapai tujuan, sejalan dengan indikator (Rehan *et al.* 2019).

Beberapa penelitian sebelumnya yang menyoroti bagaimana konsep *mujāhadah* dalam Islam yang meliputi kerja keras dan upaya optimal, tidak hanya diartikan sebagai aksi nyata dalam dunia bisnis, tetapi juga terintegrasi dengan praktik spiritual seperti doa kepada Allah. Hal ini terlihat dalam penelitian Sutono, yang menemukan bahwa kewirausahaan spiritual Islam melibatkan lebih dari sekadar aspek material bisnis; para pengusaha juga menekankan pentingnya doa dan kepercayaan kepada Allah dalam pencapaian bisnis mereka (Sutono 2020). Temuan penelitian Ini beresonansi dengan penelitian Rehan, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam, termasuk aspek spiritual seperti doa dan tawakkal kepada Allah, berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat berwirausaha. Hal ini menggarisbawahi bahwa dalam bisnis, keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh usaha fisik dan strategi bisnis, tetapi juga oleh aspek spiritual seperti doa, yang dipandang sebagai sarana memohon petunjuk, kekuatan, dan keberkahan dari Allah

(Rehan 2020). Kayed juga menemukan bahwa di Arab Saudi, sikap positif terhadap peran nilai-nilai Islam, termasuk praktik doa, dalam mempromosikan produktivitas melalui kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa doa bukan hanya praktik pribadi, tetapi juga bagian dari etos bisnis yang lebih luas, di mana keberhasilan bisnis dianggap berkorelasi dengan dukungan spiritual dan keberkahan dari Allah (Kayed 2006).

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana *mujāhadah* dalam Islam, yang melibatkan kerja keras dan usaha optimal, tidak hanya termanifestasi dalam aksi dan strategi bisnis, tetapi juga terintegrasi dalam praktik spiritual seperti doa kepada Allah. Dari pandangan al-Ghazali tentang *mujāhadah* sebagai perjuangan melawan hawa nafsu dan pencapaian kesempurnaan spiritual (al-Ghazali 1993:286), hingga pendekatan Samarqandi yang menyeimbangkan kewajiban spiritual dan usaha duniawi, temuan ini menggarisbawahi pentingnya doa sebagai bagian esensial dari usaha dalam Islam (Samarqandi 2005:216).

Pelaku bisnis seperti Dewi Yuliana, Eddy Pramono, dan Mega Rindawati, dalam penelitian, menunjukkan bahwa *mujāhadah* dalam bisnis melampaui kerja keras material; ini juga melibatkan doa yang mendalam, sebagai pengakuan bahwa keberhasilan akhir berada di tangan Allah. Doa, dalam konteks ini, bukan sekadar ritual, tetapi menjadi sarana untuk memohon petunjuk, kekuatan, dan keberkahan dalam setiap langkah bisnis. Penelitian Rehan (2020) dan Kayed (2006) menegaskan bahwa nilai-nilai Islam, termasuk praktik doa, memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa doa dan kegiatan spiritual lainnya dianggap sebagai bagian integral dari proses

kewirausahaan, memberikan bimbingan dan kekuatan untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang. Pada akhirnya, penelitian ini bukan hanya analisis akademik, tetapi juga kisah-kisah yang menggugah hati tentang kekuatan doa dan kerendahan hati dalam kesuksesan. Ini mengingatkan kita bahwa di balik setiap usaha bisnis, ada elemen keimanan dan spiritualitas yang mendalam, di mana kesuksesan sejati seringkali terletak pada keseimbangan antara kerja keras dan doa kepada Allah. Kisah-kisah ini memberikan inspirasi dan mengingatkan kita bahwa di tengah hiruk pikuk dunia bisnis, ada kekuatan tersembunyi yang sering terabaikan: doa sebagai bagian dari *mujāhadah*, yang mengangkat usaha manusia menjadi sesuatu yang luar biasa.

6. Yakin sebagai Bagian *Mujāhadah*

Temuan penelitian ini mencerminkan bagaimana keyakinan dan pemahaman tentang konsep ini memberikan inspirasi dan panduan bagi mereka yang berbisnis dengan integritas dan dedikasi. Dalam pemahaman al-Ghazali, seorang cendekiawan Islam terkemuka, setiap Muslim dilahirkan dengan dua kesadaran penting. Pertama, mereka harus menyadari bahwa segala sesuatu di dunia ini adalah milik Allah SWT, dan kepemilikan manusia bersifat relatif. Kedua, manusia diciptakan untuk melayani Allah, sehingga setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia dianggap sebagai bentuk peribadatan. Ini memiliki implikasi langsung dalam aktivitas bisnis Muslim, di mana pekerjaan mereka dianggap sebagai tindakan ibadah kepada Allah SWT (Zunaidi 2022).

Konsep *mujāhadah* juga diartikan sebagai upaya sungguh-sungguh untuk memerangi hawa nafsu dan ambisi pribadi, menjadikan jiwa bersih dan murni, serta

memungkinkan pengetahuan hakiki tentang Allah dan kebesarannya. Dalam konteks bisnis, hal ini menggambarkan bagaimana para pelaku bisnis berusaha untuk menjalani bisnis mereka dengan integritas yang tinggi, menghindari perilaku buruk, dan memprioritaskan nilai-nilai spiritual dalam setiap aspek pekerjaan mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *mujāhadah* dalam Islam tidak terbatas pada konsep perang, tetapi juga mencakup aspek-aspek kehidupan yang lebih luas seperti ekonomi, kerja, dan perjuangan melawan perilaku buruk (Wahab 2012:380). *Mujāhadah* juga dapat diartikan sebagai kerja keras dan upaya optimal (Asnawi 2012; Ningsih 2020:37). Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa para pelaku bisnis Muslim menjalani bisnis mereka dengan semangat *mujāhadah*, melibatkan kerja keras, mobilisasi sumber daya, dan komitmen tinggi. Mereka meyakini bahwa integritas dalam bisnis adalah bentuk perjuangan spiritual.

Dalam konteks nilai kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*), temuan penelitian ini juga mencerminkan bahwa karyawan dapat menyerahkan keputusan akhir kepada Tuhan setelah melakukan usaha sungguh-sungguh dan mengoptimalkan sumber daya yang ada. Ini adalah tindakan ibadah dan perasaan rendah hati bahwa hanya Tuhan yang memiliki kekuatan absolut di mana setiap orang harus percaya (Hamid 2003). Kerja keras dan usaha optimal (*mujāhadah*) juga dihubungkan dengan pencapaian ketakwaan. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan dalam *mujāhadah* tidak hanya akan menciptakan karyawan yang berkinerja tinggi, tetapi juga individu yang beriman dan bertanggung jawab. Penelitian sebelumnya juga mendukung konsep ini dengan menunjukkan bahwa

nilai-nilai spiritual dan etika berpengaruh positif terhadap bisnis dan kinerja individu. Namun demikian, beberapa penelitian sebelumnya mungkin memiliki pandangan yang berbeda atau menolak konsep *mujāhadah* dalam konteks bisnis. Penting untuk mencatat bahwa konsep ini sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai agama dan kepercayaan pribadi, sehingga pendekatan yang berbeda dapat menghasilkan hasil yang berbeda. Meskipun demikian, temuan penelitian ini secara kuat mengindikasikan bahwa bagi para pelaku bisnis Muslim yang mengamalkan konsep *mujāhadah*, keyakinan ini memberikan motivasi dan panduan yang kuat dalam menjalani bisnis dengan integritas, komitmen, dan nilai-nilai spiritual yang tinggi. Ini adalah landasan yang menginspirasi bagi semua individu yang mencari kesuksesan dalam bisnis dan kehidupan dengan tujuan yang lebih tinggi.

Pemikiran dan ajaran Imam Ghazali tentang konsep *mujāhadah* telah membentuk landasan kuat bagi pemikiran dan praktek spiritual dalam Islam. Konsep ini, yang mendorong perjuangan berkelanjutan melawan keburukan dalam jiwa, tetap relevan dalam pencarian kebaikan moral dan spiritual. Imam Ghazali memandang *mujāhadah* sebagai usaha untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual. Pandangan ini mencerminkan bahwa kerja keras dan perjuangan dalam mencapai tujuan spiritual adalah bagian integral dari keyakinan Islam. Imam Ghazali juga memberikan analogi yang kuat untuk pentingnya kerja keras dalam pencapaian tujuan, baik dalam konteks duniawi maupun ukhrawi. Ia mengibaratkan bahwa hasil yang diinginkan tidak akan tercapai tanpa usaha dan kerja keras, seperti halnya tidak ada anak tanpa perkawinan dan hubungan suami-istri, tidak ada hasil panen tanpa penanaman benih. Ini menunjukkan bahwa dalam

pandangan Imam Ghazali, usaha adalah kunci dalam mencapai hasil yang diinginkan, dan hal ini berlaku dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis (al-Ghazali 1993:286). Selain itu, nilai-nilai Islam yang ditekankan oleh Imam Ghazali, seperti penahanan diri, keadilan, kesabaran, dan kejujuran, memiliki dampak positif dalam konteks bisnis dan nilai-nilai etika. Ini mencerminkan konsep bahwa etika bisnis dalam Islam tidak hanya harus memperhatikan aspek duniawi, tetapi juga mempertimbangkan aspek keabadian. Memelihara modal utama, yaitu agama dan eksistensi dalam diri, adalah prinsip yang dipegang tinggi. Imam Ghazali membagi etika bisnis menjadi prinsip-prinsip yang mencakup berbagai aspek, termasuk niat yang baik, ketaatan terhadap hukum, dan memperhatikan dampak bisnis terhadap orang lain (Sopingi 2016).

Pengaruh dan posisi Imam Ghazali yang menonjol dalam disiplin sufisme membuatnya mendapatkan gelar Hujjat al-Islam. Ia mengintegrasikan Sufisme dan fiqh (syariah) dalam pemikiran Islamnya, mengembangkan metode pemikiran baru yang dikenal sebagai epistemologi Irfani. Konsep tazkiyah al-nafs (pemurnian jiwa) menjadi fokus utama untuk membersihkan jiwa dari penyakit rohani dan mencapai perubahan perilaku yang baik (Abdullah and Sharif 2019). Ini mencerminkan bagaimana konsep *Mujāhadah* dapat membentuk karakter individu dan membimbing mereka pada jalan menuju Allah. Penelitian sebelumnya juga mendukung konsep ini. Terdapat bukti empiris bahwa penerapan tazkiyah al-nafs melalui konsep *mujahadatun nafs* (perjuangan melawan hawa nafsu) dan *riyadhatun nafs* (latihan rohani) dapat meningkatkan kepribadian religius dan berkontribusi pada perubahan perilaku positif (Ismail *et al.* 2021). Selain itu,

pemikiran ekonomi Imam Ghazali, yang menekankan keadilan, kejujuran, dan penghindaran riba dalam praktik bisnis, memiliki relevansi yang kuat dalam konteks ekonomi Islam yang etis (Ghazanfar 2000; Noyo Sarkun and Al-Kindely 2013; Rosia 2018). Hal ini mencerminkan bagaimana konsep kerja keras (*mujāhadah*) dalam Islam dapat mengarah pada praktik bisnis yang etis.

Abu Laits as-Samarqandi dalam karyanya *Tanbihul Ghafilin* menjadi penting karena menggarisbawahi lima prinsip utama untuk keberhasilan dalam berusaha. Prinsip pertama, yang menekankan pentingnya tidak menunda atau mengurangi kewajiban terhadap Allah karena urusan usaha, mencerminkan bahwa dalam Islam, kewajiban spiritual tetap menjadi prioritas utama. Prinsip kedua, yang menekankan bahwa berusaha tidak boleh mengganggu orang lain, mencerminkan nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis. Prinsip ketiga, yang memfokuskan niat berusaha pada pemeliharaan kehormatan diri dan keluarga, menyoroti pentingnya tujuan yang lebih mulia dalam berusaha daripada sekadar akumulasi kekayaan. Prinsip keempat, yang menekankan pentingnya tidak memaksakan diri terlalu keras, mengingatkan bahwa seimbang antara usaha dan kesejahteraan pribadi adalah kunci. Prinsip kelima, yang menyadari bahwa rezeki adalah anugerah dari Allah, mengajarkan kerendahan hati dan rasa syukur dalam berusaha.

Pandangan Abu Laits as-Samarqandi ini memberikan perspektif praktis tentang bagaimana nilai-nilai spiritual Islam dapat diintegrasikan dalam berusaha. Ia berhasil menjembatani kesenjangan antara aspek spiritual dan sekuler, menawarkan pandangan yang holistik dan seimbang yang sesuai dengan kebutuhan

praktis dan spiritual dalam berusaha, sekaligus tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Ini mencerminkan kemampuan Islam untuk memberikan pedoman moral yang kuat dalam dunia bisnis yang seringkali penuh dengan tantangan etika. Samarqandi juga dapat dilihat sebagai jembatan penting antara pandangan transendental al-Ghazali dan pandangan-pandangan lain yang lebih sekuler dalam konteks berusaha. al-Ghazali menekankan spiritualitas dan transendensi dalam praktik ekonomi dan bisnis, sementara Samarqandi mengintegrasikan aspek-aspek ini dengan prinsip-prinsip praktis yang lebih berorientasi pada kehidupan duniawi. Ini menunjukkan bagaimana Islam memiliki kemampuan untuk menggabungkan nilai-nilai spiritual dengan praktik bisnis yang etis dan relevan.

Selain itu, penelitian ini juga menghubungkan temuan tentang etos kerja Islam dengan konsep *mujāhadah*. Etos kerja dalam Islam merupakan cerminan pribadi seorang khalifah yang bekerja dengan kemampuan konseptual yang kreatif dan inovatif. Konsep *mujāhadah*, yang mencakup kerja keras dan upaya optimal, menjadi salah satu aspek penting dari etos kerja ini. Dengan mengerahkan semua sumber daya dan kemampuan untuk mencapai tujuan, individu dapat mencapai keberhasilan dalam bisnis dan kehidupan sehari-hari. Konsep ini juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang mengajarkan tanggung jawab, kedisiplinan, dan ketekunan dalam bekerja. Dalam konteks penelitian sebelumnya, terdapat penelitian yang mendukung temuan ini. Wahab *et al.* dan Rehan *et al.* telah mengidentifikasi nilai kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*) sebagai salah satu dari beberapa nilai Islam yang relevan dalam konteks etika kerja (Rehan *et al.* 2019; Wahab *et al.* 2016). Temuan ini konsisten dengan konsep Abu Laits as-

Samarqandi dan konsep *mujāhadah* yang ditemukan dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat kesimpulan bahwa konsep *mujāhadah* memiliki landasan yang kuat dalam Islam dan relevan dalam konteks etika kerja.

Temuan ini juga sejalan dengan temuan beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian oleh Baggi, dalam disertasinya mengungkapkan bahwa makanan lokal yang ditampilkan di media sosial dapat memodifikasi niat perjalanan para pecinta makanan dan wisata, menunjukkan pengaruh motivasi makanan dan motivasi konsumsi makanan lokal terhadap niat berwisata (Baggi 2020). Begitu pula, penelitian oleh Rehan menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam mempengaruhi sikap masyarakat terhadap kewirausahaan dan niat berwirausaha melalui sikap, yang mencerminkan pandangan positif terhadap kewirausahaan. Ini menggambarkan bagaimana nilai-nilai etika kerja dalam Islam memiliki landasan yang kuat (Rehan 2020). Namun, tidak semua penelitian sebelumnya sejalan dengan temuan ini. Studi oleh Kayed di Arab Saudi mengungkapkan inkonsistensi antara sikap positif pengusaha terhadap nilai-nilai Islam dan realitas lanskap kewirausahaan yang tidak selalu memadai dalam mendukung kewirausahaan berbasis nilai (Kayed 2006). Ini menunjukkan bahwa pengaruh nilai-nilai Islam dalam konteks kewirausahaan dapat bervariasi tergantung pada faktor-faktor lingkungan. Demikian juga, penelitian oleh Lewis menyoroti bahwa pengusaha muda Selandia Baru merasa bahwa bisnis adalah bagian integral dari identitas mereka yang sesuai dengan nilai, sikap, dan aspirasi mereka, menunjukkan bahwa hubungan antara nilai dan kewirausahaan sangat personal dan subjektif (Lewis 2009).

Dalam rangkaian penelitian yang beragam ini, penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi dampak nilai-nilai agama dan praktik keagamaan dalam membentuk sikap dan perilaku kewirausahaan, baik yang positif maupun yang tidak sejalan dengan nilai-nilai agama tersebut. Namun, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa etika kerja dalam Islam, khususnya konsep kerja keras dan upaya optimal (*mujāhadah*), memiliki relevansi yang kuat dalam praktik bisnis dan kewirausahaan. Ini adalah panggilan untuk berusaha dengan integritas, komitmen, dan ketulusan, sambil menjaga nilai-nilai moral dan spiritual yang kuat. Dalam dunia bisnis yang seringkali penuh dengan tantangan etika, Islam memberikan panduan yang berharga untuk mencapai kesuksesan yang sejati. Semoga penelitian ini menginspirasi kita semua untuk berusaha dengan nilai-nilai yang benar dan meraih kesuksesan yang hakiki, serta menjaga integritas dalam setiap langkah perjalanan kita.

Dalam kesimpulan akhir penelitian, dapat disimpulkan bahwa keyakinan memainkan peran yang sangat penting dalam konteks *mujāhadah* dalam dunia bisnis. Keyakinan, yang berakar dalam spiritualitas dan kepercayaan kepada yang Maha Kuasa, bukan hanya menjadi konsep abstrak, tetapi juga merupakan sumber motivasi yang kuat bagi para pelaku bisnis. Keyakinan pada Allah atau keyakinan dalam tujuan dan nilai-nilai bisnis memberikan arah, kekuatan, dan dorongan untuk berusaha keras dalam menghadapi tantangan. Selain itu, keyakinan juga memotivasi pelaku bisnis untuk berpegang pada nilai-nilai inti bisnis, seperti integritas, etika, dan tanggung jawab sosial. Hal ini mencakup keyakinan pada diri sendiri dan keyakinan pada tim, menekankan pentingnya kerja sama dan

kepercayaan dalam mencapai kesuksesan bisnis. Dalam konteks bisnis, keyakinan juga mencakup keyakinan dalam nilai-nilai bisnis yang lebih tinggi, seperti integritas, kualitas produk dan layanan, dan manfaat bagi masyarakat. Konsep *mujāhadah* dalam Islam memberikan inspirasi dan panduan bagi mereka yang berbisnis dengan integritas dan dedikasi. Pemikiran Imam Ghazali tentang kerja keras, etika, dan nilai-nilai Islam yang mencerminkan pandangan spiritualitas dapat menjadi dasar yang kuat dalam membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

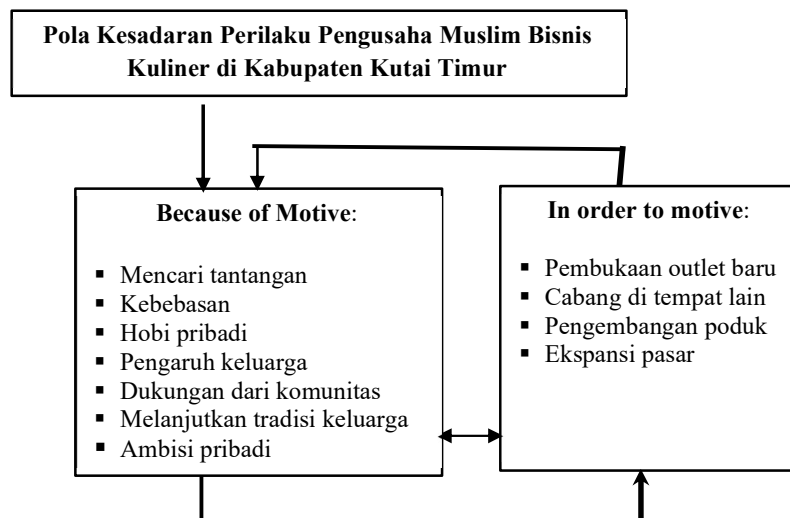
C. Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner

1. Because of Motive

Dalam konteks bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, perilaku pengusaha Muslim dapat dianalisis melalui lensa Alfred Schutz, khususnya konsep *because of motive* dan *in order to motive*. Para pengusaha Muslim bisnis kuliner ini, yang tergerak oleh *because of motive*, memulai usaha mereka berlandaskan pengalaman masa lalu, baik yang bersifat personal maupun yang terkait dengan keluarga. Misalnya, beberapa di antara mereka beralih dari pekerjaan rutin ke wirausaha karena mencari kebebasan, kreativitas, atau karena terinspirasi oleh anggota keluarga yang telah sukses dalam bisnis. *Because of motive* ini berkaitan dengan pengaruh masa lalu dalam keputusan saat ini. Banyak pengusaha di Kutai Timur terdorong oleh pengalaman pribadi atau keluarga dalam memulai bisnis mereka. Misalnya, pengalaman sebagai karyawan yang merasa terbatas, dorongan untuk memiliki kebebasan dalam berbisnis, atau terinspirasi oleh keluarga yang telah berhasil dalam bisnis. Pengaruh lingkungan dan budaya keluarga, di mana nilai-nilai kewirausahaan dan kemandirian ditanamkan sejak dini, juga menjadi

faktor penting. Beberapa pengusaha menggambarkan bagaimana mereka terinspirasi oleh orang tua atau kerabat yang telah sukses dalam bisnis, mendorong mereka untuk mengikuti jejak yang sama.

Sementara aspek *in order to motive* juga tampak jelas dalam aspirasi mereka, dimana banyak pengusaha memiliki rencana dan harapan jangka panjang untuk usaha mereka, seperti ekspansi bisnis, pembukaan cabang baru, ekspansi pasar, dan meningkatkan kontribusi sosial dan ekonomi. *In order to motive* ini berkaitan dengan tujuan dan aspirasi masa depan. Para pengusaha ini tidak hanya fokus pada pencapaian finansial, tetapi juga pada kontribusi sosial dan pengembangan komunitas. Mereka memiliki visi untuk mengembangkan bisnis mereka, baik dalam bentuk ekspansi geografis maupun diversifikasi produk. Harapan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan komunitas sekitar menjadi motivasi utama. Keinginan untuk menyediakan lapangan pekerjaan, berkontribusi pada ekonomi lokal, dan memberikan produk berkualitas tinggi kepada pelanggan juga menjadi bagian dari motivasi mereka. Adapun terkait dengan hasil temuan di lapangan dapat peneliti ringkas dalam gambar berikut:



Gambar 5.3. Pola Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur perspektif Alfred Szucht

a. Mencari Tantangan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi memulai bisnis kuliner bervariasi di antara pemilik usaha, dengan banyak yang merasa bosan dan tidak puas sebagai karyawan. Pengalaman masa lalu yang monoton dan kurang memuaskan sebagai karyawan menjadi pendorong utama untuk menjalani bisnis yang memberikan kebebasan, interaksi sosial, dan kepuasan dalam mengelola usaha sendiri. Penelitian ini mengidentifikasi prinsip-prinsip keadilan, kemurahan hati, dan kerjasama sebagai panduan utama perilaku pengusaha Muslim, sesuai dengan ajaran Al-Qur'an (Elfakhani and Ahmed 2013). Pengusaha Muslim di Kutai Timur mengejar tujuan bisnis mereka sambil mempertahankan integritas moral dan menerapkan nilai-nilai seperti kebaikan dan kedermawanan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur didorong oleh motif yang berakar pada nilai-nilai Islam, seperti taqwa, prioritas pada halal, dan kepedulian terhadap kesejahteraan (Faizal *et al.* 2013). Mereka tidak hanya fokus pada keuntungan materi, tetapi juga berkomitmen pada prinsip-prinsip Islam dalam operasi bisnis mereka. Penelitian juga menyoroti bahwa agama, termasuk Islam, dapat memberikan nilai-nilai yang mempengaruhi motivasi individu untuk bekerja keras dan berusaha optimal (Ng *et al.* 2005).

Namun, masih ada kesenjangan dalam pemahaman tentang bagaimana nilai kerja keras dan upaya optimal berinteraksi dengan faktor-faktor psikologis individu (Seibert and Kraimer 2001). Islam mendorong individu untuk bekerja keras karena diampuni oleh Allah SWT, dan nilai kerja keras merupakan bagian integral dari etos kerja Islam (Azizi 2005). Ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang

bagaimana nilai-nilai agama dapat memengaruhi perilaku individu dalam konteks bisnis kuliner.

Pada penelitian yang telah dilakukan, terdapat fokus yang kuat pada motif dan perilaku pengusaha Muslim, khususnya dalam konteks mencari tantangan. Dalam konteks ini, motif sebab mengacu pada pengalaman masa lalu yang memengaruhi tindakan seorang pengusaha, sementara motif *in order to* mengacu pada tujuan masa depan yang menjadi dorongan bagi tindakan mereka (Schutz 1967). Selain itu, pendekatan Schutz yang menggabungkan fenomenologi dengan sosiologi interpretatif dapat menjadi landasan yang penting untuk memahami tindakan manusia dalam konteks sosial dan motivasi (Siswanto 2019). Dalam hal ini, pengusaha Muslim mungkin merespons tantangan karena pengalaman masa lalu mereka dalam menghadapi kesulitan atau tantangan yang serupa, atau mereka mungkin memiliki tujuan masa depan yang ingin mereka capai dengan mengatasi tantangan tertentu.

Kajian penelitian sebelumnya telah memberikan pemahaman yang berharga tentang faktor-faktor yang memotivasi individu untuk menjadi pengusaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa motif menjadi pengusaha tidak hanya dipengaruhi oleh ciri-ciri psikologis mendasar, tetapi juga oleh faktor-faktor kognitif dan sosial (Muzzetto 2021). Misalnya, beberapa motivasi utama untuk menjadi pengusaha termasuk keinginan untuk perubahan yang berdampak dan kebutuhan untuk mengamankan mata pencaharian di tengah peluang kerja yang terbatas (Chandler 2022; Iskandar 2015). Dalam konteks ini, pengusaha mencari tantangan karena

melihatnya sebagai kesempatan untuk menghasilkan perubahan yang signifikan, baik bagi diri mereka sendiri maupun bagi masyarakat secara lebih luas.

Penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, mengintegrasikan aspek perilaku, faktor-faktor yang mempengaruhi, dan nilai-nilai Islam dalam sebuah kerangka kerja yang koheren. Melalui penerapan fenomenologi Schutz, penelitian ini tidak hanya menyoroti perilaku pengusaha Muslim tetapi juga memperjelas bagaimana perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keterampilan, pengetahuan, pengalaman, motivasi, dan niat, serta bagaimana ini semua terkait dengan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kemurahan hati, dan kerjasama, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana nilai-nilai dan ajaran Islam memengaruhi tindakan pengusaha Muslim dalam lingkup kewirausahaan (Elfakhani and Ahmed 2013). Temuan penelitian juga menunjukkan adanya korelasi positif antara latar belakang keluarga dan kepemilikan bisnis (Ajayi, Kayode, and Ajayi-oluajayi 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa pengusaha mungkin terdorong untuk mencari tantangan dalam bisnis mereka karena pengaruh dari latar belakang keluarga yang mendorong mereka untuk meraih kesuksesan melalui kewirausahaan.

Terdapat sejumlah penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan temuan penelitian ini. Pertama, penelitian oleh Daniele Baggi menyoroti pengaruh makanan dalam memodifikasi niat perjalanan para pecinta makanan dan wisata (Baggi 2020). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang juga mengkaji pengaruh makanan, tetapi dalam konteks pemilihan karier bisnis kuliner oleh

pemilik bisnis Muslim. Selanjutnya, penelitian oleh Matson menekankan strategi pemilik restoran keluarga dalam mempertahankan bisnis mereka (Matson 2021). Hal ini mendukung konsep bahwa dukungan keluarga dan pemahaman akan nilai-nilai Islam dapat memotivasi pemilik bisnis kuliner untuk mencapai kesuksesan dan berkelanjutan, yang juga menjadi temuan dalam penelitian ini.

b. Kebebasan

Temuan penelitian tentang motif kebebasan dalam konteks bisnis kuliner dihubungkan dengan pandangan al-Ghazali tentang *mujāhadah*, yang merupakan usaha untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual. Konsep *mujāhadah* menunjukkan bahwa nilai kerja keras dan upaya optimal memiliki dimensi spiritual, di mana individu berjuang untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual (al-Ghazali 1993). Hal ini relevan untuk penelitian ini karena menggambarkan *mujāhadah* tidak hanya sebagai usaha fisik dalam bisnis, tetapi juga sebagai perjuangan spiritual. Dalam prakteknya, ini berarti bahwa pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur tidak hanya berfokus pada strategi bisnis dan pertumbuhan, tetapi juga pada pengembangan pribadi dan spiritual, serta penyerahan dan kepercayaan kepada Tuhan. Ini membawa dimensi tambahan ke dalam pemahaman kita tentang bisnis, di mana kesuksesan diukur tidak hanya dalam istilah material, tetapi juga dalam pencapaian spiritual dan etis.

Pembahasan temuan penelitian tentang motif kebebasan dalam konteks bisnis kuliner dihubungkan dengan pemikiran al-Ghazali dan pandangan Wahab tentang *mujāhadah* (perjuangan) dalam Islam, yang menekankan dimensi spiritual dari kerja keras dan upaya optimal. Menurut al-Ghazali, dalam pemikirannya yang

mendalam tentang *mujāhadah*, menggambarkannya sebagai upaya untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual. Pandangan ini menyoroti bahwa nilai kerja keras dan upaya optimal tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang penting (al-Ghazali 1993). Dalam konteks penelitian ini, hal ini menunjukkan bahwa pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur tidak hanya berfokus pada strategi bisnis dan pertumbuhan materi, tetapi juga pada pengembangan pribadi dan spiritual, serta penyerahan dan kepercayaan kepada Tuhan. Menurut Wahab, nilai kerja keras dan upaya optimal dalam Islam mencakup aspek spiritual dan moral dalam berbisnis (Wahab 2012:380). Pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kutai Timur diidentifikasi mengintegrasikan *mujāhadah* sebagai bagian dari pendekatan holistik mereka dalam bisnis, yang melibatkan dedikasi tinggi, kesabaran, dan kepercayaan kepada Tuhan. Temuan penelitian mencerminkan bahwa para pengusaha tidak hanya berusaha mencapai keberhasilan material, tetapi juga memastikan bahwa usaha mereka sejalan dengan nilai-nilai Islam, seperti amanah dan adil.

Motif kebebasan yang diperlihatkan oleh pengusaha Muslim bisnis kuliner dapat dikaitkan dengan berbagai kajian yang menyoroti perilaku pengusaha dan motivasi di berbagai konteks sosial dan budaya. Dalam kaitannya dengan pendekatan fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz, terdapat pemahaman mendalam tentang bagaimana motif kebebasan memengaruhi tindakan dan orientasi waktu pengusaha. Pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenologi sosial memberikan landasan penting dalam memahami perilaku pengusaha Muslim. Schutz menekankan pada pentingnya memahami fenomena sosial melalui

interpretasi, di mana tindakan sosial merupakan refleksi dari pengalaman masa lalu, sekarang, dan masa depan. Konsep Schutz tentang *because motive* dan *in order to motive* menyoroti pentingnya memahami motif di balik tindakan individu dalam konteks waktu (Muzzetto 2006). Hal ini sesuai dengan temuan penelitian bahwa motif kebebasan, baik itu untuk menghindari rutinitas yang monoton maupun untuk mengejar keinginan pribadi, dapat mencerminkan orientasi waktu seseorang, baik itu terhadap masa lalu yang ingin ditinggalkan atau masa depan yang ingin dicapai.

Pandangan Schutz tentang hubungan antara makna, tindakan, dan motif dengan waktu juga relevan dalam konteks motif kebebasan pengusaha Muslim. Konsep *because of motive* menunjukkan bahwa tindakan seseorang mencerminkan pengalaman masa lalu dan motif di baliknya, sementara *in order to motive* menggambarkan tujuan yang diinginkan di masa depan. Dalam konteks bisnis kuliner, motif kebebasan dapat tercermin dalam tindakan untuk menghindari rutinitas yang monoton (*because of motive*) dan untuk mencapai kemandirian dan kesuksesan di masa depan (*in order to motive*). Selain itu, pemikiran Schutz tentang hubungan antara motif dan perilaku bawah sadar menyoroti peran penting motif kebebasan dalam membentuk identitas dan orientasi tindakan individu. Schutz menekankan bahwa tindakan seseorang mencerminkan pemahaman diri dan peran dalam masyarakat (Schutz and Luckmann 1973). Dalam konteks pengusaha Muslim, motif kebebasan dapat menjadi pendorong utama dalam memilih jalur kewirausahaan sebagai bentuk ekspresi diri dan pencapaian tujuan hidup yang lebih besar.

Penelitian oleh Chandler menunjukkan bahwa motif kebebasan dan kemandirian adalah faktor utama yang mendorong individu untuk terlibat dalam kewirausahaan (Chandler 2022). Temuan ini mendukung pemahaman bahwa motif kebebasan adalah pendorong utama bagi pengusaha Muslim bisnis kuliner dalam memilih karier wirausaha. Studi yang mengkaji pengusaha Muslim, seperti yang dilakukan oleh Fauzia, menyoroti pentingnya nilai-nilai Islam dalam membentuk perilaku bisnis mereka (Fauzia 2018). Temuan ini menegaskan bahwa nilai-nilai seperti keadilan dan kemandirian sering kali sejalan dengan motif kebebasan dalam praktik bisnis pengusaha Muslim. Selain itu, penelitian oleh Iskandar menunjukkan bahwa faktor-faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan persaingan pasar dapat menjadi hambatan bagi pengusaha dalam mengejar kebebasan dalam berbisnis (Iskandar 2015). Temuan ini menyoroti bahwa motif kebebasan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan bisnis. Penelitian oleh Mitchell menunjukkan bahwa motif finansial dan motif pencapaian juga dapat memengaruhi perilaku pengusaha (Mitchell 2004). Temuan ini menunjukkan bahwa motif kebebasan mungkin tidak selalu menjadi faktor utama dalam memotivasi pengusaha, terutama jika ada motif-motif lain yang lebih dominan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa motif kebebasan menjadi salah satu faktor utama yang memotivasi pengusaha Muslim untuk terlibat dalam bisnis kuliner. Pandangan awal yang negatif terhadap bisnis kuliner, yang kemudian berubah melalui dukungan dari lingkungan dan perkembangan bisnis, menunjukkan bagaimana motif kebebasan berkaitan erat dengan keinginan untuk meraih kemandirian dan mengatasi pandangan stereotip. Selain itu, integrasi nilai-

nilai Islam, seperti keadilan dan kemandirian, dalam praktik bisnis pengusaha Muslim bisnis kuliner menambah dimensi spiritual dan moral dalam pemahaman motif kebebasan. Hal ini sejalan dengan pemikiran al-Ghazali tentang *mujāhadah* sebagai perjuangan spiritual (Al-Ammar *et al.* 2012), yang menunjukkan bahwa motif kebebasan tidak hanya berfokus pada aspek materi, tetapi juga pada pencapaian kesempurnaan spiritual.

c. Hobi pribadi

Data temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan untuk berbisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk dukungan keluarga, pengalaman masa lalu, dan nilai-nilai pribadi. Dalam konteks kajian *mujāhadah* oleh al-Ghazali, konsep ini secara mendalam menekankan perjuangan atau usaha spiritual dalam kehidupan, termasuk dalam berbisnis. al-Ghazali (Al-Ammar *et al.* 2012) mengartikan *mujāhadah* sebagai upaya menyeluruh dalam mencapai amal soleh, yang sangat relevan dengan cerita para pengusaha yang berjuang melawan keraguan dan hambatan untuk mencapai kesuksesan. Konsep *mujāhadah* tidak hanya berkaitan dengan aspek spiritual tetapi juga dengan kerja keras dan komitmen dalam bisnis, sesuai dengan pandangan Asnawi yang mengartikan *mujāhadah* sebagai pengerahan seluruh energi dan kemampuan dalam mewujudkan amal soleh, termasuk dalam konteks bisnis. Hal ini sesuai dengan riwayat pekerjaan dan pengalaman penjual makanan di Freeport yang diceritakan oleh peneliti, dimana upaya keras dan pemanfaatan peluang menjadi kunci sukses (Asnawi 2012).

Penelitian sebelumnya oleh Wahab yang mengkaji aspek jihad dalam kehidupan sehari-hari, termasuk ekonomi dan kerja, menunjukkan bahwa konsep perjuangan dalam Islam meliputi berbagai aspek kehidupan, mendukung gagasan bahwa bisnis dapat dianggap sebagai bagian dari *mujāhadah* (Wahab 2012:380). Sementara itu, Ningsih menegaskan bahwa *al-mujāhadah* dalam konteks kerja berarti mengerahkan semua kekuatan dan kemampuan, mengoptimalkan sumber daya yang ada, yang sangat berkaitan dengan temuan penelitian tentang pentingnya kerjasama antara suami dan istri dalam bisnis dan dukungan keluarga (Ningsih 2020). Jika dikaitkan dengan konteks fenomenologi Alfred Schutz, perilaku pengusaha Muslim dapat dilihat sebagai hasil dari interpretasi mereka terhadap pengalaman hidup dan interaksi sosial (Alfred Schutz 1972). Schutz memperkenalkan kita pada ide bahwa individu memberikan makna kepada tindakan mereka berdasarkan pengalaman masa lalu dan harapan masa depan, sebuah konsep yang tergambar jelas dalam keputusan dan motivasi pengusaha Muslim untuk berbisnis. Namun, perjuangan mereka juga menyoroti pentingnya *because motive* dan *in order to motive* dalam mendorong tindakan individu, menunjukkan bagaimana pengalaman masa lalu dan aspirasi masa depan saling terkait dalam membentuk keputusan mereka (Siswanto 2019).

Dukungan keluarga dan hobi pribadi memainkan peran penting dalam perjalanan berbisnis pemilik usaha. Dukungan finansial dan emosional yang diberikan oleh pasangan memberikan keyakinan kepada pemilik usaha untuk mengejar impian mereka. Pengaruh orang tua juga terlihat dalam pengambilan keputusan bisnis, karena beberapa pemilik usaha mendapatkan inspirasi dari

pengalaman bisnis keluarga mereka. Ini menggambarkan pentingnya dukungan keluarga dalam meraih kesuksesan dalam berbisnis (Mitchell 2004). Namun, tidak semua penelitian sepakat dengan pandangan positif ini. Beberapa studi menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti kondisi pasar dan hambatan regulasi seringkali lebih menentukan kesuksesan bisnis daripada faktor internal atau dukungan sosial (Chandler 2022). Meskipun demikian, temuan penelitian ini menantang pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa, bagi pengusaha Muslim, kekuatan iman dan dukungan sosial-spiritual dapat mengatasi hambatan eksternal tersebut.

Temuan oleh Ajayi *et al.* tentang determinan sosio-kultural dari perilaku kewirausahaan di Kano, Nigeria, menyoroti bagaimana nilai-nilai budaya dan dukungan sosial dari keluarga dan komunitas mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan kewirausahaan. Temuan ini membuktikan bahwa dalam konteks sosial di mana bisnis dijalankan, dukungan keluarga dan kekuatan hobi atau kepentingan pribadi bertindak sebagai motivator utama dan stabilisator dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi (Ajayi *et al.* 2022). Altinay dalam penelitiannya mengeksplorasi hubungan antara budaya pengusaha dengan perilaku kewirausahaan perusahaan, memberikan wawasan tentang bagaimana nilai-nilai kultural, yang seringkali diperkuat dalam konteks keluarga, berkontribusi pada pembentukan perilaku kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa hobi yang didukung oleh keluarga tidak hanya memperkuat motivasi intrinsik tapi juga mengintegrasikan nilai-nilai budaya yang mendukung perilaku kewirausahaan (Altinay 2008).

d. Pengaruh keluarga

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan keluarga dan latar belakang wirausaha memainkan peran penting dalam kesuksesan pemilik bisnis kuliner. Salah satu pengusaha Muslim memiliki keturunan dengan jiwa dagang dan mendapatkan dukungan kuat dari keluarga, merupakan cerminan dari konsep *mujāhadah* dalam Islam sebagaimana dijelaskan oleh al-Ghazali. *Mujāhadah*, yang artinya perjuangan atau usaha spiritual, tidak hanya terbatas pada aspek ibadah formal tetapi juga merambah ke dalam aktivitas duniawi seperti berbisnis, di mana setiap usaha dipandang sebagai bentuk ibadah (Al-Ammar *et al.* 2012). Semangat dan dukungan keluarga dalam cerita Ibu Trisna mencerminkan bagaimana nilai-nilai Islam tentang kerja keras, *mujāhadah*, dan tawakkul (berserah diri kepada Allah) diinternalisasi dan diwujudkan dalam praktek bisnis sehari-hari.

Menurut al-Ghazali, setiap usaha manusia harus dilandasi oleh niat yang tulus untuk mencari ridha Allah dan sebagai salah satu cara untuk mendekatkan diri kepada-Nya, yang pada akhirnya akan memberikan kesuksesan tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat (al-Ghazali 1993). Ibu Trisna, dengan mengambil inspirasi dari latar belakang keluarganya dan mengintegrasikan nilai-nilai tersebut dalam bisnisnya, menunjukkan bagaimana *mujāhadah* dapat termanifestasi dalam bentuk kerja keras, inovasi, dan ketekunan. Pandangan ini sejalan dengan Abu Laits as-Samarqandi, yang mengemukakan pentingnya keseimbangan antara berusaha keras dalam mencari rezeki dan mempertahankan komitmen spiritual kepada Allah (Samarqandi 2005:216). Cerita Ibu Trisna menggambarkan bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata, di mana ia tidak hanya

berfokus pada aspek material dari bisnisnya tetapi juga pada pembangunan karakter dan hubungan sosial yang harmonis, baik dengan keluarga maupun komunitas sekitar.

Perjalanan kewirausahaan, seperti yang dialami oleh Ibu Trisna, mengungkapkan esensi dari apa yang Alfred Schutz (1972) dan para peneliti lain seperti Siswanto (2019), Masi (2020), dan Schlembach (2020) telah eksplorasi dalam kajian fenomenologi sosial: bahwa pengalaman hidup, dukungan keluarga, dan interaksi sosial membentuk dasar dari motivasi kewirausahaan (Masi 2020; Schlembach 2020; Siswanto 2019). Kisah Ibu Trisna, yang mendapatkan dukungan dari keluarga meski dihadapkan pada keraguan dari beberapa pihak, menunjukkan bagaimana "jiwa dagang" yang tertanam dalam warisan keluarga dan pengalaman kolektif memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan untuk berbisnis. Ini menegaskan temuan Waldenfels tentang moralitas tersembunyi dalam kehidupan sehari-hari, di mana keputusan untuk memulai bisnis tidak hanya didasarkan pada kalkulasi ekonomi tetapi juga pada nilai-nilai yang dianut dalam kehidupan sehari-hari dan komunitas (Waldenfels 2014).

Keterlibatan Ibu Trisna dalam komunitas dan seminar, yang memperkuat semangat dan memberikan dukungan yang dibutuhkan, mencerminkan pentingnya jaringan sosial dan pembelajaran kolektif dalam memajukan kewirausahaan, sebuah aspek yang ditonjolkan dalam penelitian oleh Iivonen *et al.* dan Belcourt, yang menunjukkan bahwa interaksi dan pembelajaran sosial memperkuat inovasi dan keberanian dalam mengambil risiko (Belcourt 1987; Iivonen *et al.* 2011). Kontras dengan penelitian yang menekankan pada aspek individu kewirausahaan,

kisah Ibu Trisna menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah fenomena yang terjalin dalam jaringan sosial, dukungan keluarga, dan pengalaman hidup yang beragam, yang sejalan dengan pendekatan fenomenologi Schutz dalam memahami perilaku sosial.

e. Dukungan Komunitas

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa dukungan keluarga, komunitas, dan dedikasi pribadi memainkan peran penting dalam kesuksesan pemilik bisnis kuliner Muslim. Kisah Yasmin Abdul Muis, pemilik Jasmine Cake, menggambarkan perjalanan seorang ibu rumah tangga yang menemukan kebahagiaan dan peluang dalam kehangatan dapurnya. Berawal dari kebiasaan memasak untuk arisan, Yasmin melihat peluang bisnis saat pesanan mulai mengalir dari sekretaris PT Kaltim Prima Coal. Meski harus menimbang antara tanggung jawab rumah tangga dan hasrat berbisnis, Yasmin memutuskan untuk melangkah maju dengan dukungan dari keluarga dan teman-temannya. Komunitas Tangan di Atas (TDA) menjadi titik balik penting, memberikan Yasmin mentor dan pengetahuan bisnis yang dibutuhkannya. Kisahnya menunjukkan bagaimana seorang wanita dapat meraih mimpi-mimpinya sambil tetap setia pada nilai dan tanggung jawab keluarga. Dedikasi Yasmin dalam memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya melalui usahanya mencerminkan perjuangan spiritual dan semangat untuk kesempurnaan, sejalan dengan konsep *mujāhadah* yang ditekankan oleh al-Ghazali (al-Ghazali 1993). Penelitian ini menekankan bahwa dukungan komunitas dan pembelajaran berkelanjutan adalah kunci penting dalam perjalanan sukses para pemilik bisnis kuliner Muslim.

Konsep *mujāhadah*, seperti yang dijelaskan oleh al-Ghazali dan dipraktikkan oleh Yasmin, menunjukkan bahwa keberhasilan dan rezeki yang diperoleh melalui usaha keras dalam berdagang merupakan bentuk ibadah dan persembahan kepada Allah (Al-Ammar *et al.* 2012; Zunaidi 2022). Ini menggarisbawahi pentingnya niat dan upaya dalam setiap langkah usaha, dimana setiap tantangan dihadapi dengan kesabaran dan kepercayaan bahwa hasil akhir terletak di tangan Allah. Pendekatan Yasmin dalam menjalankan bisnis, yang diawali dari memberikan yang terbaik untuk keluarga dan berkembang menjadi sebuah usaha yang sukses, mencerminkan nilai-nilai Islam tentang penahanan diri, kedisiplinan, dan ketulusan yang disebutkan oleh al-Ghazali. Abu Laits as-Samarqandi, melalui prinsip-prinsip utama untuk keberhasilan dalam berusaha, memberikan pandangan yang lebih luas terkait dengan etika dan keseimbangan dalam berbisnis menurut Islam. Pandangan Samarqandi tentang tidak menunda kewajiban terhadap Allah karena urusan usaha, serta pentingnya menjaga kehormatan diri dan keluarga, sangat relevan dengan cerita Yasmin. Ini menunjukkan bahwa dalam Islam, berusaha bukan hanya tentang mencari keuntungan materi tetapi juga memelihara nilai-nilai spiritual dan kewajiban sosial (Samarqandi 2005:216).

Perjalanan Yasmin Abdul Muis dalam membangun Jasmine Cake menjadi simbol nyata dari *mujāhadah*, konsep perjuangan spiritual dalam Islam yang ditekankan oleh al-Ghazali. Keberanian Yasmin untuk memulai bisnis dari aktivitas memasak sederhana di rumah, dan kemudian berkembang menjadi usaha yang diakui oleh sekitarnya, mencerminkan esensi dari *mujāhadah*—berusaha

keras dalam mencari rezeki melalui jalan yang halal dan diridhai Allah (Al-Ammar *et al.* 2012; Asnawi 2012; Ningsih 2020). Kajian fenomenologi Alfred Schutz memberikan wawasan tentang bagaimana pengalaman sosial dan interaksi Yasmin dengan Komunitas Tangan di Atas (TDA) membantu dalam mengembangkan bisnisnya. Pendekatan fenomenologis ini, yang mengakui pentingnya pengalaman subjektif dan makna dalam aktivitas sosial, menunjukkan bagaimana dukungan komunal dan belajar dari pengalaman orang lain dapat menjadi aset berharga dalam perjalanan kewirausahaan (Masi 2020; Schlembach 2020; Siswanto 2019).

Pandangan Yasmin tentang rezeki sebagai pintu yang Allah buka untuk umat-Nya mengingatkan kita pada pandangan al-Ghazali tentang usaha dan kerja keras sebagai bentuk ibadah. Kepercayaan ini mengakar dalam nilai-nilai Islam yang mengajarkan bahwa keberhasilan tidak hanya diukur dari hasil material, tetapi juga dari kepatuhan dan keimanan kepada Allah (Hamid 2003; Wahab 2012:380). Penelitian sebelumnya tentang perilaku pengusaha Muslim menunjukkan bahwa motivasi untuk berwirausaha sering kali berasal dari kombinasi faktor internal seperti keinginan untuk mandiri, serta faktor eksternal seperti dukungan keluarga dan komunitas (Ajayi *et al.* 2022; Mitchell 2004). Yasmin Abdul Muis dan Jasmine Cake merupakan cerminan dari temuan ini, di mana keputusannya untuk berbisnis tidak hanya didorong oleh keinginan pribadi untuk berkembang tetapi juga oleh dukungan kuat dari komunitasnya.

Penggabungan konsep *mujāhadah* dalam Islam, seperti yang diinterpretasikan oleh al-Ghazali, dengan fenomenologi Alfred Schutz. Yasmin Abdul Muis, melalui pengalamannya membangun Jasmine Cake, mengilustrasikan

bagaimana perjuangan dan kepercayaan spiritual, bersanding dengan dukungan sosial dan komunitas, membentuk fondasi kuat dalam perjalanan kewirausahaan. Keberhasilannya tidak hanya mencerminkan kekuatan internal dan keyakinan pribadi tetapi juga pentingnya lingkungan sosial yang mendukung dan berbagi pengetahuan. Ini menegaskan temuan penelitian sebelumnya yang menyoroti kompleksitas motivasi kewirausahaan yang melampaui aspirasi material untuk mencakup aspek spiritual dan komunal. Dengan demikian, kisah Yasmin dan Jasmine Cake menjadi sumber inspirasi yang menunjukkan bagaimana integrasi antara keyakinan, komunitas, dan usaha dapat menciptakan jalur menuju kesuksesan yang berkelanjutan dan bermakna.

f. Melanjutkan Tradisi Keluarga

Temuan penelitian ini mengungkap bahwa dukungan keluarga, inovasi, dan keberanian untuk menempuh jalur yang berbeda merupakan faktor kunci dalam kesuksesan bisnis kuliner. Konsep *mujāhadah* yang dijelaskan oleh al-Ghazali dan praktik spiritual lainnya dalam Islam tidak hanya mengajarkan tentang perjuangan melawan hawa nafsu tetapi juga tentang bagaimana menghadapi tantangan dalam kehidupan, termasuk dalam berbisnis (Al-Ammar *et al.* 2012; al-Ghazali 1993). Mega Rindawati menerapkan konsep ini dalam setiap langkah yang diambil, di mana setiap keputusan bisnis bukan hanya dianggap sebagai upaya untuk mencapai keuntungan material tetapi juga sebagai bagian dari ibadah dan perjuangan spiritual untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT (Zunaidi 2022). Kisah Mega juga menyoroti pentingnya bersungguh-sungguh dan optimal dalam bekerja (Asnawi 2012; Ningsih 2020), di mana ia tidak hanya berusaha keras dalam merintis dan

mengembangkan bisnisnya tetapi juga selalu mencari cara untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada. Ketergantungan pada Allah SWT setelah berusaha sekuat tenaga menunjukkan sebuah tawakal yang mendalam, sebuah prinsip yang sangat dihargai dalam Islam dan mencerminkan pemahaman bahwa hasil akhir adalah kehendak Allah SWT.

Dalam konteks fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz, perjalanan Mega dapat dilihat sebagai sebuah fenomena sosial yang kaya akan makna dan interpretasi (Alfred Schutz 1972). Pengalaman hidupnya, interaksi dengan komunitas, dan pembelajaran dari berbagai kesempatan menciptakan lapisan makna yang membentuk pandangannya tentang bisnis dan kehidupan. Ini menunjukkan bagaimana pengalaman sosial dan spiritual berkontribusi dalam membentuk motivasi dan tindakan seseorang dalam berwirausaha. Kisah Mega Rindawati, pemilik Gummy's Food & Beverage, adalah sebuah narasi yang memperkaya tapestri kewirausahaan dengan warna tradisi keluarga dan semangat inovasi. Memiliki latar belakang keluarga yang terbiasa berbisnis, meskipun sambilan, Mega tidak sekedar mengikuti jejak yang sudah ada. Keputusannya untuk merintis usaha sendiri, terinspirasi oleh tradisi keluarga, namun dengan visi yang berbeda, menunjukkan bagaimana pengalaman masa lalu bisa menjadi fondasi yang kuat sekaligus pemberi ruang untuk inovasi dan pertumbuhan.

Motif tradisi keluarga sebagai pengalaman masa lalu memiliki peran signifikan dalam keputusan Mega berbisnis. Keberanian dan ketekunan yang diajarkan oleh orang tuanya menjadi bekal bagi Mega untuk menghadapi tantangan dan skeptisisme dari lingkungan sekitar. Ketika banyak orang melihat usaha

sampingan orang tuanya sebagai aktivitas margin, Mega melihatnya sebagai peluang besar. Pemahaman ini sesuai dengan fenomenologi Alfred Schutz yang menekankan pada bagaimana individu memberikan makna pada pengalaman mereka dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi tindakan mereka di masa depan (Alfred Schutz 1972). Pengalaman berjualan sejak SMP dan eksplorasi berbagai jenis usaha memberikan Mega wawasan yang diperlukan untuk memilih bidang bisnis yang paling resonan dengan passion dan kemampuan dirinya. Ini menggarisbawahi pentingnya pengalaman masa lalu dalam membentuk keputusan berbisnis, sejalan dengan konsep *because of motive* dalam pendekatan fenomenologi Schutz, di mana pengalaman masa lalu menjadi alasan mengapa seseorang bertindak atau memutuskan sesuatu di masa sekarang.

Kisah Mega juga mencerminkan konsep *mujāhadah* dalam Islam, seperti yang dijelaskan oleh al-Ghazali, yaitu perjuangan atau usaha spiritual dalam mencapai kesuksesan. *Mujāhadah* Mega tidak hanya terwujud dalam usaha keras dan ketekunan, tetapi juga dalam keberaniannya mencari dan merintis jalan yang berbeda dari tradisi keluarga. Ini menunjukkan bagaimana usaha spiritual dan material dapat berjalan bersama dalam perjalanan seorang muslim dalam berbisnis. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti tradisi keluarga, pengalaman masa lalu, dan nilai-nilai personal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku berwirausaha (Chandler 2022; Muzzetto 2021). Mega Rindawati, dengan memilih untuk berbisnis di luar ekspektasi tradisi keluarga dan menghadapi tantangan dengan berbekal pengalaman masa lalu serta dukungan keluarga,

membuktikan bahwa tradisi dan inovasi dapat berjalan beriringan dalam menciptakan cerita sukses yang unik.

g. Ambisi Pribadi

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa perjalanan Pak Basyuni Anwar dalam dunia bisnis, didorong oleh ambisi pribadi dan keinginan untuk mengatasi kesulitan ekonomi, menggambarkan transformasi mendalam yang mencakup dukungan dan kekhawatiran dari sekitarnya. Konsep *mujāhadah* yang dijelaskan oleh al-Ghazali (1993) serta pandangan Alfred Schutz (1972) tentang fenomenologi sosial, memberikan kerangka kerja untuk memahami perjalanan Pak Basyuni. Fenomenologi Schutz, yang menekankan pada pemahaman pengalaman subjektif individu dan cara mereka memberi makna pada dunia, memungkinkan kita untuk mengapresiasi bagaimana pengalaman masa lalu Pak Basyuni, kesulitan ekonomi dan inspirasi dari cerita sukses berkontribusi pada pembentukan niat dan motivasi berbisnisnya.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa motivasi untuk berbisnis sering kali berasal dari kombinasi faktor personal dan eksternal, termasuk keinginan untuk mengatasi kesulitan ekonomi dan aspirasi untuk mencapai kesuksesan (Iskandar 2015; Muzzetto 2021). Cerita Pak Basyuni menegaskan kembali temuan ini, menunjukkan bagaimana ambisi pribadi dan pengalaman masa lalu menjadi pendorong utama dalam mengambil keputusan berbisnis. Keterlibatannya dalam bisnis kuliner, diinspirasi oleh keterampilan dan minat yang dikembangkan dari masa lalu, menggambarkan pentingnya inovasi dan adaptasi dalam mencapai kesuksesan.

Perjalanan Pak Basyuni Anwar dalam dunia bisnis, yang dipicu oleh ambisi pribadi dan didorong oleh keadaan ekonomi yang menantang, menawarkan sebuah cerita inspiratif yang menggugah jiwa. Dengan latar belakang yang penuh tantangan, Pak Basyuni memutuskan untuk terjun ke bisnis kuliner, sebuah bidang yang dipilihnya bukan hanya karena peluang pasar yang menjanjikan, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi keluarganya. Dorongan ini, yang berakar pada nilai-*mujāhadah* dalam Islam kerja keras dan perjuangan spiritual menjadi katalis yang mendorongnya untuk melampaui sekedar pencarian keuntungan material. *Mujāhadah*, sebagaimana diartikulasikan oleh al-Ghazali, menggarisbawahi pentingnya kerja keras dan usaha spiritual dalam mencapai kesuksesan (Al-Ammar *et al.* 2012). Dalam konteks bisnis Pak Basyuni, *mujāhadah* mengambil bentuk upaya tak kenal lelah untuk mengatasi kesulitan ekonomi dan memberikan yang terbaik bagi keluarganya. Perjuangannya mencerminkan pemahaman bahwa dalam Islam, setiap usaha, termasuk dalam berbisnis, dianggap sebagai ibadah ketika dilandasi niat yang baik dan dilaksanakan dengan etika yang benar.

Konsep ini mendapat resonansi dalam penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi pengusaha Muslim seringkali melampaui keuntungan material untuk mencakup aspirasi spiritual dan penerapan etika bisnis Islam (Faizal *et al.* 2013). Pak Basyuni, melalui bisnis kulinernya, tidak hanya mencari kesuksesan finansial tetapi juga kepuasan spiritual dengan beroperasi sesuai prinsip-prinsip Islam, menunjukkan bagaimana nilai-nilai agama dan kerja keras berkontribusi terhadap kesuksesan karier. Penelitian terdahulu telah menyoroti bagaimana agama,

termasuk Islam, mempengaruhi individu untuk bekerja keras dan berusaha optimal, menegaskan bahwa nilai-nilai agama adalah faktor penting dalam mencapai kesuksesan karier (Ng *et al.* 2005). Namun, Pak Basyuni menunjukkan bahwa ambisi pribadi dan dorongan untuk mengatasi kesulitan ekonomi juga memainkan peran krusial dalam membentuk perilaku pengusaha. Ini menunjukkan bahwa, sementara nilai-nilai agama memberikan kerangka kerja moral, faktor-faktor psikologis individu seperti efikasi diri dan motivasi diri juga penting (Seibert and Kraimer 2001).

2. *In Order to Motive*

a. Pembukaan Outlet Baru

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengusaha Muslim seperti Ibu Dewi Yuliana dari Lubna Cafe & Cake memiliki motivasi yang kuat untuk memperluas bisnis kuliner mereka dengan membuka outlet baru. Rencana pembukaan outlet baru oleh Ibu Dewi Yuliana untuk Lubna Cafe & Cake merupakan sebuah tonggak penting yang memadukan konsep *mujāhadah* dan dedikasi spiritual sebagaimana dijelaskan oleh al-Ghazali dalam ranah bisnis kontemporer (Al-Ammar *et al.* 2012). *Mujāhadah* berfungsi sebagai pondasi spiritual yang mendorong Ibu Dewi mengatasi tantangan dalam merintis outlet baru, merefleksikan kepercayaan bahwa melalui ketekunan, pengorbanan, dan keimanan kepada Allah, pencapaian signifikan dapat diraih baik dalam aspek duniawi maupun rohani. Dalam perluasannya, Ibu Dewi tidak hanya menghadapi rintangan operasional dan logistik, namun juga diuji imannya dan ketahanannya. Proses pembukaan outlet baru, dikelilingi oleh ketidakpastian dan tantangan,

membutuhkan *mujāhadah* yang tidak hanya bersifat fisik namun juga spiritual. Asnawi (2012) dan Ningsih (2020) menekankan bahwa *mujāhadah* mencakup upaya menyeluruh untuk memaksimalkan dan mengoptimalkan sumber daya yang ada, yang sangat relevan dalam konteks ini (Asnawi 2012; Ningsih 2020).

Mujāhadah yang diaplikasikan Ibu Dewi dalam ekspansi Lubna Cafe & Cake juga menunjukkan pentingnya setiap upaya diiringi dengan niat tulus untuk berbakti kepada Allah SWT, seperti yang ditekankan oleh Zunaidi (Zunaidi 2022). Ini menandai bahwa tujuannya tidak sekedar mencapai kesuksesan komersial, melainkan juga memberikan nilai dan manfaat bagi komunitasnya, menganggap setiap langkah bisnis sebagai bentuk ibadah. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan al-Ghazali tentang *mujāhadah* sebagai upaya untuk mengatasi hawa nafsu dan mencapai kesempurnaan spiritual, mengangkat bisnis sebagai medium untuk mendekatkan diri kepada Allah (al-Ghazali 1993)]. Selanjutnya, pembukaan outlet baru sebagai manifestasi *mujāhadah* menyoroti kepercayaan kepada Allah dalam menghadapi hasil akhir. Wahab (2012) dan Hamid (2003) menjelaskan bahwa setelah melakukan usaha maksimal dan mengeksplorasi semua alternatif, menyerahkan hasil akhir kepada Allah merupakan sebuah tindakan ibadah (Hamid 2003; Wahab 2012). Hal ini mencerminkan keadaan Ibu Dewi, di mana setelah semua upaya dan persiapan, kesuksesan outlet baru akhirnya diserahkan sepenuhnya kepada kehendak Allah, menunjukkan ketergantungan dan keyakinan kepada kekuatan yang lebih besar.

Pembukaan outlet baru oleh Ibu Dewi Yuliana dengan Lubna Cafe & Cake memadukan konsep *mujāhadah*, kerja keras dan dedikasi spiritual dalam bisnis

kontemporer, mengikuti prinsip-prinsip fenomenologi sosial yang dikembangkan oleh Alfred Schutz (A Schutz 1972a). Schutz memperkenalkan pendekatan fenomenologi transendental Husserl dan Verstehen Weber ke dalam analisis perilaku sosial, menawarkan lensa yang relevan untuk memahami motivasi pengusaha Muslim seperti Ibu Dewi. Dalam konteks ini, perjuangan Ibu Dewi mencerminkan integrasi dari pemahaman mendalam tentang motivasi sosial dan tindakan berbasis iman, di mana setiap usaha komersial juga dianggap sebagai ibadah dan pelayanan kepada Allah SWT (Zunaidi 2022).

Penelitian sebelumnya oleh Siswanto (2019) dan Masi (2020) menggarisbawahi pentingnya memahami fenomena sosial melalui fenomenologi untuk analisis perilaku pengusaha Muslim, menekankan bahwa perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal tapi juga oleh keyakinan dan nilai-nilai spiritual internal (Masi 2020; Siswanto 2019). Ini sesuai dengan temuan Schlembach, yang menunjukkan bagaimana pemikiran Schutz tentang sistem sosial dapat diterapkan untuk memahami perilaku pengusaha Muslim dalam konteks yang lebih luas dari sistem sosial mereka (Schlembach 2020). Selain itu, kritik terhadap Schutz tentang konsep "tipe" oleh Straßheim menyoroti pentingnya mempertimbangkan fleksibilitas dan inovasi dalam perilaku pengusaha, mirip dengan pendekatan Ibu Dewi yang mengadaptasi prinsip-prinsip tradisional dalam pengembangan bisnis modernnya (Straßheim 2016).

Konsep *because of motive* dan *in order to motive* yang Schutz jelaskan relevan dengan langkah Ibu Dewi dalam membuka outlet baru. Motif *in order to* mencerminkan tujuan masa depannya untuk ekspansi, sedangkan *because of motive*

berkaitan dengan pengalaman masa lalunya yang memotivasi tindakan ini (Alfred Schutz 1972). Ini menunjukkan bagaimana waktu mempengaruhi interpretasi dan motivasi tindakan sosial, memperkaya pemahaman kita tentang dinamika di balik pembukaan outlet baru oleh pengusaha Muslim. Perbandingan dengan penelitian lain menunjukkan bahwa meskipun terdapat dukungan luas untuk pendekatan fenomenologis Schutz dalam memahami motivasi dan perilaku pengusaha, pentingnya mengintegrasikan pandangan tentang spontanitas dan inovasi tidak dapat diabaikan. Dalam kasus Ibu Dewi, ini berarti mengakui bagaimana keputusannya untuk membuka outlet baru tidak hanya didorong oleh nilai-nilai tradisional dan spiritual tetapi juga oleh kebutuhan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan permintaan pasar.

b. Membuka Cabang

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa rencana ekspansi bisnis para pengusaha kuliner Muslim, seperti Eddy Pramono (Edy Blangkon), Trisna Sriwulaningsih dan Yasmin Abdul Muis (Jasmine Cake), Mega Rindawati (Gummy's Food & Beverage), serta Basyuni Anwar, mencerminkan ambisi, mimpi, dan perjuangan mereka dalam menghadapi tantangan bisnis. Konsep *mujāhadah*, seperti yang diuraikan oleh al-Ghazali (Al-Ammar *et al.* 2012) menyoroti pentingnya kerja keras dan dedikasi sebagai ekspresi ibadah. Para pengusaha ini, dalam rencana mereka untuk membuka cabang baru, mewujudkan *mujāhadah* melalui keteguhan mereka menghadapi tantangan dan ketekunan dalam mengejar keunggulan. Mereka memperlihatkan bahwa setiap langkah dalam ekspansi bisnis mereka tidak hanya diarahkan untuk keuntungan duniawi tapi juga sebagai sarana

mendekatkan diri kepada Allah SWT, menginternalisasi bahwa seluruh alam adalah milik-Nya dan bahwa keberhasilan mereka adalah berkat dari-Nya.

Mujāhadah, sebuah konsep yang digali oleh al-Ghazali, mengacu pada perjuangan atau usaha keras dalam konteks spiritual Islam, menyoroti bahwa setiap usaha, termasuk dalam konteks bisnis, merupakan bagian dari ibadah dan pencarian keberkahan dari Allah SWT. Pendekatan ini menantang narasi tradisional dalam teori ekonomi modern yang cenderung memisahkan agama dari praktek bisnis, menggambarkan bagaimana nilai-nilai spiritual dapat secara substansial memperkaya praktik bisnis (al-Ghazali 1993). Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Samarqandi, yang menekankan pentingnya menyeimbangkan kewajiban spiritual dengan usaha duniawi, dimana setiap usaha harus dilandasi dengan niat yang baik dan tidak mengganggu orang lain (Samarqandi 2005:216). Dalam konteks ini, rencana membuka cabang baru oleh para pengusaha menjadi manifestasi dari niat baik untuk mengembangkan bisnis sekaligus memberikan manfaat bagi lebih banyak orang, merangkul etika kerja yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Perbandingan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsep *mujāhadah* masih sangat relevan dalam konteks bisnis kontemporer. Sementara teori ekonomi modern mungkin fokus pada strategi dan analisis pasar, pemahaman mendalam tentang *mujāhadah* menawarkan perspektif berharga tentang bagaimana nilai-nilai spiritual dapat memperkaya praktek bisnis. Para pengusaha ini, dengan rencana mereka membuka cabang baru, bukan hanya mengejar pertumbuhan bisnis tetapi juga menegaskan kembali peran spiritualitas dalam keberhasilan mereka (Al-Ammar *et al.* 2012).

Pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, yang menekankan pemahaman mendalam tentang pengalaman subjektif dan makna di balik tindakan sosial, memberikan wawasan berharga dalam memahami motif di balik keputusan para pengusaha ini untuk memperluas bisnis mereka. Pengembangan bisnis sebagai *in order to motives* dalam penelitian ini mencerminkan bagaimana pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur menghadirkan inisiatif dan inovasi dalam industri kuliner. Menurut teori fenomenologi Alfred Schutz (A Schutz 1972a), keinginan mereka untuk memperluas dan mengembangkan bisnis tidak hanya berlandaskan pada kebutuhan ekonomi, tetapi juga pada aspirasi untuk mencapai keunggulan dan inovasi. Inisiatif seperti pembukaan cabang baru dan ekspansi pasar menandakan strategi proaktif dalam merespons dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Dalam konteks ini, inovasi produk menjadi kunci untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi permintaan yang berubah. Pengusaha Muslim bisnis kuliner mengintegrasikan kreativitas dan pengetahuan lokal untuk menciptakan produk yang unik, menarik, dan relevan dengan selera konsumen saat ini. Inisiatif ini sesuai dengan fenomenologi Schutz tentang orientasi masa depan, di mana pengusaha tidak hanya merespons keadaan saat ini tetapi juga proaktif dalam merencanakan dan mewujudkan visi bisnis mereka untuk masa depan.

Pembukaan cabang baru merupakan langkah strategis yang menunjukkan ekspansi dan pertumbuhan bisnis. Ini mencerminkan tidak hanya aspirasi untuk meningkatkan kehadiran pasar tetapi juga komitmen terhadap pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Cabang baru memperluas jangkauan bisnis, membuka akses ke pasar baru, dan memperkuat brand dalam industri kuliner. Selain itu, ekspansi pasar

juga merupakan elemen penting dari *in order to motives* ini. Pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur mengeksplorasi peluang baru dan mencari cara untuk menjangkau konsumen di luar wilayah tradisional mereka. Ekspansi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas dan keberhasilan bisnis tetapi juga memungkinkan pengusaha untuk berkontribusi pada perekonomian lokal dan regional.

Perbandingan dengan penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa konsep *mujāhadah* dan pendekatan fenomenologi Schutz memberikan kerangka kerja yang kohesif dalam memahami perilaku pengusaha Muslim. Siswanto (2019) dan Masi (2020) menyoroti bagaimana fenomenologi sosial Schutz dapat menerangi pemahaman tentang perilaku pengusaha dalam konteks sistem sosial yang lebih luas (Masi 2020; Siswanto 2019). Kritik terhadap konsep "tipe" Schutz dan penekanan pada spontanitas menegaskan perlunya fleksibilitas dan inovasi dalam praktik bisnis, sebuah prinsip yang jelas tercermin dalam rencana pembukaan cabang baru oleh pengusaha ini (Straßheim 2016). Studi yang dilakukan oleh Chandler (2022) dan Mitchell (2004), misalnya, menunjukkan bagaimana pengusaha dipengaruhi oleh kombinasi motivasi internal dan faktor eksternal, termasuk kebutuhan untuk berkontribusi dan membuat perbedaan dalam komunitas mereka. Ini sejalan dengan konsep *mujāhadah* yang menekankan pentingnya niat dan tujuan yang lebih tinggi dalam setiap usaha (Chandler 2022; Mitchell 2004).

c. Pengembangan Produk

Temuan penelitian mengungkap bahwa pengembangan produk menjadi kunci bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha kuliner, seperti yang

ditunjukkan oleh kisah inspiratif Ibu Dewi Yuliana, pemilik Lubna Cafe & Cake. Konsep *mujāhadah*, sebagaimana diuraikan oleh al-Ghazali (Al-Ammar, Ahmed, dan Nordin 2012), menekankan pentingnya kerja keras dan usaha spiritual sebagai bagian dari ibadah. Dalam konteks pengembangan produk, ini berarti bahwa setiap inovasi dan penyesuaian produk bukan hanya tentang keuntungan material tetapi juga tentang memberikan nilai dan manfaat bagi masyarakat, sejalan dengan kehendak Allah SWT. Hal ini menegaskan bahwa pengembangan produk dalam bisnis tidak hanya tentang pencapaian finansial tetapi juga tentang kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Sutono 2020).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz dan penekanannya pada pemahaman fenomena sosial melalui pengalaman subjektif menawarkan perspektif berharga dalam memahami dinamika di balik pengembangan produk di Lubna Cafe & Cake. Fenomenologi membantu kita mengapresiasi bagaimana nilai-nilai spiritual dan pemahaman mendalam tentang *mujāhadah* mempengaruhi proses kreatif dan inovatif dalam bisnis (Siswanto 2019). Perbandingan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Islam dalam pengembangan produk bukan hanya meningkatkan kualitas dan inovasi tetapi juga memperkuat identitas dan integritas bisnis. Penerapan konsep *mujāhadah* dalam pengembangan produk, seperti yang dilakukan oleh Ibu Dewi, menunjukkan bahwa usaha keras dan komitmen spiritual dapat berdampak signifikan terhadap keberhasilan produk. Kisah Ibu Dewi dan Lubna Cafe & Cake menawarkan bukti nyata bahwa integrasi antara nilai-nilai spiritual Islam dan prinsip-prinsip bisnis modern dapat

menciptakan sinergi yang menguntungkan kedua belah pihak. Ini menunjukkan bahwa pengembangan produk, ketika dilakukan dengan semangat *mujāhadah*, tidak hanya berhasil dalam mencapai tujuan bisnis tetapi juga dalam memenuhi tanggung jawab sosial dan spiritual.

Pengembangan produk merupakan inti dari inovasi dan pertumbuhan dalam bisnis apa pun. Kisah sukses pengembangan produk sering kali diawali dengan visi yang mendalam dan usaha yang berkelanjutan, sebuah konsep yang dalam Islam dikenal sebagai *mujāhadah*. al-Ghazali menekankan bahwa *mujāhadah* adalah perjuangan spiritual yang mencakup kerja keras dan dedikasi untuk mencapai kesempurnaan spiritual dan material. Dalam konteks bisnis, ini berarti bahwa setiap upaya dalam pengembangan produk harus dilakukan dengan niat yang tulus untuk melayani baik Allah SWT maupun masyarakat. Mengambil pendekatan fenomenologi Schutz, perilaku pengusaha Muslim dalam pengembangan produk dapat dilihat sebagai refleksi dari pengalaman subjektif mereka yang terikat pada nilai-nilai Islam. Schutz, dengan teorinya, menawarkan wawasan tentang bagaimana nilai-nilai dan keyakinan personal berperan dalam membentuk tindakan dan keputusan bisnis. Pengembangan produk dalam konteks ini bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga tentang menciptakan nilai yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengusaha yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktek bisnis mereka, termasuk pengembangan produk, cenderung mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Misalnya, penelitian oleh Rehan, Block, dan Fisch menemukan bahwa nilai-nilai

Islam dan praktik keagamaan memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan, yang dimediasi oleh sikap positif terhadap kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa pengintegrasian nilai-nilai Islam dalam pengembangan produk tidak hanya memperkaya proses inovasi tetapi juga memberikan dasar moral dan etis yang kuat (Rehan *et al.* 2019).

d. Ekspansi Pasar

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa ekspansi pasar merupakan langkah strategis yang mencerminkan visi dan ketahanan pengusaha Muslim seperti Ibu Dewi Yuliana, Mega Rindawati, dan Basyuni Anwar. Konsep *mujāhadah*, seperti yang diinterpretasikan oleh al-Ghazali, tidak sekedar kerja keras dalam bentuk fisik, tetapi juga upaya spiritual yang melibatkan dedikasi, ketekunan, dan integritas moral (Al-Ammar *et al.* 2012). Hal ini sejalan dengan temuan oleh Mohsen (2007) dan Ng *et al.* (2005) yang menekankan pada pentingnya agama dalam membentuk etos kerja di kalangan pengusaha Muslim (Mohsen 2007; Ng *et al.* 2005). Lebih lanjut, pengintegrasian nilai-nilai seperti amanah, sabar, taqwa, dan keadilan, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, dalam praktik bisnis mereka, mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip agama yang mendalam.

Penelitian ini juga menyoroti bagaimana pengusaha Muslim tidak hanya berfokus pada pencapaian sukses material tetapi juga memandang bisnis sebagai sarana pencapaian pertumbuhan spiritual dan moral. Sesuai dengan pandangan Wahab, nilai-nilai ini mengintegrasikan prinsip tawakkul, menunjukkan bahwa sementara individu diharapkan untuk berusaha secara maksimal, hasil akhirnya

tetap dalam kekuasaan Allah. Ini mencerminkan pendekatan yang seimbang antara usaha keras dan pengambilan keputusan yang bijaksana dengan keyakinan spiritual (Wahab 2012).

Konsep *mujāhadah* dalam konteks ini tidak hanya berarti kerja keras dalam menghadapi tantangan eksternal tetapi juga upaya internal untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis selaras dengan ajaran Islam. al-Ghazali menekankan pentingnya berusaha keras dan melakukan amal baik sebagai sarana mencapai kesuksesan di dunia dan akhirat (al-Ghazali 1993). Dalam praktiknya, ini berarti pengusaha Muslim mengintegrasikan prinsip-prinsip seperti keadilan, amanah (kepercayaan), dan tawakkul (bergantung kepada Allah) dalam strategi ekspansi mereka. Penelitian sebelumnya oleh Schutz dan kolega menyediakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana nilai-nilai dan keyakinan personal mempengaruhi perilaku sosial, termasuk dalam konteks bisnis. Schutz menekankan pentingnya *because of motive* dan *in order to motive* dalam menganalisis tindakan sosial, yang dapat diaplikasikan untuk memahami motivasi pengusaha Muslim dalam ekspansi pasar (Alfred Schutz 1972). Motif *because* mungkin mencakup komitmen pengusaha terhadap nilai-nilai Islam, sementara motif *in order to* mencerminkan tujuan ekspansi pasar mereka.

Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa pengusaha Muslim memiliki motivasi dan niat berwirausaha yang kuat yang mencerminkan komitmen mereka terhadap nilai-nilai Islam. Penelitian sebelumnya oleh Sutono mengenai Islamic Spiritual Entrepreneurship menunjukkan bahwa pengusaha Muslim mendasarkan kegiatan kewirausahaannya pada prinsip-prinsip Islam, seperti percaya diri,

amanah, dermawan, dan toleransi (Sutono 2020). Hal ini sesuai dengan temuan penelitian oleh Rehan yang menunjukkan bahwa nilai-nilai agama Islam dan praktik keagamaan Islam memengaruhi sikap dan niat berwirausaha pengusaha Muslim (Rehan 2020). Selain itu, penelitian oleh Gumusay menggarisbawahi pentingnya memahami nilai-nilai Islam dalam konteks kewirausahaan, yang sejalan dengan temuan bahwa pengusaha Muslim memiliki motivasi yang didasarkan pada nilai-nilai Islam (Gümüşay 2015). Terlebih lagi, motif "in order to" yang ditemukan dalam perilaku pengusaha Muslim mencerminkan tekad mereka dalam mencapai tujuan bisnis masa depan, sejalan dengan temuan penelitian lain yang menyoroti strategi jangka panjang dalam bisnis, baik dalam pengelolaan restoran milik keluarga (Matson 2021) maupun dalam konteks kewirausahaan sosial berbasis agama Kristen (Borquist 2020). Semua temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai dan komitmen agama memiliki peran penting dalam memotivasi pengusaha Muslim dalam mencapai kesuksesan bisnis mereka dan menjalankan bisnis yang mencerminkan nilai-nilai Islam, khususnya *mujāhadah*.

Temuan penelitian ini memiliki beberapa justifikasi yang kuat. Pertama, temuan bahwa pengusaha Muslim memiliki motivasi dan niat berwirausaha yang kuat yang didasarkan pada nilai-nilai Islam sesuai dengan teori-teori terdahulu. Teori-teori tentang kewirausahaan sering menekankan peran motivasi dan niat dalam keberhasilan bisnis. Temuan ini juga mendukung teori-teori yang mengaitkan agama dengan sikap dan perilaku individu, seperti teori perilaku terencana yang digunakan dalam penelitian oleh Rehan, Block, dan Fisch (Rehan

et al. 2019). Dengan demikian, temuan ini dapat dilihat sebagai kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai agama dapat memotivasi dan membentuk perilaku individu dalam konteks kewirausahaan.

Kedua, temuan bahwa pengusaha Muslim memiliki motivasi *in order to* yang mencerminkan tekad mereka dalam mencapai tujuan bisnis masa depan juga memiliki justifikasi yang kuat. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya strategi jangka panjang dalam bisnis, seperti yang diungkapkan dalam penelitian Matson tentang strategi pemilik restoran milik keluarga (Matson 2021). Strategi jangka panjang ini mencerminkan visi pengusaha Muslim untuk mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan dan berkelanjutan, yang selaras dengan pemahaman bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga mencakup pencapaian tujuan jangka panjang yang lebih luas. Dengan demikian, temuan ini dapat dijustifikasi sebagai refleksi dari strategi berpikir yang bijak dalam pengelolaan bisnis.

D. Proposisi

1. Pengalaman mujāhadah yang dijalani oleh pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur melibatkan upaya spiritual dan fisik yang mengarah pada pencapaian kesuksesan bisnis, yang didasari oleh prinsip-prinsip Islam seperti kerja keras, kesabaran, dan optimisme.
2. Makna mujāhadah bagi pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur berfungsi sebagai landasan etika dan motivasi dalam menjalankan bisnis, yang mencakup beberapa dimensi yang meliputi niat baik, ikhtiar, kerja keras, memberikan manfaat kepada orang lain, doa, dan keyakinan.

3. Kesadaran perilaku pengusaha Muslim dalam bisnis kuliner dipengaruhi oleh dua motif utama: motif "karena" (*because of*) dan motif "demi mencapai" (*in order to*). Motif "karena" berkaitan dengan alasan untuk memulai bisnis, termasuk keinginan menerapkan nilai-nilai Islam seperti mujāhadah, dukungan keluarga dan komunitas, serta pengalaman pribadi. Sementara itu, motif "demi mencapai" menggambarkan tujuan jangka panjang mereka, seperti pengembangan bisnis, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, dan menjaga kualitas layanan dan produk. Kedua motif ini saling melengkapi dalam menggambarkan motivasi dan visi pengusaha Muslim dalam industri kuliner.

Untuk lebih mempermudah pemahaman temuan penelitian tentang makna *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.1 Temuan Penelitian

Fokus Penelitian	Indikator	Temuan Penelitian
1. Implementasi Pengalaman Mujāhadah pada Aktivitas Bisnis	Pengelolaan Bisnis	Perencanaan: perencanaan keuangan, strategi pemasaran, dan pengembangan bisnis untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan bisnis Pelaksanaan: pentingnya manajemen yang terstruktur, pelayanan pelanggan yang ramah, pengendalian kualitas, peran SDM yang berkualitas, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial Evaluasi: evaluasi aspek karyawan, kualitas produk, respons terhadap pelanggan, dan pembelajaran dari pengalaman.
	Pengelolaan SDM	▪ Memastikan karyawan mereka merasa bahagia dan diperlakukan dengan baik ▪ Perjanjian kerja yang adil ▪ Lingkungan kerja yang kekeluargaan ▪ Sikap ramah dan kerja sama ▪ Mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam budaya bisnis
	Pengelolaan Keuangan	▪ Transparansi dan integritas ▪ Penggunaan aplikasi modern ▪ Keterlibatan aktif pemilik bisnis ▪ Kepatuhan hukum ▪ Reputasi bisnis

Fokus Penelitian	Indikator	Temuan Penelitian
2. Makna <i>Mujāhadah</i>	Dimensi <i>Mujāhadah</i>	<i>Mujāhadah</i> dalam bisnis kuliner oleh pengusaha Muslim di Kabupaten Kutai Timur memiliki dimensi, mencakup: ▪ Niat: Merupakan pusat gravitasi dari segala usaha; ini bukan hanya sekadar pemikiran, tetapi sebuah komitmen batin yang menggerakkan seluruh proses. ▪ Ikhtiar: Mewakili tindakan nyata yang diambil untuk mewujudkan niat tersebut, mencerminkan perpindahan dari konseptual ke aplikatif. ▪ Kerja Keras: Kemudian menjadi manifestasi konkret dari ikhtiar, menggarisbawahi pentingnya persistensi dan upaya terus-menerus dalam menghadapi tantangan. ▪ Manfaat: Muncul sebagai hasil sinergis dari niat, ikhtiar, dan kerja keras, tidak hanya memberikan keuntungan pribadi tetapi juga memberikan dampak positif yang lebih luas. ▪ Doa: Mengintegrasikan dimensi spiritual, mengingatkan akan peran esensial dukungan ilahi dalam usaha manusia. ▪ Yakin (Tsiqah): Berfungsi sebagai fondasi psikologis dan emosional, menegaskan kembali kepercayaan dalam proses dan hasil akhir perjuangan.
	Keterkaitan <i>mujāhadah</i> dengan nilai-nilai lain dalam Islam	Mengaitkan <i>mujāhadah</i> dengan nilai-nilai Islam lainnya seperti kesabaran, ketulusan, tawakal, pelayanan prima, kerja keras, komitmen, dan dedikasi dalam aspek-aspek operasional bisnis mereka.
	Tantangan atau kesulitan Bisnis	Para pemilik bisnis menghadapi berbagai tantangan, termasuk seleksi karyawan yang ketat, manajemen SDM, adaptasi terhadap perubahan, pasokan bahan baku, dan masalah kontrak. Mereka mengatasi tantangan ini dengan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan seperti keluarga, menghormati karyawan, memberikan penghargaan dan pelatihan yang berkelanjutan.
3. Perilaku Pengusaha Muslim	<i>Because of motive</i>	▪ Mencari tantangan ▪ Kebebasan ▪ Hobi pribadi ▪ Pengaruh keluarga ▪ Dukungan dari komunitas ▪ Melanjutkan tradisi keluarga ▪ Ambisi pribadi
	<i>In order to motive</i>	▪ Pembukaan outlet baru ▪ Cabang di tempat lain ▪ Pengembangan produk ▪ Ekspansi pasar

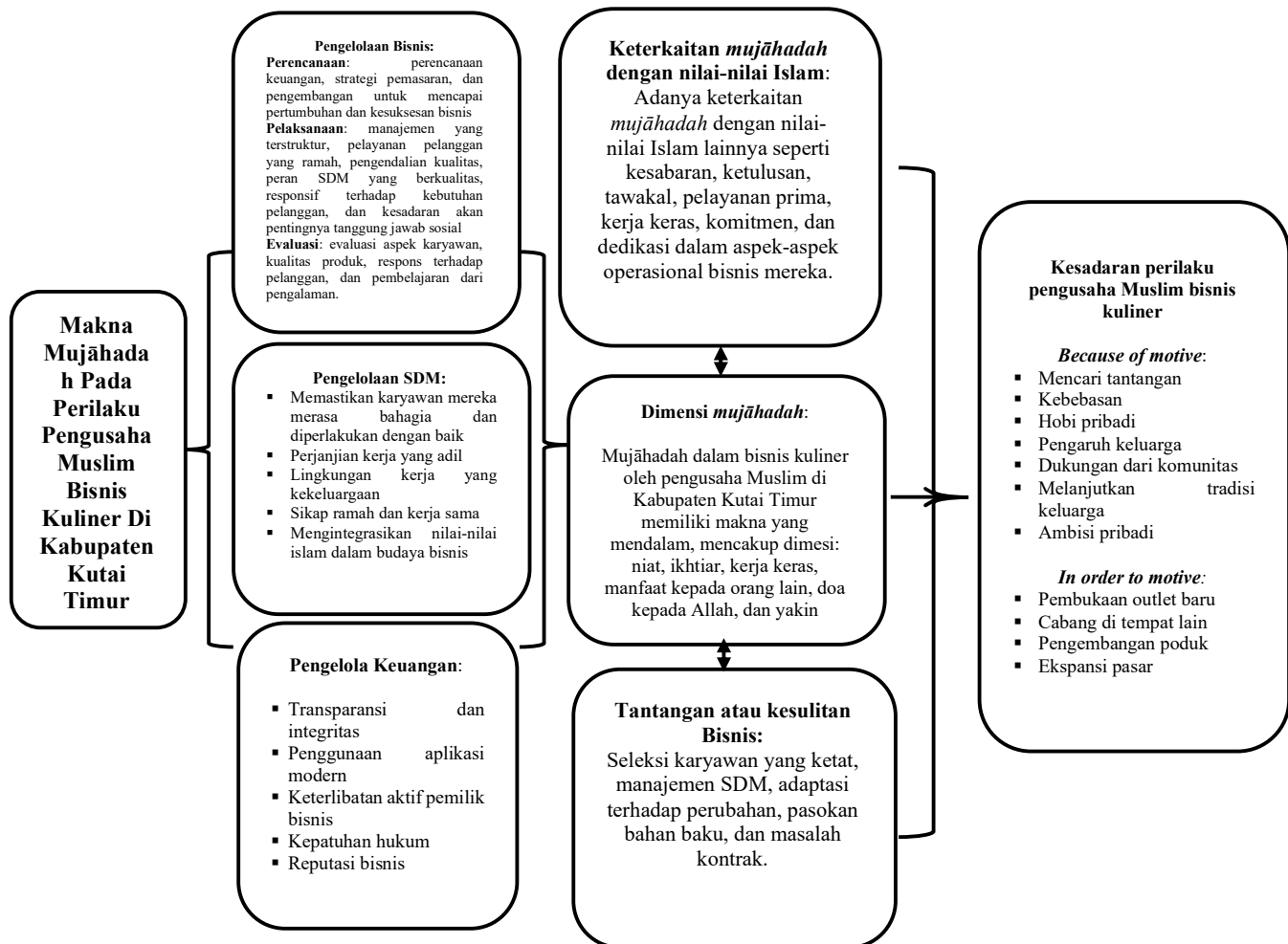
Sementara untuk melihat perbandingan temuan penelitian dengan teori yang relevan tentang makna *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim bisnis

kuliner di kabupaten Kutai Timur. Berikut adalah tabel perbandingan yang menyajikan temuan penelitian di lapangan dengan teori-teori dari al-Ghazali, Wahab, dan Samarqandi:

Tabel 5.2 Perbandingan Temuan Penelitian dengan Teori yang Relevan

Aspek	Temuan Penelitian di Lapangan	al-Ghazali	Wahab	Samarqandi
Mujāhadah	Pelaku bisnis kuliner menerapkan prinsip <i>mujāhadah</i> dengan fokus pada manfaat sosial dan spiritual, bukan hanya keuntungan finansial.	Menekankan pentingnya pembersihan diri dan peningkatan spiritual sebagai bagian dari ibadah dan cara mencapai kesempurnaan spiritual.	Menggabungkan pengembangan personal dan profesional sebagai bagian dari usaha keras dan disiplin.	Pendekatan holistik yang menggabungkan aspek spiritual dan sekuler dalam mencapai tujuan hidup.
Kesabaran (Ṣabr)	Pelaku bisnis kuliner mempraktikkan kesabaran dalam menghadapi tantangan dan persaingan bisnis.	Kesabaran dalam menghadapi tantangan dan cobaan sebagai bagian dari proses spiritual.	Kesabaran sebagai salah satu kunci sukses dalam menghadapi kesulitan bisnis dan kehidupan.	Menekankan pentingnya kesabaran dalam pengembangan pribadi dan profesional.
Tawakal	Mengelola risiko dan ketidakpastian dalam bisnis dengan tawakal, menyerahkan hasil akhir kepada Allah setelah usaha maksimal.	Menyerahkan segala hasil usaha kepada Allah setelah melakukan usaha keras.	Tawakal sebagai bagian dari etos kerja yang seimbang antara usaha manusia dan keyakinan kepada Allah.	Tawakal sebagai prinsip fundamental dalam mencapai ketenangan jiwa dan keberhasilan.
Kejujuran (Ṣidq)	Memperhatikan kejujuran dalam transaksi dan perlakuan terhadap pelanggan dan karyawan.	Kejujuran dalam transaksi dan keadilan dalam perlakuan adalah bagian integral dari etika bisnis Islam.	Kejujuran sebagai dasar dalam semua interaksi bisnis dan sosial.	Menggabungkan kejujuran dengan keadilan dan etika dalam semua aspek kehidupan.
Keadilan (ʿAdl)	Memberikan pelayanan yang adil dan berkualitas tinggi serta menghindari praktik-praktik yang merugikan pelanggan.	Menekankan pentingnya keadilan dalam semua aspek kehidupan, termasuk bisnis.	Keadilan sebagai prinsip utama dalam manajemen dan operasional bisnis.	Pendekatan holistik yang mencakup keadilan dalam semua interaksi sosial dan bisnis.
Inovasi dan Kontribusi Sosial	Fokus pada inovasi produk dan dampak sosial bisnis, menciptakan lapangan kerja dan mendukung kegiatan sosial.	Bisnis sebagai sarana memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, tidak hanya untuk keuntungan pribadi.	Inovasi dan kontribusi sosial sebagai bagian dari tanggung jawab profesional dan spiritual.	Inovasi dan kontribusi sosial sebagai bagian dari pengembangan holistik individu dan masyarakat.

D. Bangunan Konseptual Temuan Penelitian



Gambar 5.4 Bangunan Konseptual Temuan Penelitian

Berdasarkan bangunan konseptual temuan penelitian, yang berfokus pada integrasi nilai-nilai Islam, khususnya *mujāhadah* dalam praktik bisnis kuliner Muslim di Kabupaten Kutai Timur. Dengan mengacu pada teori-teori dari Abu Hamid al-Ghazali, Wahab, dan Samarqandi, serta pemikiran fenomenologi Alfred Schutz, refleksi ini mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai spiritual dan motivasi pengusaha Muslim mempengaruhi perilaku bisnis mereka. Kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini menyoroti pentingnya nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis, terutama dalam konteks kuliner. Abu Hamid al-Ghazali, seorang tokoh penting dalam disiplin sufisme, menekankan konsep *tazkiyah al-nafs* sebagai metode utama untuk membersihkan jiwa dari penyakit rohani. Proses ini melibatkan *mujāhadah al-nafs* (perjuangan melawan nafsu) dan *riyadah al-nafs* (latihan spiritual) yang berpotensi membentuk kepribadian dan karakter seseorang.

Penelitian ini menemukan bahwa pelaku bisnis kuliner menerapkan prinsip *mujāhadah* dengan berfokus pada manfaat sosial dan spiritual, bukan hanya keuntungan finansial. Hal ini sejalan dengan pemikiran al-Ghazali yang menyatakan bahwa kerja keras dan upaya optimal adalah bagian dari ibadah dan cara mencapai kesempurnaan spiritual (al-Ghazali 1993). *Mujāhadah*, yang sering diartikan sebagai usaha keras dan ketekunan dalam upaya mencapai tujuan spiritual, merupakan konsep penting dalam Islam yang tidak hanya relevan secara spiritual tetapi juga memiliki aplikasi praktis dalam bisnis. al-Ghazali menekankan pentingnya pembersihan diri dan peningkatan spiritual untuk mencapai keberlanjutan dan kepuasan dalam bisnis. Wahab menekankan pada pengembangan

personal dan profesional, sedangkan Samarqandi menawarkan pendekatan holistik yang menggabungkan aspek spiritual dan sekuler (al-Ghazali 1993).

Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi *mujāhadah* dalam bisnis kuliner Muslim dapat meningkatkan kualitas layanan, inovasi produk, dan efisiensi operasional. Nilai-nilai seperti kesabaran, tawakal, dan keikhlasan diimplementasikan dalam berbagai aspek manajemen bisnis, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Prasetyani 2018). Selain itu, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berlandaskan nilai-nilai ini menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung, serta menanamkan etika dan prinsip keIslaman dalam operasional sehari-hari (Wahab 2013).

Pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenologi sosial memberikan kerangka penting dalam memahami motif dan tindakan pengusaha Muslim. Schutz mengelompokkan motif menjadi dua kategori: *because of motive* (motif karena) dan *in order to motive* (motif tindakan). Motif *because of motive* menjelaskan alasan historis dan kontekstual di balik adopsi *mujāhadah*, sementara *in order to motive* merujuk pada tujuan dan aspirasi yang diinginkan melalui penerapan nilai ini dalam bisnis (A Schutz 1972a).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data, pembahasan penelitian dan hasil analisis yang telah peneliti kemukakan sesuai dengan fokus penelitian, maka berikut ini akan penulis simpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengalaman *Mujāhadah* dalam Aktivitas Bisnis

a. Pengelolaan Bisnis

Pengusaha Muslim di sektor kuliner di Kabupaten Kutai Timur menerapkan *mujāhadah* melalui langkah strategis dalam perencanaan keuangan, pemasaran, dan evaluasi program. Mereka fokus menciptakan sistem yang efisien dengan pembagian tanggung jawab dan pemilihan karyawan berkualitas. Divisi-divisi khusus dibentuk untuk pemasaran, keuangan, dan produksi dengan tujuan otomatisasi bisnis. Kesuksesan otomatisasi bergantung pada kualitas SDM. Pelayanan pelanggan yang prima, komitmen terhadap kualitas produk, serta dukungan terhadap petani lokal menjadi prioritas. Evaluasi bisnis dilakukan dengan berbagai metode untuk menjaga kepuasan pelanggan dan perkembangan bisnis.

b. Pengelolaan SDM

Pengusaha Muslim menerapkan berbagai pendekatan dalam pengelolaan SDM untuk memastikan karyawan bahagia dan diperlakukan dengan baik. Beberapa menekankan perjanjian kerja yang adil, sementara yang lain menciptakan lingkungan kerja kekeluargaan. Pengusaha juga memberikan penghargaan dan insentif untuk memotivasi karyawan, serta menerapkan nilai-nilai Islam dalam

budaya kerja. Fleksibilitas dalam menjalankan ibadah dan kegiatan liburan bersama karyawan digunakan untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan kesejahteraan karyawan.

c. Pengelolaan Keuangan

Pengusaha Muslim menekankan transparansi dan integritas dalam pengelolaan keuangan. Mereka menggunakan aplikasi modern untuk memantau data keuangan secara real-time. Monitoring ketat, penggunaan bukti pembelian, dan kepatuhan dalam pembayaran pajak adalah bagian penting dari pengelolaan keuangan. Prinsip-prinsip Islam, seperti transparansi, integritas, dan kejujuran, diterapkan untuk menjaga reputasi bisnis dan memastikan semua transaksi dilakukan dengan tepat dan jujur.

2. Makna *Mujāhadah*

Makna *mujāhadah* bagi pengusaha Muslim di industri makanan dan minuman memiliki beberapa dimensi: niat baik, kerja keras, manfaat bagi orang lain, doa kepada Allah, dan keyakinan. Mereka mengakui pentingnya usaha keras dan ikhtiar untuk mencapai tujuan, meskipun hasil akhirnya tidak selalu terkontrol. Dalam bisnis kuliner, pengusaha memaksimalkan upaya mereka sambil berpegang pada prinsip tawakal kepada Allah. Nilai-nilai Islam seperti kesabaran, pelayanan pelanggan yang baik, kontrol kualitas, dan pemahaman mendalam tentang bisnis adalah bagian integral dari operasi mereka.

Pengusaha menghadapi tantangan signifikan seperti manajemen SDM yang ketat, perekrutan karyawan berkualitas, fluktuasi karyawan, dan pasokan bahan baku yang konsisten. Mereka mengatasi tantangan ini dengan menciptakan

lingkungan kerja yang nyaman, menghargai karyawan, memberikan penghargaan, dan menyediakan pelatihan berkelanjutan. Beberapa mengatasi kendala modal awal dengan strategi keuangan yang cerdas. Kesuksesan bisnis mereka bergantung pada ketekunan, manajemen SDM yang efektif, adaptasi dengan tren pasar, perhatian pada nilai-nilai Islam, serta kesejahteraan karyawan dan pelanggan. Dengan kerja keras dan tekad, mereka dapat mengatasi kesulitan dan mencapai kesuksesan.

3. Kesadaran Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner

Menggunakan kerangka fenomenologi Alfred Schutz mengeksplorasi *because of motive* dan *in order to motive* dari pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur.

a. Because of Motive

Alasan yang mendorong pengusaha Muslim pemilik bisnis kuliner untuk memilih karier ini. Motivasi utama meliputi perubahan pandangan terhadap bisnis, dorongan dari hobi pribadi, dukungan keluarga, ambisi yang besar, dan dorongan untuk melanjutkan tradisi keluarga. Beberapa menghadapi pandangan negatif di awal, namun kemudian menyadari nilai bisnis ini. Motivasi lain termasuk ketidakpuasan terhadap rutinitas karyawan, dukungan dari komunitas bisnis, dan upaya mengatasi kesulitan ekonomi.

b. In order to Motive

Penelitian ini mengungkapkan beragam alasan dan motivasi di balik pemilihan bisnis kuliner oleh sejumlah pemilik usaha. Temuan utama mencakup variasi motivasi, mulai dari impian sejak lama hingga dorongan dari orang lain. Beberapa melihat bisnis kuliner sebagai pintu rezeki yang melimpah dan ingin

memberikan peluang kepada saudara dan teman. Bisnis ini memberikan pendapatan yang lebih baik dan keleluasaan dalam bekerja dekat dengan keluarga. Pemilik bisnis berharap untuk membuka outlet baru, menambah karyawan, dan mewariskan bisnis kepada generasi berikutnya. Meskipun menghadapi kendala, semangat untuk mencapai tujuan tetap kuat. Pengusaha merencanakan tindakan untuk mengembangkan bisnis, termasuk menciptakan produk baru, membuka cabang, dan mengatasi kendala SDM. Mereka fokus pada pengaturan keuangan, pelatihan karyawan, pemahaman tren pasar, serta persiapan untuk ekspansi ke kota-kota besar atau Pulau Jawa.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritik

Implikasi teoritis disertasi ini tentang implementasi *mujāhadah* dalam bisnis, berdasarkan kerangka disertasi Prasetyani (2018), mengungkapkan bahwa dalam pengelolaan bisnis, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, *mujāhadah* menekankan ketekunan dan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, dan kinerja. Dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM), *mujāhadah* berarti pengembangan berkelanjutan karyawan, menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung, serta menanamkan nilai-nilai etis dan keIslaman. Terkait pengelolaan keuangan, *mujāhadah* mewujudkan dalam pendekatan disiplin, transparan, dan bertanggung jawab, memastikan transaksi bisnis selaras dengan prinsip etika dan keadilan Islam. Disertasi Prasetyani memberikan kerangka kerja yang kaya untuk memahami bagaimana *mujāhadah* dapat diintegrasikan dalam berbagai aspek pengelolaan bisnis, SDM, dan keuangan

dalam konteks bisnis kuliner Muslim. Implikasi teoritis ini memperkuat pemahaman bahwa nilai-nilai Islam seperti *mujāhadah* tidak hanya memiliki relevansi spiritual tetapi juga aplikasi praktis yang kuat dalam pengelolaan bisnis yang sukses dan etis.

Penelitian ini mengeksplorasi implikasi teoritis dari *mujāhadah* dalam bisnis kuliner Muslim, berlandaskan grand teori Abu Hamid al-Ghazali (1993), Wahab (2012), dan Samarqandi (2005). Al-Ghazali menginterpretasikan *mujāhadah* sebagai proses pembersihan diri dan peningkatan spiritual, penting untuk keberlanjutan dan kepuasan spiritual dalam bisnis. Wahab menekankan aspek pengembangan personal dan profesional *mujāhadah*, relevan untuk pengembangan SDM, kualitas layanan, dan inovasi produk. Samarqandi menambahkan perspektif yang menghubungkan aspek spiritual dan sekuler, menawarkan pendekatan holistik yang memadukan kebutuhan praktis dan spiritual dalam berusaha dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini, dengan menggabungkan ketiga pandangan ini, menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam seperti kesabaran, tawakal, dan keikhlasan, dapat terintegrasi dalam praktik bisnis sehari-hari.

Menggunakan kerangka fenomenologi Alfred Schutz (1972), implikasi teoritis disertasi ini mengeksplorasi *because of motive* dan *in order to motive* dari pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, menawarkan perspektif unik terhadap motivasi internal dan eksternal mereka. Schutz, yang menekankan pemahaman subjektif dalam membentuk tindakan sosial, membantu menjelaskan bagaimana pengalaman pribadi, latar belakang keagamaan, dan nilai-nilai Islam mempengaruhi pengusaha dalam memulai dan mengelola bisnis kuliner,

mencakup aspek kepuasan pribadi, pencarian makna, dan komitmen spiritual atau keagamaan. Sebaliknya, *in order to motive* merujuk pada tujuan eksternal seperti pertumbuhan bisnis, kontribusi sosial, atau penciptaan lapangan kerja, dengan Schutz memfasilitasi pemahaman tentang bagaimana pengusaha Muslim membentuk tujuan-tujuan ini melalui interaksi sosial dan persepsi terhadap peran bisnis mereka dalam masyarakat. Pendekatan Schutz ini mengungkapkan bahwa perilaku pengusaha Muslim bukan hanya hasil kalkulasi ekonomi, melainkan juga manifestasi dari identitas keagamaan dan sosial mereka, menggambarkan bagaimana nilai-nilai Islam dan konteks sosial-budaya di Kabupaten Kutai Timur mempengaruhi motivasi internal dan eksternal mereka dalam mengelola bisnis kuliner.

2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari hasil penelitian tentang makna *mujāhadah* pada perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, dapat dijabarkan dalam beberapa aspek berikut:

- a. Pengembangan bisnis berbasis *mujāhadah*. Hasil studi menunjukkan bahwa *mujāhadah*, yang mencakup ketekunan, kesabaran, dan tawakal, sangat penting dalam pengelolaan bisnis kuliner. Pengusaha dapat menerapkan prinsip *mujāhadah* ini dengan menetapkan standar tinggi dalam layanan pelanggan dan kualitas produk. Hal ini mengharuskan pengusaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar, sambil mempertahankan komitmen pada nilai-nilai Islam. Upaya berkelanjutan dalam peningkatan kualitas dan layanan ini

akan menciptakan reputasi yang baik di mata pelanggan dan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka.

- b. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Dalam konteks *mujāhadah*, pengelolaan SDM melibatkan lebih dari sekadar perekrutan dan pelatihan karyawan. Pengusaha harus menciptakan lingkungan kerja yang mendorong pertumbuhan pribadi dan profesional karyawan, serta mengakui dan menghargai kontribusi mereka. Ini termasuk memastikan bahwa lingkungan kerja selaras dengan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, hormat, dan kerja tim. Penerapan *mujāhadah* dalam pengelolaan SDM juga berarti memberikan pelatihan yang memadai dan mendorong karyawan untuk mengatasi tantangan dalam pekerjaan mereka dengan sikap sabar dan tekun.
- c. Praktik keuangan etis. Implementasi *mujāhadah* dalam pengelolaan keuangan memerlukan kedisiplinan, transparansi, dan tanggung jawab. Pengusaha perlu memastikan bahwa semua transaksi keuangan dilakukan dengan cara yang adil dan sesuai dengan prinsip etika Islam. Hal ini mencakup menghindari riba, menjaga kejujuran dalam transaksi, dan memastikan bahwa keuangan bisnis dikelola dengan cara yang mempromosikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan adil.
- d. Pemasaran dan inovasi berbasis nilai. Dalam konteks *mujāhadah*, pemasaran dan inovasi produk tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada penciptaan nilai bagi pelanggan dan masyarakat. Ini berarti pengusaha perlu berinovasi dalam menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas dan memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam.

Hal ini dapat termasuk menawarkan produk halal, ramah lingkungan, atau secara aktif berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

- e. Tanggung jawab sosial perusahaan. Sebagai bagian dari *mujāhadah*, pengusaha bisnis kuliner di Kutai Timur diharapkan untuk tidak hanya fokus pada pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga pada kontribusi mereka terhadap masyarakat. Ini bisa berarti berpartisipasi dalam kegiatan amal, mendukung inisiatif lokal, atau mengadakan program pelatihan untuk masyarakat. Dengan cara ini, pengusaha tidak hanya meningkatkan citra bisnis mereka, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat.

C. Keterbatasan Studi

Studi mengenai perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur yang fokus pada makna *mujāhadah* memiliki beberapa keterbatasan yang penting untuk diperhatikan:

1. Batasan geografis dan demografis: Studi ini terbatas pada Kabupaten Kutai Timur, yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi bisnis kuliner Muslim di daerah lain. Variabilitas sosial, ekonomi, dan budaya antarwilayah dapat mempengaruhi aplikasi dan persepsi *mujāhadah*, sehingga temuan mungkin tidak dapat digeneralisasi ke konteks yang lebih luas atau daerah lain dengan karakteristik yang berbeda.
2. Metodologi Penelitian: Penelitian ini mungkin bergantung pada metode kualitatif seperti wawancara dan observasi, yang meski mendalam, tetap subjektif dan berpotensi dipengaruhi oleh bias peneliti atau informan penelitian. Penelitian kuantitatif yang lebih luas atau kombinasi metode kuantitatif dan

kualitatif mungkin memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan objektif.

3. Sampel penelitian: Ukuran dan sifat sampel penelitian dapat membatasi kemampuannya untuk memberikan wawasan yang komprehensif. Jika sampel terbatas pada beberapa pengusaha tertentu, ini mungkin tidak mencakup spektrum penuh pengalaman dan perspektif yang ada dalam bisnis kuliner Muslim di wilayah tersebut.
4. Fokus pada *mujāhadah*: Meskipun penting, fokus eksklusif pada *mujāhadah* mungkin mengesampingkan faktor lain yang berpengaruh pada kesuksesan bisnis kuliner pengusaha Muslim, seperti strategi pemasaran, inovasi teknologi, atau kondisi ekonomi makro. Penelitian mendatang dapat menyelidiki bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dengan *mujāhadah* dalam praktek bisnis.
5. Dinamika pasar dan tren terkini: Karena dinamika pasar dan tren bisnis terus berubah, temuan penelitian mungkin tidak menggambarkan perubahan terbaru atau tren mendatang dalam industri kuliner. Penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya menangkap bagaimana pengusaha Muslim menyesuaikan diri dengan perubahan pasar atau teknologi baru.

D. Saran dan Rekomendasi

1. Saran

Berdasarkan hasil disertasi tentang perilaku pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur, dengan fokus pada studi makna *mujāhadah*,

beberapa saran dapat diajukan untuk meningkatkan praktik bisnis serta kontribusi terhadap pengembangan ekonomi syariah dan masyarakat secara umum:

- a. Peningkatan penerapan *mujāhadah*: Pengusaha disarankan untuk lebih menerapkan *mujāhadah* dalam semua aspek bisnis mereka. Hal ini mencakup peningkatan ketekunan dan kesabaran dalam menghadapi tantangan bisnis, serta penerapan tawakal setelah berusaha maksimal. Mereka juga harus menekankan pentingnya etika dan integritas dalam setiap aspek bisnis, dari pengelolaan keuangan hingga pelayanan pelanggan.
- b. Pengembangan sumber daya manusia: Mengingat pentingnya SDM dalam bisnis kuliner, pengusaha perlu meningkatkan fokus pada pelatihan dan pengembangan karyawan. Ini termasuk memberikan pelatihan yang berkaitan dengan nilai-nilai Islam dan etika bisnis, serta pengembangan keterampilan teknis yang relevan dengan industri kuliner.
- c. Adopsi teknologi dan inovasi: Untuk tetap kompetitif, pengusaha bisnis kuliner disarankan untuk mengadopsi teknologi terkini dan berinovasi dalam produk atau layanan mereka. Penerapan teknologi dapat membantu dalam mengelola operasional bisnis lebih efisien dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan.
- d. Strategi pemasaran berbasis nilai: Pengusaha perlu mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya fokus pada aspek komersial tetapi juga menekankan nilai-nilai Islam. Hal ini dapat mencakup kampanye pemasaran yang menyoroti kehalalan produk, keberlanjutan, dan kontribusi sosial bisnis.
- e. Kerjasama dan jaringan bisnis: Membangun jaringan dengan pengusaha lain di bisnis serupa dapat membantu dalam berbagi pengetahuan dan praktik terbaik.

Ini juga dapat menciptakan peluang untuk kerjasama strategis yang bisa menguntungkan semua pihak.

- f. Keterlibatan komunitas dan tanggung jawab sosial: Disarankan agar pengusaha lebih aktif terlibat dalam kegiatan komunitas dan inisiatif tanggung jawab sosial. Hal ini dapat meningkatkan reputasi dan citra positif bisnis di mata masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan sosial dan ekonomi lokal.
- g. Penelitian dan Pengembangan Berkelanjutan: Pengusaha di sektor kuliner, khususnya dalam konteks ekonomi syariah, harus terus berupaya melakukan penelitian dan pengembangan untuk memahami kebutuhan pasar yang terus berubah dan memastikan bahwa bisnis mereka tetap relevan dan kompetitif.

2. Rekomendasi

Berdasarkan studi yang dilakukan tentang pengusaha Muslim bisnis kuliner di Kabupaten Kutai Timur dengan fokus pada *mujāhadah*, beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah:

- a. Studi komparatif di wilayah lain: Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas, penelitian di masa depan dapat dilakukan di berbagai wilayah geografis lainnya. Studi komparatif antara Kabupaten Kutai Timur dengan wilayah lain dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konteks geografis dan budaya mempengaruhi penerapan *mujāhadah* dalam bisnis kuliner.
- b. Penerapan nilai Islam lainnya: Selain *mujāhadah*, penelitian lebih lanjut bisa mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai Islam lainnya, seperti adil, amanah, atau

ihسان, diterapkan dalam bisnis kuliner. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh nilai Islam pada perilaku bisnis.

- c. Pengaruh ekonomi makro: Studi yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor ekonomi makro seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi global, dan tren pasar mempengaruhi bisnis kuliner Muslim bisa memberikan wawasan berharga.
- d. Analisis kuantitatif: Untuk melengkapi studi kualitatif, penelitian selanjutnya dapat memasukkan analisis kuantitatif yang menyediakan data statistik, yang dapat membantu dalam membuat generalisasi yang lebih akurat.
- e. Dampak Sosial dan Ekonomi: Penelitian lebih lanjut dapat menyelidiki dampak sosial dan ekonomi dari bisnis kuliner Muslim di masyarakat lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja, pengembangan keterampilan, dan kontribusi terhadap ekonomi lokal.
- f. Teknologi dan Inovasi dalam Bisnis Kuliner: Dengan berkembangnya teknologi digital, penelitian tentang bagaimana pengusaha Muslim mengadopsi inovasi dan teknologi baru dalam operasional bisnis mereka akan sangat berharga.
- g. Studi longitudinal: Penelitian longitudinal yang mengikuti perkembangan bisnis kuliner Muslim selama periode waktu yang lebih panjang dapat memberikan wawasan tentang dinamika jangka panjang dan keberlanjutan bisnis ini.
- h. Perspektif pelanggan: Penelitian lebih lanjut juga bisa fokus pada perspektif pelanggan terhadap bisnis kuliner Muslim, termasuk bagaimana nilai-nilai Islam mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Daftar Rujukan

- Abdullah, Azimah, and Mohd Farid Mohd Sharif. 2019. "The Concept of Islamic Personality and Spiritual Development." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 9(9):936–49. doi: 10.6007/IJARBSS/v9-i9/6383.
- Ahmedova, Sibel. 2015. "Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs) in Bulgaria." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195:1104–12. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.06.155.
- Ajayi, Olumide Abraham, Olumuyiwa Ebenezer Kayode, and Grace Olabisi Ajayi-oluajayi. 2022. "SOCIO-CULTURAL DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR IN KANO , NIGERIA SOCIO-CULTURAL DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR IN KANO , NIGERIA." (February).
- Al-Ammar, Fawziah K., Ismaiel H. Ahmed, and Mohamad Sahari Nordin. 2012. "Moral Character of Muslim Personality: Scale Validation." *Journal of Education and Practice* 3(16):118–28.
- al-Ghazali, Abu Hamid. 1993. "Ihyd''ulum Al-Din, Volume III, Translated by Fazlul-Karim." *Karachi: Darul-Ishaat*.
- Al-Ghazali, Abu Hamid. 1993. "Revival of Religious Learnings Ihyd''ulum Al-Din, Volume III, Translated by Fazlul-Karim." *Karachi: Darul-Ishaat*.
- Al-Shafi'i, Mohammed Muneer deen Olodo, Mohd Safri Ali, Engku Ibrahim Engku Wok Zin, Abdulsoma Thoarlim, and Mohd Shafiee Hamzah. 2019. "Ethical Perceptions and Relationships in Islam: A Textual Abridged Summary of Al-Ghazali's View." *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues* 22(2):1–5.
- Ali, Abbas J., and Ali A. Al-Kazemi. 2007. "Islamic Work Ethic in Kuwait." *Cross Cultural Management: An International Journal* 14(2):93–104. doi: 10.1108/13527600710745714.
- Altinay, Levent. 2008. "The Relationship between an Entrepreneur's Culture and the Entrepreneurial Behaviour of the Firm." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15(1):111–29. doi: 10.1108/14626000810850874.
- Aly, Maha Mohamed Mohsen Abdelsattar. 2021. *Exploring the Entrepreneurial Mindset in the Context of Managing Adversities within the German Ecosystem: The Impact of Cultural Values on Entrepreneurial Behavior*. Disertassion: University of Erfurt.
- An-Naisaburi, Abul Qasim Abdul Karim Hawazin Al-Qusyairi. 2007. *Risalah*

Qusyairiyah: Sumber Kajian Ilmu Tasawuf. Penerjemah, Umar Faruq. Jakarta: Pustaka Amani.

- Anggadwita, Grisna, Veland Ramadani, Dini Turipanam Alamanda, Vanessa Ratten, and Medain Hashani. 2017. "Entrepreneurial Intentions from an Islamic Perspective: A Study of Muslim Entrepreneurs in Indonesia." *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 31(2):165. doi: 10.1504/ijesb.2017.10004845.
- Asnawi, Nur. 2012. "Wirausaha Sebagai Solusi Pengangguran Terdidik Di Indonesia." *IQTISHODUNA*. doi: 10.18860/iq.v0i0.1754.
- Azizi, Moh Ali. 2005. "Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradikma Aksi Metodologi." *Yogyakarta: Pustaka Pesantren*.
- Baggi, Daniele. 2020. "The Taste of Travel: How Food Impacts and Modifies People's Travel Decisions." *Dissertation: Instituto Universitario de Lisboa*.
- Basri, Wael. 2020. "Examining the Impact of Artificial Intelligence (AI)-Assisted Social Media Marketing on the Performance of Small and Medium Enterprises: Toward Effective Business Management in the Saudi Arabian Context." *International Journal of Computational Intelligence Systems* 13(1):142. doi: 10.2991/ijcis.d.200127.002.
- Bayih, Berhanu Esubalew, and Apar Singh. 2020. "Modeling Domestic Tourism: Motivations, Satisfaction and Tourist Behavioral Intentions." *Heliyon* 6(9):e04839. doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e04839.
- Belcourt, Monica. 1987. "Nothing to Lose: Entrepreneurial Behaviour of Female Entrepreneurs." *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration* 4(2):199–210. doi: 10.1111/j.1936-4490.1987.tb00452.x.
- Bird, Barbara, and Leon Schjoedt. 2017. "Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research." Pp. 379–409 in *Revisiting the entrepreneurial mind*. Springer.
- Bird, Barbara, Leon Schjoedt, and Ralph Hanke. 2014. "Behavior of Entrepreneurs - Existing Research and Future Directions." Pp. 207–21 in *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Block, Jörn, Christian Fisch, and Farooq Rehan. 2020. "Religion and Entrepreneurship: A Map of the Field and a Bibliometric Analysis." *Management Review Quarterly* 70(4):591–627. doi: 10.1007/s11301-019-00177-2.
- Bogdan, Robert C., and Sari Knopp Biklen. 2007. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theories and Methods*. 5th ed. Boston: Pearson

Education, Inc.

- Borquist, Bruce R. 2020. "The Context and Enactment of Faith-Based Social Entrepreneurship." *Disertassion: Massey University, New Zealand*.
- BPS Kutai Timur. 2020. "Statistik Daerah Kabupaten Kutai Timur." *BPS Kabupaten Kutai Timur*.
- Bunyamin, Andi, Usman Sofian, Mansyur Ramly, Baharuddin Semmaila, and M. Hasibuddin. 2024. "The Influence of Islamic Leadership, Mujahadah, and Work Motivation on the Performance of State Madrasah Aliyah Educators in South Sulawesi." *Revista de Gestao Social e Ambiental* 18(8):1–19. doi: 10.24857/rgsa.v18n8-090.
- Busyro, Muhtarom. 2015. *Shorof Metode Krapyak*. Putera Menara.
- Chandler, Nick. 2022. "Entrepreneurial Personality and Motive: A Study of Hungarian Early-Stage Entrepreneurs Using GEM Data." *Prosperitas* 9(4):1–10. doi: 10.31570/prosp_2022_0007.
- Chirzin, Muhammad, and R. H. Yayan. 2003. *Glosari Al-Qur'an*. Lazuardi.
- Creswell, John W., Creswell, J. David. 2018. *Research Design; Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*. LONDON: SAGE Publications Ltd.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design, Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publications, Inc.
- Creswell, John W., and Cheryl N. Poth. 2018. *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. 4th ed. California: SAGE Publications Inc.
- Dana, Leo Paul. 2009. "Religion as an Explanatory Variable for Entrepreneurship." *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 10(2):87–99. doi: 10.5367/000000009788161280.
- Denzin, N. K., and Y. S. Lincoln. 2013. *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. SAGE Publication Inc.
- Djakfar, Muhammad. 2007. "Religion, Work Ethics, and Business Attitude: A Case Study on the Meaning of Business Behavior of Madurese Fruits Traders in Malang." *The International Journal of Accounting and Business Society* 16(2):93–110.
- Djakfar, Muhammad. 2012. "Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi." *Jakarta: Penebar Plus*.

- Djakfar, Muhammad. 2015. *Wacana Teologi Ekonomi; Membumikan Titah Langit Di Ranah Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Malang: UIN Maliki Press.
- Djakfar, Muhammad. 2018. "Revitalisasi Dan Aktualisasi Nilai-Nilai Religiusitas Untuk Mewujudkan Ekonomi Wasathiyah Yang Berkeadaban." *Resented at The 6th International Conference of Islamic Economics & Business, 22 September 2018, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* 1–17.
- Djakfar, Muhammad. 2019. "Revitalization and Actualization of Religious Values to Realize Civilized Wasathiyah Economy." Pp. 149–53 in *Proceedings of the 2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*. Vol. 101. Paris, France: Atlantis Press.
- Djakfar, Muhammad. 2022. "Qur'an and Business Revelation's Guidance on The Real Sector." Pp. 13–20 in *Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)*. Vol. 8.
- Elfakhani, Said, and Zafar U. Ahmed. 2013. "Philosophical Basis of Entrepreneurship Principles Within an Islamic Ethical Framework." *Journal of Transnational Management* 18(1):52–78. doi: 10.1080/15475778.2013.752780.
- Faizal, P. R. M., A. A. M. Ridhwan, and A. W. Kalsom. 2013. "The Entrepreneurs Characteristic from Al-Quran and Al-Hadis." *International Journal of Trade, Economics and Finance* 4(4):191–96. doi: 10.7763/ijtef.2013.v4.284.
- Fauzia, Ika Yunia. 2018. "Perilaku Pebisnis Dan Wirausaha Muslim Dalam Menjalankan Asas Transaksi Syariah." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 9(1):38–56. doi: 10.18202/jamal.2018.04.9003.
- Fitrizal, Fitrizal, Elfiswandi Elfiswandi, and Sigit Sanjaya. 2021. "The Impact of Culinary Tourism on Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: Padang City, West Sumatra Context." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 14(1):135–48. doi: 10.25105/jmpj.v14i1.8594.
- Forster, Gillian. 2014. *The Influence of Islamic Values on Management Practice*. London: Palgrave Macmillan UK.
- Ghazanfar, S. M. 2000. "The Economic Thought of Abu Hamid Al-Ghazali and St. Thomas Aquinas: Some Comparative Parallels and Links." *History of Political Economy* 32(4):857–88. doi: 10.1215/00182702-32-4-857.
- Ghony, M. Djunaidi, Sri Wahyuni, and Fauzan Almanshur. 2020. "Analisis Dan Intepretasi Data Penelitian Kualitatif." *Bandung: Refika Aditama*.
- Gimmon, Eli, and Jonathan Levie. 2010. "Founder's Human Capital, External Investment, and the Survival of New High-Technology Ventures." *Research*

- Policy* 39(9):1214–26. doi: 10.1016/j.respol.2010.05.017.
- Gümüşay, Ali Aslan. 2015. “Entrepreneurship from an Islamic Perspective.” *Journal of Business Ethics* 130(1):199–208. doi: 10.1007/s10551-014-2223-7.
- Hamid, Ahmad Fauzi Abdul. 2003. “Inter-movement Tension among Resurgent Muslims in Malaysia: Response to the State Clampdown on Darul Arqam in 1994.” *Asian Studies Review* 27(3):361–87. doi: 10.1080/10357820308713383.
- Hashim, Nurhazirah, and Muhammad Iskandar Hamzah. 2014. “7P’s: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130:155–59. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.04.019.
- Houben, G., K. Lenie, and K. Vanhoof. 1999. “A Knowledge-Based SWOT-Analysis System as an Instrument for Strategic Planning in Small and Medium Sized Enterprises.” *Decision Support Systems* 26(2):125–35. doi: 10.1016/S0167-9236(99)00024-X.
- Hoyte, Cherrisse Asha Shinelle. 2015. “Making Sense of Entrepreneurial Opportunities.” *Dissertation: Nottingham University Business School*.
- Iivonen, Sari, Paula Kyrö, Sinikka Mynttinen, Marjo Särkkä-Tirkkonen, and Helena Kahiluoto. 2011. “Social Capital and Entrepreneurial Behaviour Advancing Innovativeness in Interaction between Small Rural Entrepreneurs and Researchers: A Phenomenographic Study.” *The Journal of Agricultural Education and Extension* 17(1):37–51. doi: 10.1080/1389224X.2011.536348.
- Iskandar, Doni. 2015. “Studi Fenomenologi Motif Anggota Satuan Resimen Mahasiswa 804 Universitas Negeri Surabaya.” *Paradigma* 3(1).
- Ismail, A. Ilyas, and Badrah Uyuni. 2020. “Ghazali’s Sufism and Its Influence in Indonesia.” *DINIKA : Academic Journal of Islamic Studies* 4(1):21–44. doi: 10.22515/dinika.v4i1.1712.
- Ismail, Noraini, Mardzelah Makhsin, Zainab Mohd Zain, Ummi Syarah Ismail, and Nadhilah Abdul Pisal. 2021. “Mujahadatun Nafs and Riyadhatun Nafs Practices Informing the Religious Personality among Universities.” *Proceedings of International Conference on Language, Education, Humanities & Social Sciences (i-LEdHS 2021)*.
- Jena, R. K. 2020. “Measuring the Impact of Business Management Student’s Attitude towards Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: A Case Study.” *Computers in Human Behavior* 107:106275. doi: 10.1016/j.chb.2020.106275.

- Kayed, Rasem N. 2006. "Islamic Entrepreneurship. A Case Study of The Kingdom Od Saudi Arabia." *Disertassion: Massey University, New Zealand*.
- Kayed, Rasem N., and M. Kabir Hassan. 2010. "Islamic Entrepreneurship: A Case Study of Saudi Arabia." *Journal of Developmental Entrepreneurship* 15(4):379–413. doi: 10.1142/S1084946710001634.
- Kayed, Rasem N., and M. Kabir Hassan. 2011. "Saudi Arabia's Economic Development: Entrepreneurship as a Strategy." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 4(1):52–73. doi: 10.1108/17538391111122203.
- Kemenperin. 2019. "Kontribusi Manufaktur Nasional Capai 20 Persen, RI Duduki Posisi Ke-5 Dunia." *Kemenperin.Go.Id*. Retrieved (https://www.kemenperin.go.id/artikel/20579/Kontribusi-Manufaktur-Nasional-Capai-20-Persen,-RI-Duduki-Posisi-Ke-5-Dunia).
- Kharabsheh, Radwan Alyan, Waed Ensour, Saeed Hameed Aldulaimi, and Abdulsattar Alazzawi. 2021. "Bahraini Female and Social Entrepreneurs Networking Behavior." Pp. 24–32 in *2021 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance*. IEEE.
- Kuswarno, Engkus. 2009. "Fenomenologi." *Bandung: Widya Padjajaran*.
- Kutaitimurkab.go.id. 2024. "Kuliner." *Kutaitimurkab.Go.Id*. Retrieved January 7, 2024 (https://kutaitimurkab.go.id/page/all-kuliner).
- Kutimkab.bps.go.id. 2023. "Jumlah Penduduk Berusia 15 Tahun Keatas Yang Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama Selama Seminggu Yang Lalu (Jiwa), 2019-2021." *Kutimkab.Bps.Go.Id*. Retrieved (https://kutimkab.bps.go.id/indicator/6/64/1/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-selama-seminggu-yang-lalu-menurut-status-pekerjaan-utama-dan-jenis-kelamin.html).
- Lapan, Stephen D., MaryLynn T. Quartaroli, and Frances Julia Riemer. 2012. "Qualitative Research, An Introduction to Methodes and Designs."
- Leal Riquelme, Rubén. 2007. "Aportes Teórico-Metodológicos De La Fenomenología Al Desarrollo Cualitativo De Las Ciencias Sociales En Alfred Schütz." *Alpha (Osorno)* (25).
- Lewis, Kate Valda. 2009. "A Meaningful Life : Being a Young New Zealand Entrepreneur." *Disertassion: Massey University, New Zealand*.
- Lim, Ming K., Ming-Lang Tseng, Kim Hua Tan, and Tat Dat Bui. 2017. "Knowledge Management in Sustainable Supply Chain Management: Improving Performance through an Interpretive Structural Modelling Approach." *Journal of Cleaner Production* 162:806–16. doi:

10.1016/j.jclepro.2017.06.056.

Lincoln, Y. S., and E. G. Guba. 1985. *Naturalistic Inquiry*. London: Sage Publications.

Lincoln, YS., and Egon G. Guba. 1985. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hill, California: Sage Publications.

Maebane, Master Maapae. 2015. "The Factors Influencing The Performance of Youth Entrepreneurship in The Capricorn District Municipality." *Dissertation: University of South Africa*.

Masi, Felice. 2020. "The Context of Alfred Schutz's Provability Epistemology." *Discipline Filosofiche* 30(1):207–34.

Matson, Vickie Eileen. 2021. "Family-Owned Restaurant Owners' Strategies for Business Sustainability." *Dissertation: Walden University*.

Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. third. London: SAGE Publications Ltd.

Mitchell, B. C. 2004. "Motives of Entrepreneurs: A Case Study of South Africa." *The Journal of Entrepreneurship* 13(2):167–83. doi: 10.1177/097135570401300203.

Mohsen, Noyal Rashed Mukred. 2007. "Leadership from the Quran, Operationalization of Concepts and Empirical Analysis: Relationship between Taqwa, Trust and Business Leadership Effectiveness." *PhD Dissertation: Universiti Sains Malaysia*.

Moleong, Lexi J. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muzzetto, Luigi. 2006. "Time and Meaning in Alfred Schütz." *Time & Society* 15(1):5–31. doi: 10.1177/0961463X06061334.

Muzzetto, Luigi. 2021. "On the «unconscious» Nature of Because Motives. Some Considerations on the Unconscious in Alfred Schutz." *SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE* (124):123–43. doi: 10.3280/SR2021-124008.

Ng, Thomas W. H., Lillian T. Eby, Kelly I. Sorensen, and Daniel C. Feldman. 2005. "Predictors of Objective and Subjective Career Success: A Meta-Analysis." *Personnel Psychology* 58(2):367–408. doi: 10.1111/j.1744-6570.2005.00515.x.

Ningsih, Prilla Kurnia. 2020. "STRATEGI ISLAMI DALAM MANAJEMEN KONFLIK BAGI PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN BANK SYARIAH." *Disertasi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.

- Noer, Muli Umiaty. 2022. "Islamic Work Ethic: The Role of Religious Principles on Working Performance in Higher Education." *Borneo International Journal of Islamic Studies (BIJIS)* 4(2):1–20.
- Noyo Sarkun, Mif Rohim, and Surtahman Kastin Hasan Al-Kindely. 2013. "Model Ekonomi Sufi Imam Al-Ghazali." *Jurnal Teknologi* 64(1):111–20. doi: 10.11113/jt.v64.1313.
- Nurmilah, Risma, Ade Sudarma, and Alhidayatullah Alhidayatullah. 2022. "Culinary Tourism Development Strategy In Sukabumi." *International Journal of Entrepreneurship and Business Management* 1(2):105–15. doi: 10.54099/ijebm.v1i2.351.
- Ossorio, Peter G. 2006. *The Behavior of Persons*. Descriptive Psychology Press.
- Östrup Backe, Josefine. 2020. "Enacting 'the Local' in Culinary Tourism; A Study of Culinary Actors and Their Practices." Dissertation: Lund University, Sweden.
- Pew Research Center. 2011. "The Future of the Global Muslim Population; Projections for 2010-2030." *Washington, DC: The Pew Research Centre*.
- Prasetyani, Dwi. 2018. "STUDI PERILAKU MUSLIMAH PENGUSAHA DI SURAKARTA (Penerapan Nilai Islam, Pemaknaan Keberhasilan Usaha Dan Kebahagiaan Keluarga)." *Disertasi: Universitas Brawijaya Malang*.
- Prasetyani, Dwi. 2020. *Kewirausahaan Islami*. Surakarta: Djiwa Surakarta Press.
- Rafiki, Ahmad, and Fahmi Natigor Nasution. 2019. "Business Success Factors of Muslim Women Entrepreneurs in Indonesia." *Journal of Enterprising Communities* 13(5):584–604. doi: 10.1108/JEC-04-2019-0034.
- Rehan, Farooq, Joern Block, and Christian Fisch. 2019. "Entrepreneurship in Islamic Communities: How Do Islamic Values and Islamic Practices Influence Entrepreneurship Intentions?" *Journal of Enterprising Communities* 13(5):557–83. doi: 10.1108/JEC-05-2019-0041.
- Rehan, Muhammad Farooq. 2020. "Islamic Religion and Entrepreneurship." *Dissertation: Trier University, Germany*.
- Reni Sasmita, and Waharjani. 2023. "Implementation of Mujahadah and Syaja'ah Personal Morals in the Perspective of Islamic Education." *Journal of Islamic Civilization* 4(2):136–45. doi: 10.33086/jic.v4i2.3635.
- Rimiyati, Hasnah, and Munjiati Munawaroh. 2016. "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis* 7(2):130–57.

- Rochwerger, B., D. Breitgand, E. Levy, A. Galis, K. Nagin, I. M. Llorente, R. Montero, Y. Wolfsthal, E. Elmroth, J. Caceres, M. Ben-Yehuda, W. Emmerich, and F. Galan. 2009. "The Reservoir Model and Architecture for Open Federated Cloud Computing." *IBM Journal of Research and Development* 53(4):4:1-4:11. doi: 10.1147/JRD.2009.5429058.
- Rosia, Rina. 2018. "Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Uang." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4(01):14. doi: 10.29040/jiei.v4i1.161.
- Rudin, C., D. Waltz, R. N. Anderson, A. Boulanger, A. Salieb-Aouissi, M. Chow, H. Dutta, P. N. Gross, B. Huang, S. Ierome, D. F. Isaac, A. Kressner, R. J. Passonneau, A. Radeva, and L. Wu. 2012. "Machine Learning for the New York City Power Grid." *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence* 34(2):328–45. doi: 10.1109/TPAMI.2011.108.
- Saldaña, Johnny. 2011. *Fundamentals of Qualitative Research: Understanding Qualitative Research*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Samarqandi, Abu Laits as. 2005. "Tanbihul Ghafilin; Peringatan Bagi Orang-Orang Yang Lupa. Bagian 2. Diterjemahkan Oleh Muslich Sabir."
- Schlembach, Christopher. 2020. "Don Quixote and the Social System: Interpreting Ronald Laing's Concept of Ontological Insecurity from Alfred Schütz' and Talcott Parsons' Theories of Social Action." *Journal of Classical Sociology* 20(3):191–207. doi: 10.1177/1468795X19844340.
- Schutz, A. 1967. "The Phenomenology of the Social World, Trans." *G. Walsh and F. Lehnert, Northwestern University*
- Schutz, A. 1972a. "The Fenomenology of the Social World."
- Schutz, A. 1972b. *The Phenomenology of the Social World*. books.google.com.
- Schutz, A., and T. Luckmann. 1973. *The Structures of the Life-World*. books.google.com.
- Schutz, Alfred. 1972. *The Phenomenology of the Social World*. Northwestern university press.
- Seibert, Scott E., and Maria L. Kraimer. 2001. "The Five-Factor Model of Personality and Career Success." *Journal of Vocational Behavior* 58(1):1–21. doi: 10.1006/jvbe.2000.1757.
- senayanrentcar.co.id. 2024. "Kuliner Sangatta Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan." *Senayanrentcar.Co.Id*. Retrieved (<https://senayanrentcar.co.id/kuliner-sangatta-paling-banyak-dikunjungi-wisatawan/>).

- Setiansyah, Novan Bachtiar, Rizky Deco Praha, Syafrida Razak, Joko Bramantyo, Nurhani Yatimah Ismayanti, and Tempo Institute. 2020. "Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata & Ekonomi Kreatif. (2020)."
- Shank, Gary D. 2006. *Qualitative Research A Personal Skills Approach*. New Jersey: Pearson Merrill.
- Sidani, Yusuf, and Akram Al Ariss. 2015. "New Conceptual Foundations for Islamic Business Ethics: The Contributions of Abu-Hamid Al-Ghazali." *Journal of Business Ethics* 129(4):847–57. doi: 10.1007/s10551-014-2136-5.
- Siswanto, Siswanto. 2019. *Social Construction of Pesantren-Based Entrepreneurial Motivation*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Sodiqin, Ahmad, and Husnul Haq. 2023. "Manifestation of Mujahadah on the Cultivation of Emotional." *Amorti: Jurnal Studi Islam Interdisipliner* 2(4):192–99.
- Sopingi, Imam. 2016. "ETIKA BISNIS MENURUT AL-GHAZALI: TELAAH KITAB IHYA' ' ULUM AL-DIN." *IQTISHODUNA* 10(2):142–48. doi: 10.18860/iq.v10i2.3223.
- Straßheim, Jan. 2016. "Type and Spontaneity: Beyond Alfred Schutz's Theory of the Social World." *Human Studies* 39(4):493–512. doi: 10.1007/s10746-016-9382-8.
- Sumual, Jacline, Steva Tumangkeng, Lidya Mawikere, Christoffel M. O. Mintardjo, Imelda J. Ogi, and George M. V Kawung. 2019. "The Business Model for SMEs Fishery and Marine Food Industry Modernization in Manado: Rica Roa Companies Case Study." Pp. 202–6 in *Proceedings of the 5th Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2018)*. Vol. 73. Paris, France: Atlantis Press.
- Sutono. 2020. "Islamic Spiritual Entrepreneurship Dalam Menumbuhkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir (Studi Pada Para Pengusaha Ujung Pangkah Dan Panceng Kabupaten Gresik)." *Disertasi: UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Tijani, Naufal, Ike Junita, and Ferry Darmawan. 2022. "Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim (Studi Fenomenologi Mengenai Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim Di Kota Bandung)." *SEIKO: Journal of Management & Business* 5(2):53–64. doi: 10.37531/sejaman.v5i2.2087.
- Tim Penyusun Pusdatin Kemenparekraf. 2020. *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Kemenparekraf.
- Tria Wahyuningtihas, Ema, Yudho Giri Suchayo, and Arfive Gandhi. 2021. "Driving Factors for MSMEs in Indonesia to Adopt Information Technology

- on Culinary.” Pp. 79–84 in *2021 The 5th International Conference on E-Commerce, E-Business and E-Government*. New York, NY, USA: ACM.
- Triantafillou, Peter. 2002. “Machinating the Responsive Bureaucrat: Excellent Work Culture in the Malaysian Public Sector.” *Asian Journal of Public Administration* 24(2):185–209. doi: 10.1080/02598272.2002.10800400.
- Universitas Darussalam Gontor, Hanifiyah Yuliatul. 2016. “Spiritualitas Islam Dalam Kewirausahaan.” *Tsaqafah* 12(1):187–208.
- Utomo, Kabul Wahyu, Rizqon Halal Syah Aji, and Havis Aravik. 2021. “Islamic Entrepreneurship: Konsep Berwirausaha Ilahiyah.” *Jakarta: Edu Pustaka*.
- Wahab, Mastura Ab. 2012. “The Impact of Islamic Work Values on Employees’ Job Performance in Malaysia.” *PhD Thesis, Faculty of Business and Government, The University of Canberra, Australia* (February).
- Wahab, Mastura Ab, Ali Quazi, and Deborah Blackman. 2016. “Measuring and Validating Islamic Work Value Constructs: An Empirical Exploration Using Malaysian Samples.” *Journal of Business Research* 69(10):4194–4204. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.03.005.
- Wahab, N. 2013. “Determinants of Efficiency of Zakat Institutions in Malaysia: A Non-Parametric Approach.” *Asian Journal of Business and Accounting* 6(2):33–64.
- Waldenfels, Bernhard. 2014. “Everyday Morality. Questions with and for Alfred Schutz.” Pp. 181–98 in *Contributions To Phenomenology*. Vol. 68.
- Weber, Max. 2001. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York: Routledge.
- Weigert, Andrew J. 1975. “Alfred Schutz on a Theory of Motivation.” *Sociological Perspectives* 18(1):83–102. doi: 10.2307/1388224.
- Wulandari, Hilma Dian, and A. Jauhar Fuad. 2020. “Value Of Religiosity In The Mujahadah Tradition; Study at Ulul Albab Nganjuk Islamic Vocational School.” *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman* 10(2):230–41. doi: 10.33367/ji.v10i2.1292.
- Yang Zhang, Chonho Lee, Dusit Niyato, and Ping Wang. 2013. “Auction Approaches for Resource Allocation in Wireless Systems: A Survey.” *IEEE Communications Surveys & Tutorials* 15(3):1020–41. doi: 10.1109/SURV.2012.110112.00125.
- Yin, Robert K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. 6th ed. California: SAGE Publications Inc.

- Yudin, Greg. 2015. "Alfred Schhtz's Sociology as a Naive Science." *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.2588968.
- Zunaidi, Arif. 2022. "The Contribution of Abu-Hamid Al-Ghazali to Shaping Businesspeople's Personalities." *TSAQAFAH* 18(1):83. doi: 10.21111/tsaqafah.v18i1.7610.
- Zurika, Henny, Dewi Andriani, Elisabeth Haloho, and Bunga Aditi. 2018. *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing.

Lampiran 1. Foto-Foto Dokumentasi Penelitian



Foto Wawancara dengan Ibu Mega Rindawati pemilik Gummy's Food & Beverage



Foto Wawancara dengan Ibu Mega Rindawati pemilik Gummy's Food & Beverage



Foto Wawancara dengan Ibu Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake



Foto Wawancara dengan Ibu Yasmin Abdul Muis pemilik Jasmine Cake



Foto Wawancara dengan Ibu Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan



Foto Wawancara dengan Ibu Trisna Sriwulaningsih pemilik rumah makan



Foto Wawancara dengan Bapak Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon



Foto Wawancara dengan Bapak Eddy Pramono pemilik rumah makan Edy Blangkon



Foto Wawancara dengan Bapak Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali



Foto Wawancara dengan Bapak Agus Kristanto pemilik rumah makan Soto Kwali



Foto Wawancara dengan Ibu Dewi Yuliana pemilik Lubna Cafe & Cake



Foto 1 Lubna Cafe & Cake

Lampiran 2 Surat Keputusan Promotor



SURAT KEPUTUSAN
DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
Nomor : 2709/Un.03/Ps/11/2023
Tentang:
DOSEN PEMBIMBING DISERTASI PROGRAM DOKTOR EKONOMI SYARI'AH
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

DIREKTUR PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

- Menimbang** :
- a. Bahwa dalam rangka ketertiban dan kelancaran pembimbingan Disertasi mahasiswa Program Doktor Ekonomi Syari'ah Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dipandang perlu menetapkan Dosen Pembimbing Penulisan Disertasi;
 - b. Bahwa nama-nama yang ditetapkan dalam Keputusan ini mampu dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut;
 - c. Bahwa berdasarkan pertimbangan huruf a dan b di atas, perlu ditetapkan dengan Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
- Memperhatikan** : Surat Permohonan Penggantian Promotor 1 sebagai Dosen Pembimbing Utama Disertasi Mahasiswa Program Doktor Ekonomi Syari'ah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 a.n. Sismanto, tanggal 1 Nopember 2023.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : **PENGGANTIAN DOSEN PEMBIMBING DISERTASI PROGRAM DOKTOR EKONOMI SYARI'AH SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024 PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**
- Pertama** : Mereka yang namanya tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini ditunjuk sebagai Pengganti Dosen Pembimbing Disertasi Mahasiswa Program Doktor Ekonomi Syari'ah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024.
- Kedua** : Segala pembiayaan yang dikeluarkan sebagai akibat pelaksanaan Keputusan ini dibebankan Pada DIPA BLU UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun Anggaran 2023.
- Ketiga** : Keputusan ini berlaku mulai tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan dibetulkan kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan di laksanakan sebagaimana mestinya.



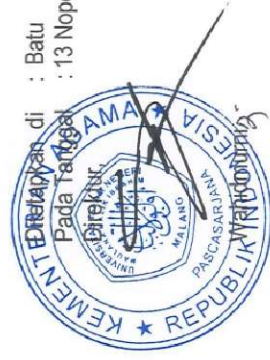
Ditetapkan di : Batu
 Pada Tanggal : 13 Nopember 2023
 Direktur

Tembusan Yth:

1. Rektor sebagai laporan;
2. Para Wakil Rektor I, II, dan III, IV;
3. Para Kepala Biro;
4. Wadir Pascasarjana;

1 | : Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
: 2709/Un.03/Ps/11/2023
: 13 November 2023
: Dosen Pembimbing Disertasi Mahasiswa Program Doktor Ekonomi Syarifah
Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

NAMA/NIM	JUDUL	PENGANTIAN PEMBIMBING	
		SEMULA	MENJADI
nto 4320010	Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner di Kabupaten Kutai Timur (Studi Makna Nilai Mujahadah)	1. Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, SH., M.Ag 2. Prof. Dr. Siswanto, M.Si	1. Prof. Dr. Siswanto, M.Si 2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A



Lampiran 3 Daftar Riwayat Penulis

Riwayat Hidup Penulis



Sismanto, lahir di Pati Jawa Tengah pada tanggal 27 Agustus 1979, merupakan anak ke-1 dari 5 bersaudara dari pernikahan Ibu Hj. Runing dengan H. Matroji. Pendidikan dasarnya ditempuh di Sekolah Dasar Negeri Pecangaan Batangan Pati tamat pada tahun 1992. Satu tahun diniyah persiapan MTs Salafiyah Kajen, Margoyoso Pati, kemudian melanjutkan di MTsN Lasem, Rembang tamat pada tahun 1996. Kemudian melanjutkan ke Madrasah Aliyah Negeri (MAN 2 Kudus) tamat pada tahun 1999. Disamping sekolah formal, penulis menghabiskan masa remajanya selama 17 tahun di pondok pesantren (Pati, Lasem, Kudus, dan Malang).

Pada tahun 1999 melanjutkan S1 di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) Program Studi Pendidikan Biologi tamat pada tahun 2004. Kemudian pada tahun 2004 melanjutkan ke Program Pascasarjana (PPs) Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) Program Studi Magister Kebijakan Pendidikan tamat pada tahun 2006. Pada Tahun 2020 melanjutkan pendidikan Strata 3 (S3) Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Malang Program Studi PAI Multikultural dan Strata 3 (S3) Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang program studi Ekonomi Syariah.

Penulis menikah dengan Tri Puri Tosana Handayani, S.E., pada tahun 2010 dan di karuniai 3 (tiga) orang anak putra dan putri. Anak pertama bernama Quinsha Faradisha Nahla, anak kedua bernama Haykal Akbar Nala Hija, dan anak ketiga bernama Nihaya Tasbiha Naja.

Jabatan organisasi yang diembannya sekarang adalah sebagai ketua tanfidziyah Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Kabupaten Kutai Timur pada tahun 2022 sampai dengan saat ini. Jabatan organisasi lain yang pernah diikuti antara lain; Lurah pondok pesantren Miftahul Ulum Dau Malang (2002-2007), Waka III Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) komisariat UMM Malang pada Tahun 2002, Sekretaris umum KSR PMI UMM dan pada tahun 2002. Pernah menjadi ketua Jamiyah Ruqyah Aswaja (JRA) Kabupaten Kutai Timur tahun 2019-2022.

Beberapa prestasi penulis yang pernah diraih di tingkat nasional, diantaranya: 1) Juara III lomba karya tulis sinologi kategori umum 2007, (2) Juara Harapan III Lomba Karya Tulis Nasional Departemen Agama RI 2007, (3) Finalis Lomba Inovasi Pembelajaran Nasional 2017, (4) Finalis guru berdedikasi nasional 2019, dan saat ini sedang mengikuti seleksi lomba guru tingkat internasional Global Teacher Prize 2023.

Dalam dunia karya ilmiah, penulis memiliki hak paten dengan judul; 1) *“Performance Measurement Based On Spiritual Culture In Excellent Service*

(*Study At The Regional Office Of The Directorate General Of Taxes In East Java*)”, Sri Andriani, Sismanto, Tahap permohonan paten dengan nomor permohonan sertifikat HKI_EC00202305075, tanggal 16 Januari 2023, dan 2) “Islam Dan Relasi Agama-Agama Dalam Perspektif Hadis Dan Implementasinya Di Lembaga Pendidikan”, Sismanto, Tahap permohonan paten dengan nomor permohonan sertifikat HKI_EC00202400022, tanggal 1 Januari 2024.

Penulis pernah menulis beberapa buku dan karya ilmiah diantaranya; 1). Buku; (a) Manajemen Perpustakaan Digital (Afifah Pustaka, 2007), (b) Kumpul Guru Jadi Guru (Leutikaprio, 2011), (c) Aku Anak Nelayan (Leutikaprio, 2016), dan (d) Kyai Kampung (Mustika, 2019). Dan 2) Publikasi berupa jurnal, diantaranya:

1. Sismanto, Yaqub Cikusin, and Junaidi Mistar. 2024. “Challenges and Strategies in Adopting Google Workspace for Education: Perspectives from Educational Leaders in Indonesia”. *Asian Journal of Education and Social Studies* 50 (4):262-72. <https://doi.org/10.9734/ajess/2024/v50i41328>.
2. Sismanto, Yaqub Cikusin, Junaidi Mistar, dan Sri Andriani. (2023). “Enhancing School Literacy through Multicultural Islamic Education: An Evidence From a Mining School.” *Multicultural Education* 9(7). doi: 10.5281/zenodo.8185110.
3. Sismanto. (2023). Digital transformation of character education model and its implementation for diverse students. In *Education Technology in the New Normal: Now and Beyond* (hal. 53–66). Routledge
4. Sismanto, S., Bakri, M., & Huda, A. M. (2022). Implementation of Multicultural Islamic Education Values. *International Conference on Madrasah Reform 2021 (ICMR 2021)*, 323–330.
5. Sismanto, Iva Chandraningtyas, Sri Andriani, dan Achmad Miftachul Huda. 2022. “Islamic Culture Model As The Main Predictor Of Optimizing Zakat Fund Management.” Hal. 77–88 in *Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)*. Vol. 8
6. Sismanto, S., & Hamidah, T. (2022). Kajian Ayat-Ayat Syifa dalam Perspektif Tafsir dan Implementasinya dalam Pengobatan Ruqyah. *Studia Quranika*, 6(2), 161. <https://doi.org/10.21111/studiquran.v6i2.5651>
7. Sismanto. (2021). Islam dan Relasi Agama-Agama dalam Perspektif Hadis dan Implementasinya di Lembaga Pendidikan. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 5(2), 559–586. <https://doi.org/10.29240/alquds.v5i2.2518>
8. Andriani, Sri, Djalaluddin, Ahmad, Sismanto. 2021. “Performance measurement based on spiritual culture in excellent service (study at the regional office of the directorate general of taxes in East java).” *J. Australasian Tax Tchrs. Ass’n* 16:129.
9. Sismanto. (2021). An Effective Religious Moderation Education Model for a Diverse Student. The 6th International Conference on Islamic Education (6th ICIED). <http://icied.uin-malang.ac.id>
10. Sismanto. (2021). Penggunaan Aplikasi Tegur Sapa Gadged pada Pembelajaran Menulis. *Jurnal Al-Rabwah*, 15(01), 1–8. <http://jurnal.staiskutim.ac.id/index.php/al-rabwah/article/view/69>

11. Sismanto. (2021). The Halal Industry in Jurisprudence Islamic Law Perspective. *At Tawazun*, 9(1), 34–40.
12. Sismanto. (2021). Policy Analysis of Teacher Professional Improvement in YPPSB Elementary School. *International Journal of Asian Education*, 2(1), 79–87. <https://doi.org/10.46966/ijae.v2i1.92>
13. Sismanto. (2021). Kajian Fenomenologis Dimensi Budaya dan Agama Masyarakat Multikultural Sangatta Kutai Timur. *Prosiding Mukhtar Pemikiran Dosen Pmii*, 1(1 SE-Islamic Studies), 221–235. <https://prosiding.mukhtardosenpmii.com/index.php/mpdpmii/article/view/24>
14. Sismanto, Andriani, S., & Zuraidah. (2021). Analysis of Policy Education Funding Based on Gender Perspective in Private School. 2nd World Conference on Gender Studies.
15. Sismanto, & Riswadi. (2021). Forms of Cooperation Between Religions; A Tafsir Perspective. *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)*, 9(1), 21–38. <https://doi.org/10.21093/sy.v9i1.3201>
16. Sismanto, Wahyuni, S., & Andriani, S. (2021). Curriculum Model Multicultural Islamic Religious Education. *International Conference on Education, Teacher Training, and Professional Development*, August. <https://keguruan.umm.ac.id/id/pages/abstract-book.html>
17. Sismanto. (2016). The Effectiveness of Multiple Intelligence-Based Class Grouping Learning Method in Teaching Science at Grade VII SMP. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi 2016*, yang diselenggarakan oleh Prodi Pendidikan Biologi FKIP Universitas Muhammadiyah Malang., 21 September 2016, 168–174.