

**INTERNALISASI NILAI-NILAI QUR'ANI PADA PELAKU BISNIS
(Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)**

TESIS



Oleh:

MUHAMMAD AMIN MUTHOHAR

NIM: 230204210023

PROGRAM MAGISTER STUDI ISLAM

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

**INTERNALISASI NILAI-NILAI QUR'ANI PADA PELAKU BISNIS
(Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)**

TESIS

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

Oleh:

Muhammad Amin Muthohar

NIM: 230204210023

**Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag.
NIP. 197108261998032002**

**Dosen Pembimbing II : Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc. M.A.
NIP. 197307192005011003**



PROGRAM MAGISTER STUDI ISLAM

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Muhammad Amin Muthohar

NIM : 230204210023

Program : Magister Studi Islam

Institusi : Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Judul Tesis : Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Batu, 2 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



Muhammad Amin Muthohar
NIM. 230204210023

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis berjudul Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang) yang ditulis oleh Muhammad Amin Muthohar ini telah disetujui pada tanggal 2 Juni 2025

Oleh:

PEMBIMBING I



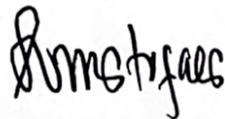
Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag.
NIP. 197108261998032002

PEMBIMBING II



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

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag.
NIP. 197307102000031002

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis berjudul **Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)** yang ditulis oleh Muhammad Amin Muthohar (230204210023) ini telah diuji dan dinyatakan lulus dalam Ujian Tesis pada hari Selasa, 24 Juni 2025.

Dewan Penguji,

Tanda Tangan

Penguji Utama,
Prof. Dr. Hj. Erfaniah Zuhriah, M.H.
NIP. 197301181998032004



Ketua Penguji,
Dr. Syahril Siddik, S.S. M.A.



Pembimbing I/Penguji,
Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag.
NIP. 197108261998032002



Pembimbing II/Sekretaris,
Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc. M.A.
NIP. 197307192005011003



Mengesahkan,
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.
NIP. 196903032000031002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah robbil alamin segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Sempurna lagi tempat segala makhluk bergantung. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada manusia paling mulia Rasulullah Muhammad SAW. yang selalu kita nantikan *syafa'at* nya di dunia dan akhirat. Berkat Rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah serta inayah nya, begitu juga segala do'a dan dukungan dari orang-orang terkasih akhirnya selesailah tesis ini di waktu yang tepat.

Karya ini penulis persembahkan kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendoakan, dan memberi dukungan dalam penyelesaian tesis ini. Mereka diantaranya adalah kedua orang tua saya, Bapak Thohirin, S.Ag. dan Ibu Damah, S.Ag. serta kakak saya Muhammad Afif Sholahuddin Al-Fajr, S.Hum. dan Nailly Dwi Syakiroh, S.Pd. serta adik saya Muhammad Sabihul Huda yang telah mendoakan dan mendukung tiada henti untuk kebaikan saya selalu.

Seluruh dosen Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang terkhusus kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag. dan Bapak Dr. H. Ahmad Djalaluddin, M.A. selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing serta mengarahkan dalam menyusun dan menyelesaikan tesis ini.

Kepada Prof. Dr. Buya Nasrulloh, Lc. M.Th.I., dan Umik Umi Nailul Chamidah, S.Th.I. yang telah mendidik saya di Pondok Pesantren Mambaus Sholihin Litahfidz Al-Qur'an Malang dari segi ilmu maupun akhlak yang sangat baik.

Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Kamalia Fitri Rizki, S.Pd. terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup Penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.

Kepada seluruh penyelenggara Beasiswa Indonesia Bangkit Kementerian Agama yang telah membiayai seluruh biaya Pendidikan Penulis. Semoga beasiswa ini terus diselenggarakan setiap tahun agar Masyarakat yang berkeinginan untuk melanjutkan kuliah dapat meraih cita-cita yang diinginkan.

Serta semua teman-teman seperjuangan yang tak dapat saya sebut satu per satu, teman kelas, dan teman pondok ucapkan terima kasih atas segala kebaikan dan dukungannya selama ini. Semoga Allah membalas segala kebaikan berkali lipat dan mempermudah segala urusan kita.

Akhir kata semoga tesis ini membawa manfaat dan berkah untuk kita semua.
Aamiiiin Ya Rabbal Alamin.

MOTTO

إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ حَافِظُونَ

"Sesungguhnya Kami lah yang menurunkan Al-Qur'an dan pasti Kami (pula) yang memeliharanya."

QS. Al-Hijr[15]:9¹

¹ Al-Fatih Group, "Al-Qur'an Karim (Tafsir Perkata Tajwid Kode Arab)" (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2022).

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan insyaallah baik dan tepat waktu. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di dunia dan akhirat.

Sehubungan telah selesainya Tesis ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga Tesis ini dapat terselesaikan. Oleh karenanya, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Magister Studi Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag. dan Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc. M.A. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan pengarahan dan dukungan dalam menyusun dan menyelesaikan tesis ini dengan baik.
5. Dosen-dosen dan staf Program Studi Magister Studi Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmu, bimbingan, layanan serta kemudahan dalam menyelesaikan studi.
6. Seluruh supervisor, manajer, karyawan dan staf Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang yang telah memberikan kesempatan sebagai tempat untuk melaksanakan penelitian dan sebagai informan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih sangat memerlukan saran dan kritik yang membangun agar menjadi lebih baik lagi. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua, *aamiin*.

Malang, 2 Juni 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Amin Muthohar', written in a cursive style.

Muhammad Amin Muthohar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Batasan Masalah	7
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Definisi Istilah.....	15
H. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Internalisasi Nilai-Nilai Qur’ani pada Pelaku Bisnis	16
B. Proses Internalisasi Nilai-Nilai Qur’ani	22
C. Implikasi Nilai-Nilai Qur’ani.....	26
D. Kerangka Konseptual.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Sumber Data.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
A. Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang sebagai <i>Setting</i> Penelitian.....	45
B. Temuan Penelitian	52
1. Pentingnya Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.....	52
2. Proses Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.....	62
3. Implikasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Kota Malang	68
BAB V PEMBAHASAN	72
A. Pentingnya Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.....	72
1. Alasan Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.....	73
2. Tujuan Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.....	77
3. Faktor-Faktor Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani Pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.....	82
B. Proses Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang	89
1. Pemahaman	89
2. Penghayatan	91
3. Pengamalan	91
4. Pembudayaan	99
C. Implikasi Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang	100
1. Implikasi terhadap Karyawan.....	100
2. Implikasi terhadap Hubungan dengan Pelanggan	106

3. Implikasi terhadap Keberhasilan Bisnis	109
BAB VI PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	38
Tabel 4. 1 Daftar Cabang Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	31
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Warung Geprek Sa'i	52

ABSTRAK

Muhammad Amin Muthohar, 2025 : Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang), Program Studi Magister Studi Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: (1) Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag. (2) Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc. M.A.

Kata Kunci : Internalisasi, Nilai-nilai Qur'ani, Pelaku bisnis.

Warung Ayam Geprek Sa'i menjadi salah satu contoh usaha yang tidak hanya mengandalkan cita rasa, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani sebagai bagian dari bisnis. Selain hal tersebut, beberapa pembiasaan di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah setiap karyawannya diwajibkan untuk membaca secara bersama-sama surat Al-Waqiah, pengajian mingguan dan bersedekah setiap hari Jumat. Pembiasaan tersebut pasti berimplikasi terhadap karyawan secara langsung maupun tidak langsung baik ketika bekerja ataupun dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis (1) alasan serta tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, (2) upaya internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, (3) implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dengan tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya internalisasi yaitu membentuk karakter dan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Qur'ani. Alasannya yaitu pengalaman, tekanan sosial dan lingkungan, dan motivasi untuk membuat konsep bisnis unik. Tujuannya adalah peningkatan kesejahteraan karyawan, meningkatkan kepercayaan pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang lebih beretika, dan mendapatkan keberkahan. Kedua, proses internalisasinya dilakukan secara bertahap melalui empat tahap yaitu pemahaman, penghayatan, pengamalan, dan pembudayaan. Implikasinya yaitu: implikasi positif meliputi peningkatan etika kerja, peningkatan kerjasama dan kekompakan tim, semangat untuk melayani dengan ikhlas, meningkatkan kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan yang meningkat, meningkatkan reputasi bisnis, dan keberhasilan dalam membangun brand yang kuat. Implikasi negatif meliputi: keterbatasan sumber daya untuk menjalankan beberapa program, keterbatasan waktu untuk melaksanakan beberapa kegiatan, perubahan preferensi pelanggan yang menuntut kecepatan, tantangan dalam kenaikan harga bahan, kesulitan menjaga keseimbangan antara profit dan nilai-nilai qur'ani, dan tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan.

ABSTRACT

Muhammad Amin Muthohar, 2025: Internalization of Qur'anic Values in Business Actors (Phenomenological Study at Geprek Sa'i Chicken Stall in Malang City), Master of Islamic Studies Program, State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor: (1) Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag. (2) Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc. M.A.

Keywords: Internalization, Qur'anic Values, Business people.

Geprek Sa'i Chicken Shop is one example of a business that not only relies on taste but also internalizes Qur'anic values as part of the business. In addition to this, some of the customs at Warung Ayam Geprek Sa'i are that every employee is required to read together Surah Al-Waqiah, weekly recitation, and give alms every Friday. These habits must have implications for employees directly or indirectly, both at work and in everyday life.

This study aims to describe and analyze (1) the reasons and objectives of the internalization of Qur'anic values on business people in Geprek Sa'i Chicken Shop in Malang City, (2) efforts to internalize Qur'anic values on business people in Geprek Sa'i Chicken Shop in Malang City, and (3) the implications of internalizing Qur'anic values on business people in Geprek Sa'i Chicken Shop in Malang City.

This research uses a qualitative approach. The type of research used in this study is phenomenological research. Data were collected through interviews, observation, and documentation. Data analysis involves the stages of data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results show that the importance of internalization is to form character and business ethics in accordance with Qur'anic values. The reasons are experience, social and environmental pressure, and motivation to create a unique business concept. The goal is to improve employee welfare, increase customer trust, create a more ethical work environment, and get blessings. Second, the internalization process is carried out gradually through four stages, namely understanding, appreciation, practice, and acculturation. The implications are: positive implications include improved work ethics, increased teamwork and cohesiveness, the spirit to serve sincerely, increased customer trust, increased customer satisfaction, improved business reputation, and success in building a strong brand. Negative implications include: limited resources to run some programs, limited time to implement some activities, changes in customer preferences that demand speed, challenges in rising material prices, difficulties in maintaining a balance between profit and Qur'ani values, and challenges in maintaining sustainability.

مستخلص

محمد أمين مظاهر، ٢٠٢٥ : استبطان القيم القرآنية في الجهات الفاعلة في مجال الأعمال (دراسة ظواهر في كشك دجاج جيبريك ساعي في مدينة مالانج)، برنامج ماجستير الدراسات الإسلامية، جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية، المشرف: (١) الأستاذ الدكتور حاج أومي سومبولا، ماجستير. (٢) الدكتور ح. أحمد جلال الدين، ماجستير.

الكلمات الأساسية : الاستيعاب، القيم القرآنية، رجال الأعمال

يعد متجر دجاج جيبريك ساعي أحد الأمثلة على الأعمال التجارية التي لا تعتمد على الذوق فحسب، بل تستوعب القيم القرآنية كجزء من العمل. بالإضافة إلى ذلك، فإن بعض العادات في وارونج أيام جيبريك ساعي هي أن كل موظف مطالب بقراءة سورة الواقعة معاً، والتلاوة الأسبوعية وإعطاء الصدقات كل يوم جمعة. يجب أن يكون لهذه العادات آثار على الموظفين بشكل مباشر أو غير مباشر سواء في العمل أو في الحياة اليومية.

تهدف هذه الدراسة إلى: (١) تحليل ووصف أسباب وأهداف استيعاب القيم القرآنية على رجال الأعمال في محل دجاج جيبريك ساعي في مدينة مالانج، (٢) وصف وتحليل الجهود المبذولة لاستيعاب القيم القرآنية على رجال الأعمال في محل دجاج جيبريك ساعي في مدينة مالانج، (٣) وصف وتحليل الآثار المترتبة على استيعاب القيم القرآنية على رجال الأعمال في محل دجاج جيبريك ساعي في مدينة مالانج. يستخدم هذا البحث منهجاً نوعياً. نوع البحث المستخدم في هذه الدراسة هو البحث الظاهري. تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق. تحليل البيانات من خلال مراحل تكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج.

تُظهر النتائج أن أهمية الاستبطان تتمثل في تكوين الشخصية وأخلاقيات العمل وفقاً للقيم القرآنية. وتتمثل الأسباب في الخبرة، والضغط الاجتماعي والبيئي، والدافع لخلق مفهوم عمل فريد من نوعه. ويتمثل الهدف من ذلك في تحسين رفاهية الموظفين، وزيادة ثقة العملاء، وخلق بيئة عمل أكثر أخلاقية، وكسب البركة. ثانياً: تتم عملية الاستيعاب الداخلي تدريجياً من خلال أربع مراحل، وهي: الفهم، والتقدير، والممارسة، والتثاقف. الآثار المترتبة على ذلك هي: الآثار الإيجابية تشمل: تحسين أخلاقيات العمل، وزيادة العمل الجماعي والتماسك، وروح الخدمة بإخلاص، وزيادة ثقة العملاء، وزيادة رضا العملاء، وتحسين سمعة العمل، والنجاح في بناء علامة تجارية قوية. أما الآثار السلبية فتشمل: محدودية الموارد اللازمة لتشغيل بعض البرامج، ومحدودية الوقت اللازم لتنفيذ بعض الأنشطة، والتغيرات في تفضيلات العملاء التي تتطلب السرعة، والتحديات المتمثلة في ارتفاع أسعار المواد، وصعوبة الحفاظ على التوازن بين الربح والقيم القرآنية، والتحديات المتمثلة في الحفاظ على الاستدامة.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Indonesia Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah menggunakan model *Library of Congress* (LC) Amerika sebagai berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ	A	ط	<u>T</u>
ب	B	ظ	<u>Z</u>
ت	T	ع	‘
ث	Th	غ	gh
ج	J	ف	F
ح	<u>H</u>	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	هـ	H
ش	Sh	ء	’
ص	<u>S</u>	ى	Y
ض	<u>D</u>		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti ā, ī dan ū. (.)^{أ, ي, و} Bunyi hidup

dobel Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” seperti *layyinah*, *lawwāmah*. Kata yang berakhiran tā’ *marbūṭah* dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan yang praktis dan bervariasi. Menurut data Seri Analisis Makro ekonomi: Indonesia Economic Outlook edisi triwulan-III menyebutkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tumbuh 5,11% pada Triwulan-I 2024, meningkat dari 5,04% pada Triwulan-IV 2023 dan 5,05% pada tahun 2023.² Kota Malang sebagai salah satu pusat pendidikan dan pariwisata menjadi lahan subur bagi berkembangnya berbagai jenis bisnis kuliner. Namun, di tengah persaingan yang ketat, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menghadirkan produk yang lezat dan inovatif, tetapi juga harus mengedepankan aspek etika dan nilai-nilai moral dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu pendekatan yang dapat memperkuat fondasi etika dalam bisnis adalah dengan menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani sebagai pedoman dalam setiap pelaku usaha.³

Istilah tren mengenai perusahaan yang berbasis Islam adalah Emotional Spiritual Quotient (ESQ). Emotional Spiritual Quotient (ESQ) adalah sebuah program pengembangan diri yang dirancang untuk membantu individu berkembang menjadi versi terbaik dari diri mereka. Program ini fokus pada pengasahan dua aspek penting dalam kehidupan, yaitu kecerdasan emosional dan spiritual, yang

² kelompok kajian ekonomi, politik, "Rentannya Mesin Pertumbuhan Ekonomi," *LPEM FEB UI III* (2024): 1–26.

³ Edison Siregar, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*, I (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), <http://repository.uki.ac.id/5051/>.

keduanya berperan besar dalam meningkatkan kualitas hidup seseorang.⁴ Dalam pelatihan ESQ, peserta akan mempelajari berbagai teknik dan pendekatan yang dapat membantu mereka mengelola emosi dengan lebih baik serta membangun hubungan yang lebih harmonis dengan diri sendiri dan orang lain dan program ini juga mengajarkan cara untuk memperdalam spiritualitas. ESQ telah diikuti oleh ribuan orang di Indonesia dan memberikan bukti nyata dalam perubahan positif, baik dalam aspek pribadi maupun profesional mereka. Sebagai contoh, perusahaan besar seperti PT Indonesia Power, Telkom, IDX, Perum LKBN Antara, Pertanian bersinergi.⁵

Integrasi nilai-nilai Islam dalam perusahaan bukan hanya tentang penerapan prinsip-prinsip etika bisnis, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang berbasis pada keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.⁶ Salah satu contoh penerapan nilai-nilai Islam dalam perusahaan dapat ditemukan pada PT Bank Muamalat Indonesia, yang mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Sebagai bank syariah pertama di Indonesia, Bank Muamalat mengutamakan transaksi yang bebas dari riba dan mendorong pembiayaan yang sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi.⁷ Di Indonesia, agama juga

⁴ Fifi Anggraini, Novaliyosi, and Isna Rafianti, "Pengaruh Emotional Spiritual Quotient (ESQ) Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Dan Motivasi Belajar Siswa," *Wilangan: Jurnal Inovasi Dan Riset Pendidikan Matematika* 1, no. 1 (2020): 84–96.

⁵ Training ESQ, "CCS, 5 BUMN Susun Dan Aplikasikan 10 Steps of AKHLAK Activation Di Lingkup Masing-Masing," Esq Training, 2021, <https://esqtraining.com/ccs-5-bumn-susun-dan-aplikasikan-10-steps-of-akhlak-activation-di-lingkup-masing-masing/>.

⁶ Chairun Nisa Panjaitan and Sarah Febrian, "Integrasi Perspektif Bisnis Islam : Definisi , Pentingnya , Etika , Dan Landasan Dalam Al-Quran Sebagai Panduan Praktik Bisnis Berkelanjutan," *JINU: Jurnal Ilmiah Nusantara* 2, no. 2 (2025): 510–22.

⁷ Nurfitri Harkunti Kemala Hayati, Dadang Husen Sobana, and Iir Abdul Haris, "Analisis Zakat Pt. Bank Muamalat Indonesia : Firm Size, Roa, Dengan Laba Operasional Sebagai Intervening," *Finansha: Journal of Sharia Financial Management* 3, no. 2 (2022): 27–42, <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v3i2.20867>.

merupakan faktor penting saat membuat keputusan pembelian, terutama yang berkaitan dengan makanan dan minuman. Hal semacam ini sangat terkait dengan kepercayaan masyarakat mengenai penggunaan produk halal yang harus bebas dari bahan haram tetapi sesuai dengan ajaran agama.⁸ Konsep ini telah menjadi nilai tambah dalam industri kuliner dan memberikan peluang bagi bisnis untuk membangun reputasi yang kuat melalui pendekatan keagamaan yang diterapkan secara etis dan konsisten.

Warung Ayam Geprek Sa'i, sebuah bisnis kuliner yang didirikan oleh Erwan Barudi, Heru Budiharto, Mardoto, dan Wageanto di Yogyakarta pada tahun 2017. Pada bulan desember tahun 2024, Warung Ayam Geprek Sa'i mempunyai 123 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Dan terus berkembang hingga memiliki 10 cabang di kota Malang, yaitu Warung Ayam Geprek Sa'i Suhat, Warung Ayam Geprek Sa'i Rampal, Warung Ayam Geprek Sa'i Gribig, Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat, Warung Ayam Geprek Sa'i Buring, Warung Ayam Geprek Sa'i Bumiayu, Warung Ayam Geprek Sa'i Bandungrejosari, Warung Ayam Geprek Sa'i Mulyorejo, Warung Ayam Geprek Sa'i Tlogomas, dan Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari.

Warung Ayam Geprek Sa'i menjadi salah satu contoh usaha yang tidak hanya mengandalkan cita rasa, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani sebagai bagian dari bisnis. Hal ini searah dengan visi usaha yaitu "Menjadikan Usaha Berbasis Syari'at Islam dengan mengedepankan *ukhuwah Islamiyah* serta peduli

⁸ Elva Lativia, Tuti Kurnia, and Wildan Munawar, "Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor," *Jurnal Iqtisaduna* 8, no. 2 (2022): 80–97, <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32078>.

permasalahan dakwah, sosial, dan pendidikan”.⁹ Pendekatan melalui visi ini bertujuan untuk menarik segmen konsumen yang peduli terhadap aspek spiritual dalam keputusan pembelian pelanggan, menciptakan diferensiasi yang signifikan di pasar yang sangat kompetitif. Selain hal tersebut, beberapa pembiasaan di Warung Ayam Geprek Sa’i adalah setiap karyawannya diwajibkan untuk membaca secara bersama-sama surat Al-Waqiah yaitu pada jam 07.45-08.00 atau sebelum memulai pekerjaan, pengajian yang dilakukan setiap minggu dan bersedekah makanan setiap hari Jumat. Pembiasaan tersebut pasti berimplikasi terhadap karyawan secara langsung maupun tidak langsung baik ketika bekerja ataupun dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai Qur’ani pada pelaku bisnis tidak hanya relevan bagi pelaku usaha skala besar, tetapi juga dapat diadopsi oleh usaha kecil dan menengah.¹⁰ Internalisasi nilai-nilai tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti membangun budaya kerja yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, mengelola hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan karyawan, serta membiasakan untuk selalu melakukan setiap aktivitas yang mencerminkan nilai-nilai Qur’ani. Namun, menginternalisasikan nilai-nilai Qur’ani dalam bisnis tidak selalu berjalan mulus.¹¹ Pelaku usaha sering menghadapi tantangan seperti tekanan persaingan pasar, perubahan preferensi

⁹ Ayamgepreksai, “Ayam Geprek Sa’i,” PT. Ukhuwah Berkah Semesta, n.d., <https://ayamgepreksai.com/>.

¹⁰ Fadli Ahmad Yogasara and Fuad Mas’ud, “Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Berbasis Islam (Studi Kasus Hotel Haz Syariah Semarang),” *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 1 (2021): 54–75.

¹¹ Muharofah Nur Safitri et al., “Menanamkan Nilai Nilai Qur’ani Dalam Membangun Karakter Santri,” *Edukais: Jurnal Pemikiran Keislaman* 6, no. 2 (2022): 39–52.

konsumen, dan kebutuhan untuk menyeimbangkan antara orientasi profit dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Qur'ani. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana proses internalisasi ini berlangsung, tantangan apa saja yang dihadapi, serta strategi yang digunakan untuk mengatasinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis yang diterapkan oleh Warung Ayam Geprek Sa'i di Kota Malang. Tidak hanya itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Warung Ayam Geprek Sa'i untuk memperkuat posisinya di pasar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pelaku bisnis lain dalam pengembangan model bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai Qur'ani.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti akan merumuskan permasalahan yang kemudian akan menjadi bahan diskusi pada penelitian ini yaitu :

1. Mengapa perlu dilakukan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang?
2. Bagaimana upaya internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang?

3. Bagaimana implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti akan memfokuskan tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis alasan serta tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun harapan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut.

1. Secara teoritis, penelitian ini akan menambah literatur yang ada mengenai bisnis berbasis nilai-nilai Qur'ani, terutama dalam konteks pelaku bisnis. Penelitian ini juga akan memperkaya kajian tentang hubungan antara nilai-nilai Qur'ani dan pelaku bisnis, yang masih relatif jarang dibahas secara mendalam di Indonesia.
2. Secara praktis, penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang relevan bagi pelaku bisnis, khususnya Warung Geprek Sa'i di Kota Malang, untuk lebih efektif dalam menginternalisasikan bisnis yang selaras dengan nilai-

nilai Qur'ani, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan loyalitas konsumen di pasar yang semakin kompetitif.

E. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka dilakukan beberapa batasan sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian

Penelitian ini hanya melibatkan pelaku bisnis di Warung Geprek Sa'i Kota Malang, yaitu pemilik, manajer, dan karyawan kunci yang terlibat langsung dalam operasional dan pengelolaan usaha. Responden dipilih berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dan pengalaman minimal satu tahun di warung tersebut.

2. Objek Penelitian

Objek utama yang dikaji dalam penelitian ini adalah proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, termasuk nilai-nilai Qur'ani yang dihayati dan diterapkan dalam aktivitas sehari-hari, bukan pada aspek teknis operasional seperti strategi pemasaran atau keuangan.

3. Lingkup Studi

Penelitian difokuskan pada internalisasi nilai-nilai Qur'ani yang terdapat pada beberapa kegiatan sehari-hari pelaku bisnis seperti pembacaan surat Al-Waqiah setiap pagi, sholat dhuha, sedekah setiap hari Jum'at, pengajian rutin, serta nilai-nilai yang tercermin pada peraturan Warung Ayam Geprek Sa'i. Nilai-nilai Qur'ani yang dikaji berhubungan

langsung dengan interaksi internal (dalam organisasi) dan eksternal (dengan pelanggan).

4. Batasan Waktu

Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu Januari 2025 hingga Juni 2025, termasuk tahap pengumpulan data lapangan, analisis data, dan penyusunan laporan penelitian.

5. Batasan Lokasi

Lokasi penelitian dibatasi hanya pada Warung Ayam Geprek Sa'i yang beroperasi di Kota Malang. Cabang atau usaha sejenis di luar lokasi ini tidak termasuk dalam lingkup penelitian.

F. Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu yang membahas mengenai relasi antara nilai-nilai Qur'ani dengan pelaku bisnis telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Adapun proses kajian pustaka ini bertujuan untuk menemukan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya baik dari aspek konsep, tema, teori, tempat dan waktu penelitian. Sehingga peneliti dapat membandingkan serta mencari beberapa ketidaksamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian yang membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani dapat diidentifikasi dalam beberapa karya antara lain:

1. M. Yunus dalam jurnal yang berjudul "Internalisasi Nilai-Nilai Living Quran di Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Tlogo Anyar Lamongan".¹²

¹² M Yunus, "Internalisasi Nilai-Nilai Living Qur'an Di Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Tlogo Anyar Lamongan," *JIRS: Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 1 (2023): 146–53.

Penelitian tersebut membahas tentang proses internalisasi nilai-nilai Al-Qur'an yang diterapkan di lembaga pendidikan yaitu dengan cara memberikan pengajaran dalam bentuk *tarbiyah islamiyah* yaitu pendidikan yang bertujuan untuk membentuk kepribadian yang baik dan bertaqwa kepada Allah sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani, termasuk penelitian lapangan (*field research*). Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah *contextual gap* yaitu dilakukan di Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Tlogo Anyar Lamongan, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap pelaku bisnis.

2. Muyassaroh, Ahmad Arifai, dan Mutafiyanti dalam jurnal yang berjudul "Evaluasi Internalisasi Nilai-Nilai Qur'an pada Kurikulum Kampus Merdeka-Merdeka Belajar pada IAIQ Indralaya Ogan Ilir".¹³ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *deskriptif interpretative*. Penelitian tersebut membahas tentang Merdeka-Merdeka Belajar di IAIQ telah disusun dengan rancangan yang memiliki ide-ide yang tidak terlepas dari basisnya yaitu basis al-Qur'an. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani, dan termasuk penelitian lapangan (*field research*). Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah *contextual gap* yaitu dilakukan di IAIQ Indralaya Ogan Ilir, dan penelitian

¹³ Muyassaroh, Ahmad Arifai, and Mutafiyanti, "Evaluasi Internalisasi Nilai-Nilai Qur'an Pada Kurikulum Kampus Merdeka-Merdeka Belajar Pada IAIQ Indralaya Ogan Ilir," *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, no. 12 (2022): 1605–19.

tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap pelaku bisnis.

3. Muhammad Ghozali Aulia, dan Jauharotun Nafisah dalam jurnal yang berjudul “Internalisasi Nilai-Nilai Pembelajaran Al-Qur'an Kehidupan Siswa : Studi Kasus MTsN 1 Bantul Hadis dalam Kehidupan Siswa: Studi Kasus MTsN 1 Bantul”.¹⁴ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut membahas tentang pembelajaran direncanakan dengan baik, yaitu pelaksanaan dan penerapan nilai-nilai kehidupan sejalan dengan Al- Qur'an dan Hadis telah terlaksana secara efektif, meski ada hambatan dari sisi personal siswa. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani, termasuk penelitian lapangan (*field research*). Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah *contextual gap* yaitu dilakukan di MTsN 1 Bantul, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.
4. Ivan Firmansyah, Muid Nawawi, dan Muhammad Suaib Tahir dalam jurnal yang berjudul “Internalisasi Ayat Al-Qur'an (Studi Living Qur'an di Perguruan Pagar Melayu Silat Kamenyan Putih Provinsi Jambi)”.¹⁵ Penelitian tersebut membahas tentang praktik-praktik penggunaan ayat Al-

¹⁴ Muhammad Ghozil Aulia and Jauharotun Nafiisah, “Internalisasi Nilai-Nilai Pembelajaran Al-Qur ' an Kehidupan Siswa : Studi Kasus MTsN 1 Bantul Hadis Dalam Kehidupan Siswa: Studi Kasus MTsN 1 Bantul,” *Heutagonia: Jurnal of Islamic Education* 3, no. 1 (2023): 63–75.

¹⁵ Ivan Firmansyah, Muid Nawawi, and Muhammad Suaib Tahir, “Internalisasi Ayat Al-Qur'an (Studi Living Qur'an Di Perguruan Pagar Melayu Silat Kamenyan Putih Provinsi Jambi),” *JCS: Journal of Comprehensive Science* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Qur'an sebagai kaji ilmu kebatinan di sebuah perguruan silat yaitu Perguruan Pagar Melayu Silat Kamenyan Putih di Provinsi Jambi. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani, termasuk penelitian lapangan (*field research*). Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah *contextual gap* yaitu dilakukan di Perguruan Pagar Melayu Silat Kamenyan Putih Provinsi Jambi, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.

5. Abdillah Mundir dalam jurnal yang berjudul “Etika Bisnis Islam pada Era Distrupsi”. Penelitian tersebut termasuk penelitian studi literatur tentang bisnis di era disrupsi yang membutuhkan etika bisnis Islam agar dapat mencapai keuntungan bisnis tanpa saling menghancurkan.¹⁶ Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang bisnis. Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah jenis penelitian yaitu penelitian tersebut termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini termasuk penelitian lapangan, penelitian tersebut juga tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.
6. Rizky Maudy Anggraini, Siti Latifah, dan Syarifuddin dalam jurnal yang berjudul “Etika Bisnis Islam dalam Pemikiran Yusuf Al Qardawi”.¹⁷ Penelitian tersebut termasuk penelitian *literature study* tentang pemikiran

¹⁶ Abdillah Mundir, “Etika Bisnis Islam Pada Era Distrupsi,” *Jurnal Mu'allim* 2, no. 1 (2020): 15–28, <https://doi.org/10.35891/muallim.v2i1.2157>.

¹⁷ Rizky Maudy Anggraini, Siti Latifah, and Syarifuddin, “Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardawi,” *Jurnal Masharif Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 4 (2022): 2908–16, <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23753>.

Yusuf Al-Qardawi tentang etika bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang bisnis. Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah jenis penelitian yaitu penelitian tersebut termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini termasuk penelitian lapangan, penelitian tersebut juga tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.

7. Mustafa Kemal Rokan dalam buku yang berjudul “Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah SAW. dalam Berbisnis”.¹⁸ Buku ini membahas tentang bisnis Islam yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. berdasarkan riwayat-riwayat yang tercantum pada peninggalan terdahulu. Persamaan karya tersebut dengan penelitian ini adalah membahas tentang bisnis. Adapun perbedaan karya tersebut adalah penelitian ini termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini adalah penelitian studi lapangan, dan karya tersebut tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.
8. Syaiful Bahri dalam buku yang berjudul “Entrepreneurship Dalam Perspektif Islam”.¹⁹ Buku ini membahas tentang gambaran *entrepreneurship* yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Adapun persamaan karya tersebut adalah membahas tentang bisnis. Sedangkan perbedaan karya tersebut adalah penelitian ini termasuk penelitian studi

¹⁸ Mustafa Keman Rokan, *Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah SAW. Dalam Berbisnis, Kelompok Penerbit Bintang*, vol. 1 (Bandung: Penerbin Bunyan, 2019).

¹⁹ Sunarji Harahap, *Entrepreneurship Dalam Perspektif Islam, Medan Merdeka*, 1st ed. (Lhokseumawe: CV. Radja Republika, 2020), <https://medanmerdeka.com/kolom/entrepreneurship-dalam-perspektif-islam/>.

literatur sedangkan penelitian ini adalah penelitian studi lapangan, dan karya tersebut tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.

9. Fedika Harfania dalam jurnal yang berjudul “Analisis Bangunan Rumah Makan Menggunakan Metode Swot: Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Majenang”.²⁰ Penelitian ini membahas tentang analisis struktur bangunan di Warung Ayam Geprek Sa'i Majenang. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang terletak di Warung Ayam Geprek Sa'i. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut adalah *theoretical gap* karena penelitian tersebut menggunakan teori arsitektur sedangkan penelitian ini menggunakan teori fenomenologi.
10. Moh. Agus Sifa', dan Moch. Zaenal Azis Muctharom dalam jurnal yang berjudul “Analisis Fluktuasi Keuntungan Mitra Bisnis Franchise Ayam Geprek Sa'i dengan Sistem Persentase: Pendekatan dari Aspek Manajemen Pemasaran Syariah”. Penelitian tersebut membahas tentang fluktuasi keuntungan bisnis *franchise* Warung Ayam Geprek Sa'i selama satu bulan. Adapun persamaan penelitian tersebut terletak pada objek penelitian yaitu dilakukan di Warung Ayam Geprek Sa'i. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut adalah *theoretical gap* karena penelitian tersebut menggunakan teori manajemen pemasaran syariah sedangkan penelitian ini menggunakan teori fenomenologi.

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

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat beberapa kesamaan dengan penelitian terdahulu, akan tetapi terdapat beberapa perbedaan yaitu pertama, *contextual gap* yaitu pada penelitian 1 karena dilakukan di Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an Tlogo Anyar Lamongan, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap pelaku bisnis, penelitian 2 karena penelitian dilakukan di IAIQ Indralaya Ogan Ilir, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap pelaku bisnis, penelitian 3 karena penelitian dilakukan di MTsN 1 Bantul, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, dan penelitian 4 karena penelitian dilakukan di Perguruan Pagar Melayu Silat Kamenyan Putih Provinsi Jambi, dan penelitian tersebut lebih fokus terhadap pendidikan sedangkan penelitian ini fokus terhadap internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.

Kedua, perbedaan pada jenis penelitian dan fokus penelitian yaitu pada penelitian 5 karena penelitian tersebut termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini termasuk penelitian lapangan, penelitian tersebut juga tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, penelitian 6 karena penelitian ini termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini adalah penelitian studi lapangan, dan karya tersebut tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, penelitian 7 karena penelitian ini termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini adalah penelitian studi lapangan, dan karya tersebut tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai

Qur'ani pada pelaku bisnis, penelitian 8 karena penelitian ini termasuk penelitian studi literatur sedangkan penelitian ini adalah penelitian studi lapangan, dan karya tersebut tidak membahas tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.

Ketiga, *theoretical gap* yaitu terletak pada penelitian 9 karena penelitian tersebut menggunakan teori arsitektur sedangkan penelitian ini menggunakan teori fenomenologi, dan penelitian 10 karena penelitian tersebut menggunakan teori manajemen pemasaran syariah sedangkan penelitian ini menggunakan teori fenomenologi. Oleh sebab itu, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

G. Definisi Istilah

1. Internalisasi

Internalisasi merujuk pada proses penghayatan atau penerimaan nilai, norma, atau ideologi tertentu oleh individu hingga nilai tersebut menjadi bagian dari diri seseorang. Dalam konteks penelitian ini, internalisasi merujuk pada bagaimana pelaku bisnis mengadopsi dan mengimplementasikan nilai-nilai yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dalam kehidupan pribadi dan praktik bisnis perusahaan. Proses internalisasi tidak hanya terjadi secara sadar, tetapi juga melibatkan perubahan perilaku yang sejalan dengan nilai-nilai yang diterima.

2. Nilai-Nilai Qur'ani

Nilai-nilai Qur'ani mengacu pada prinsip-prinsip moral, etika, dan ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an, yang menjadi pedoman hidup bagi umat

Islam. Nilai-nilai ini mencakup aspek kehidupan seperti kejujuran, keadilan, amanah (tanggung jawab), kasih sayang, dan keberkahan, yang harus dijalankan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Dalam penelitian ini, nilai-nilai Qur'ani mengarah pada prinsip-prinsip atau aturan-aturan yang diterapkan oleh pelaku bisnis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, serta dalam berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, dan masyarakat.

3. Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis dalam konteks ini merujuk pada individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan usaha, khususnya yang menjalankan dan mengelola Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang. Pelaku bisnis ini bisa mencakup pemilik, manajer, atau pihak-pihak yang terlibat dalam operasional sehari-hari usaha tersebut. Penelitian ini fokus pada bagaimana pelaku bisnis menginternalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam pengelolaan bisnis perusahaan.

4. Studi Fenomenologi

Studi Fenomenologi adalah pendekatan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami pengalaman hidup individu dari perspektif pelaku bisnis sendiri. Fenomenologi berfokus pada pengalaman subjektif dan cara orang memaknai atau menghayati suatu fenomena. Dalam konteks ini, fenomenologi akan digunakan untuk menggali bagaimana pelaku bisnis Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang merasakan, menghayati, dan mengimplementasikan nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan pelaku bisnis sebagai individu dan dalam praktik bisnis perusahaan.

H. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa poin penting tentang hal tersebut dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I: pendahuluan dapat dilihat pada Bab I. Bab ini berfungsi sebagai pengantar dan memberikan gambaran umum yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, penelitian terdahulu, definisi istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II : berisi tentang tinjauan pustaka secara umum mengenai 4 hal: 1) internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, 2) proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani, 3) implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis, 4) kerangka teori.

BAB III : memuat metodologi dan langkah-langkah penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : berisi hasil penelitian dan pembahasan yaitu terdiri atas beberapa sub hasil penelitian diantaranya adalah: 1) Warung Ayam Geprek Sa'i sebagai *setting* penelitian, 2) pentingnya internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, 3) proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, dan 4) implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

BAB V : berisi pembahasan yaitu terdiri atas beberapa sub hasil penelitian diantaranya adalah: 1) Warung Ayam Geprek Sa'i sebagai *setting* penelitian, 2) proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, dan 3) implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

BAB VI : bab ini merupakan penutupan yang berisi kesimpulan yang ditarik dari pembahasan dan memuat saran penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis

Internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis merujuk pada proses di mana prinsip-prinsip yang terkandung dalam Al-Qur'an diterima dan diterapkan dalam seluruh aspek kehidupan seorang pengusaha, khususnya dalam menjalankan bisnis. Pengusaha yang menginternalisasi nilai-nilai Qur'ani tidak hanya melihat keuntungan duniawi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhatikan keberkahan, keadilan, dan dampak sosial dari setiap keputusan bisnis yang diambil. Nilai-nilai Qur'ani mencakup berbagai aspek kehidupan yang dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis, baik itu dalam bentuk moralitas pribadi, kebijakan perusahaan, maupun kegiatan sosial yang mendukung kemajuan umat.²¹ Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai ini dalam dunia bisnis Islam tidak hanya terbatas pada tindakan seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab, tetapi juga mencakup kebijakan-kebijakan yang lebih mendalam, seperti membaca surat Al-Waqiah setiap pagi untuk keberkahan rezeki, bersedekah, dan mengadakan pengajian rutin di lingkungan perusahaan.

Adapun nilai-nilai Qur'ani didefinisikan sebagai nilai-nilai yang berasal dari Al-Qur'an. Sedangkan secara istilah internalisasi nilai-nilai Qur'ani menurut Dwi Narwoko dan Bagong Suayanto, internalisasi nilai-nilai Al-Qur'an merupakan suatu proses dinamis yang mencakup tahap pengenalan, pemahaman mendalam, serta

²¹ A Rahmaini, "Etika Ta'amul Dengan Alquran (Analisis Terhadap QS Al-Baqarah Ayat 121 Studi Komparatif Tafsir Ibnu Katsir Dan Tafsir Al-Azhar)" (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2022).

penanaman nilai-nilai tersebut dalam kehidupan.²² Adapun menurut Nuriatu Zahroh internalisasi nilai-nilai Qur’ani adalah proses mengenal, menghayati dan menanamkan nilai-nilai Al-Qur’an.²³ Dengan demikian, internalisasi nilai-nilai Qur’ani didefinisikan sebagai proses internalisasi tidak hanya sekadar penguasaan pengetahuan, melainkan juga mencakup pengamalan dan pengintegrasian nilai-nilai Al-Qur’an dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk etika, perilaku, dan interaksi sosial.

Al-Qur’an telah memberikan petunjuk yang jelas mengenai berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam urusan berbisnis. Dalam banyak ayatnya, Al-Qur’an mengajarkan prinsip-prinsip yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan kegiatan ekonomi dan bisnis. Bisnis yang sesuai dengan ajaran Al-Qur’an bukan hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan materi, tetapi juga untuk menjaga keadilan, keseimbangan, dan kesejahteraan sosial. Seperti yang telah tercantum dalam Q.S. Al- An’am ayat 152.

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: "Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran." QS. Al-An'am[6]:152.²⁴

²² Masfi Sya'fiatul Ummah, "Nilai-Nilai Qur'ani Dan Internalisasinya Dalam Pendidikan," *AL-Manar* 11, no. 1 (2019): 136–49.

²³ Nuriatu Zahroh, "Internalisasi Nilai-Nilai Al-Qur'an Di Pondok Pesantren Tahfidz Nurul Ihsan Jeruklegi Tahun 2021" (Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA), 2022).

²⁴ Ad-Dimasyqi Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir, "Tafsir Ibnu Kasir," in *Tafsir* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2000), 1–420.

Ayat tersebut terkandung beberapa perintah dalam berbisnis yaitu: larangan untuk tidak memakan harta anak yatim, bertakar dengan adil, berkata jujur dalam ucapan dan memenuhi janji Allah SWT. Ayat tersebut mengatur beberapa etika dalam bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan bisnis. Selain itu juga ada ayat lain seperti Q.S. Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” QS. Al-Baqarah[2]:275²⁵

Ayat tersebut mengandung pesan penting bagi setiap pelaku bisnis agar selalu menjual barang yang halal dan menjauhi segala bentuk riba. Dalam konteks bisnis, kehalalan tidak hanya mencakup aspek zat atau bahan dari barang yang dijual, tetapi juga mencakup cara mendapatkannya, proses produksinya, hingga transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, seorang pelaku bisnis harus selektif dalam memilih produk yang akan dipasarkan dan memastikan bahwa semua proses bisnisnya sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, strategi bisnis juga perlu dikaji ulang secara berkala agar tidak terjerumus dalam praktik riba, baik yang tersurat maupun tersirat. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menerapkan sistem jual beli yang transparan, menghindari utang berbunga, serta menggunakan akad-

²⁵ Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir. "Tafsir Ibnu Kasir,"

akad bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan tidak hanya mendapatkan keuntungan materi, tetapi juga berkah dan ridha Allah SWT.²⁶

Lubis menukil dari perkataan Imam Al-Ghazali yang mengajarkan bahwa nilai-nilai Qur'ani harus menjadi pedoman hidup dalam setiap aspek kehidupan, termasuk berbisnis.²⁷ Dalam pemikirannya, Al-Ghazali menekankan pentingnya niat yang ikhlas dalam segala hal, termasuk dalam menjalankan usaha. Bisnis yang dilakukan dengan niat untuk mencari ridha Allah, menurutnya, akan menghasilkan keberkahan yang jauh lebih besar daripada sekadar keuntungan material. Al-Ghazali berpendapat bahwa segala usaha yang dilakukan, termasuk dalam dunia bisnis, harus dilaksanakan dengan semangat ibadah. Hal ini mencakup segala aktivitas bisnis, mulai dari cara berinteraksi dengan pelanggan hingga pengelolaan karyawan. Dalam pandangannya, setiap tindakan bisnis yang dilandasi oleh niat yang ikhlas akan mendatangkan manfaat yang lebih luas, baik untuk dunia maupun untuk kehidupan akhirat.²⁸

Tokoh lain yang berkontribusi dalam pemikiran mengenai internalisasi nilai Qur'ani dalam bisnis adalah Wahab. Wahab menekankan pentingnya nilai tawakal (berserah diri kepada Allah) setelah berusaha maksimal. Nilai ini mengajarkan bahwa meskipun seorang pengusaha harus bekerja keras dan berusaha dengan

²⁶ Desi Kristanti et al., *Etika Bisnis*, I (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023).

²⁷ Amirotn Nahdliyah and Kuny Aminah Fu'ad, "Pendidikan Al-Qur'an Prespektif Imam Al-Ghazali Dalam Membentuk Karakter Santri," *Proceedings ICEM: Proceeding of International Conference on Educational Management* 2, no. 1 (2024): 137–48.

²⁸ Risa Fitriyani and Mohamad Faozi, "Determinan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Penjual Pakaian Di Pasar Tradisional Karangobar Banjarnegara)," *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2023): 142–62, <https://doi.org/10.37252/jebi.v2i2.505>.

sebaik-baiknya, hasil akhir dari usaha tersebut tetap merupakan takdir Allah. Wahab menganggap bahwa pengusaha yang menginternalisasi nilai tawakal akan lebih mampu menerima setiap hasil usaha dengan penuh keikhlasan. Dengan menanamkan prinsip tawakal dalam dirinya, pengusaha tidak akan terlalu terikat pada hasil duniawi, tetapi lebih berfokus pada usaha yang dilakukan dengan niat yang benar. Selain itu, Wahab juga menyoroti pentingnya nilai ikhlas dalam berbisnis, yaitu melakukan segala sesuatu semata-mata karena Allah tanpa mengharapkan pujian atau penghargaan dari manusia.

Menurut Rizky, nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis tidak hanya berkuat pada aspek moralitas pribadi atau hubungan antar individu dalam perusahaan. Nilai-nilai ini juga dapat diterapkan dalam kebijakan dan praktik perusahaan yang lebih luas.²⁹ Salah satu contoh penerapan nilai Qur'ani dalam kebijakan perusahaan adalah kebiasaan untuk membaca surat Al-Waqiah setiap pagi. Dalam tradisi Islam, surat ini dikenal sebagai surat yang dapat mendatangkan keberkahan dan kelimpahan rezeki bagi yang membacanya. Banyak pengusaha Muslim yang meyakini bahwa dengan membaca surat Al-Waqiah secara rutin, usaha akan diberkahi oleh Allah. Hal ini mencerminkan bagaimana pengusaha yang menginternalisasi nilai Qur'ani tidak hanya mengandalkan usaha dan kerja keras semata, tetapi juga mengakui bahwa keberhasilan usaha sepenuhnya merupakan pemberian dari Allah. Kebijakan ini juga berfungsi sebagai bentuk pengingat bagi pengusaha dan karyawan untuk selalu bersyukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah.

²⁹ Anggraini, Latifah, and Syarifuddin, "Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardawi."

Yasser berpendapat bahwa mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam dunia bisnis dan ekonomi modern memberikan pendekatan yang lebih menyeluruh, yang tidak hanya menekankan keuntungan finansial tetapi juga menyoroti kesejahteraan sosial dan moral. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, keseimbangan, integritas, dan transparansi merupakan fondasi penting dalam membangun praktik bisnis yang etis dan penuh tanggung jawab. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip Qur'ani, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dan saling percaya dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, investor, serta masyarakat pada umumnya.³⁰ Integrasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis memberikan peluang untuk menemukan keseimbangan antara kesuksesan ekonomi dan tanggung jawab moral, yang pada akhirnya menghasilkan keuntungan yang lebih luas dan berkelanjutan baik untuk perusahaan maupun masyarakat.

Sismanto dalam disertasinya menyebutkan bahwa internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam dunia bisnis bukan hanya terbatas pada aspek pribadi dan sosial, tetapi juga dapat mencakup kebijakan dan praktik yang dijalankan dalam perusahaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Al-Ghazali yang menyatakan bahwa semua aspek kehidupan, termasuk bisnis, harus dilaksanakan dengan niat yang tulus untuk mendapatkan ridha Allah. Begitu pula dengan Wahab yang menggarisbawahi pentingnya menyeimbangkan usaha maksimal dengan tawakal kepada Allah, serta Samarqandi yang menekankan kejujuran dan amanah dalam setiap transaksi

³⁰ Yasser Muda Lubis, "Al-Qur'an Sebagai Sumber Etika Dalam Bisnis Dan Ekonomi Kontemporer," *Raqib: Jurnal Studi Islam* 1, no. 2 (2024): 158–86.

bisnis.³¹ Nilai-nilai Qur’ani yang terinternalisasi ini membantu pengusaha untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan material semata, tetapi juga pada keberkahan dan manfaat sosial yang lebih besar.

Berdasarkan penjelasan diatas, internalisasi nilai-nilai Qur’ani pada pelaku bisnis di definisikan sebagai proses di mana prinsip-prinsip yang terkandung dalam Al-Qur’an diterima dan diterapkan dalam seluruh aspek kehidupan seorang pengusaha, khususnya dalam menjalankan bisnis. Pelaku usaha yang mampu menginternalisasi nilai-nilai Qur’ani dalam bisnis akan mengembangkan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan akan lebih fokus pada kualitas produk dan layanan, mengutamakan kepuasan pelanggan, serta berusaha memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui berbagai bentuk kegiatan sosial. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Qur’ani ke dalam kebijakan dan praktik bisnis perusahaan, pengusaha Muslim dapat menciptakan bisnis yang tidak hanya sukses secara duniawi, tetapi juga berkah dan mendapat ridha dari Allah.

B. Proses Internalisasi Nilai-Nilai Qur’ani

Proses internalisasi nilai-nilai Qur’ani dalam pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk karakter dan kepribadian individu. Menurut Ivan Firmansyah dalam Internalisasi nilai-nilai Al-Qur’an, internalisasi nilai-nilai Qur’ani bukan hanya sekedar pemahaman teks, tetapi juga bagaimana mengaplikasikan ajaran-ajaran Al-Qur’an dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini

³¹ Sismanto, “Makna Mujahadah Pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner Di Kabupaten Kutai Timur” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024).

melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap nilai-nilai moral yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an, seperti kejujuran, kedisiplinan, kasih sayang, dan keadilan.³² Hal ini sangat relevan dalam pendidikan karakter, karena nilai-nilai Qur'ani dapat menjadi pedoman hidup yang membimbing keluarga, karyawan dan peserta didik untuk menjadi pribadi yang berintegritas dan berakhlak mulia.

Nilai-nilai dalam Al-Qur'an bukan hanya sekadar kajian teoretis yang diajarkan dalam pelajaran agama, tetapi juga merupakan petunjuk hidup yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tarmizul Manan Azmi dalam Tesisnya berpendapat bahwa ajaran mengenai integritas dalam Al-Qur'an memiliki relevansi yang sangat besar, khususnya dalam upaya pencegahan perilaku koruptif di masyarakat. Proses internalisasi nilai integritas dimulai dengan tahap penghayatan, di mana individu memahami esensi dari nilai tersebut, kemudian dilanjutkan dengan pengamalan, yaitu penerapan nilai integritas dalam tindakan nyata. Selanjutnya, nilai ini perlu dibudayakan dalam kehidupan sosial, agar menjadi bagian dari kebiasaan yang dilaksanakan oleh individu dalam setiap aspek kehidupannya. Pembudayaan nilai integritas yang diajarkan dalam Al-Qur'an ini sangat penting, karena melalui langkah-langkah tersebut, nilai-nilai moral yang terkandung dalam Al-Qur'an dapat membantu membentuk masyarakat yang jujur, adil, dan jauh dari praktik korupsi.³³

³² Ivan Firmansyah, *Internalisasi Nilai-Nilai Al-Qur'an* (Bantul: Jejak Pustaka, 2024).

³³ Tarmizul Manan Azmi, "Al-Qur'an Dan Internalisasi Nilai-Nilai Integrasi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK)" (Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 2023).

Anisa Fitriyani Zahrokh berpendapat bahwa proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis dapat dijelaskan melalui beberapa tahapan:³⁴ Pertama, pemahaman (*understanding*) yaitu pemilik dan karyawan memahami nilai-nilai Qur'ani yang relevan dengan bisnis perusahaan. Kedua, penghayatan (*internalization*) yaitu nilai-nilai Qur'ani tidak hanya dipahami tetapi juga dihayati sebagai pedoman dalam berperilaku. Ketiga, pengamalan (*implementation*) yaitu nilai-nilai yang telah diinternalisasi diterapkan dalam aktivitas sehari-hari, baik dalam pengelolaan bisnis, pelayanan pelanggan, maupun hubungan antar karyawan. Dan keempat, pembudayaan (*institutionalization*) yaitu nilai-nilai Qur'ani menjadi bagian dari budaya organisasi dan diintegrasikan dalam kebijakan serta prosedur operasional bisnis.

Internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan seorang Muslim mengandung pengertian yang mendalam. Nilai-nilai Qur'ani tidak hanya sekadar ajaran yang dibaca atau diajarkan, tetapi harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia bisnis. Seperti yang dijelaskan oleh dalam bukunya *Islamic Ethics of Life*, internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah proses menginternalisasikan ajaran Al-Qur'an ke dalam jiwa seseorang sehingga menjadi landasan dalam setiap tindakan yang dilakukannya, termasuk dalam berbisnis.³⁵

Dalam konteks bisnis, internalisasi nilai-nilai Qur'ani berarti bahwa seorang pelaku bisnis harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang apa yang

³⁴ Zahrokh, "Internalisasi Nilai-Nilai Al-Qur'an Di Pondok Pesantren Tahfidz Nurul Ihsan Jeruklegi Tahun 2021."

³⁵ Outka, Gene. In *Islamic Ethics of Life: Abortion, War, and Euthanasia*, edited by JONATHAN E. BROCKOPP, 249–249. University of South Carolina Press, 2003. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1fcf8kj.22>.

diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an. Pemahaman ini akan tercermin dalam perilaku dan sikap yang ditunjukkan dalam setiap transaksi bisnis yang dilakukan.

Misalnya, dalam Surah Al-Baqarah (2: 282),

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

*Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar."*³⁶

Allah memerintahkan umat-Nya untuk mencatat transaksi utang-piutang dengan jelas dan transparan. Ini adalah salah satu bentuk internalisasi nilai Qur'ani dalam transaksi bisnis.

Makna internalisasi nilai-nilai Qur'ani juga mencakup niat dan tujuan yang ikhlas untuk mencari ridha Allah, bukan hanya keuntungan duniawi. Dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani, penting untuk memahami bahwa tidak hanya tindakan yang diperhatikan, tetapi juga niat di balik tindakan tersebut. Seperti yang diajarkan dalam hadits Nabi Muhammad SAW,

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ

*Artinya "Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya."*³⁷

Niat yang baik dan ikhlas untuk mencari ridha Allah akan memperkuat nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis, sekaligus memberikan berkah bagi setiap langkah yang diambil. Dalam konteks ini, Azharyah menukil perkataan Din Syamsuddin yang mengungkapkan bahwa internalisasi nilai-nilai Qur'ani harus dimulai dengan niat

³⁶ Group, "Al-Qur'an Karim (Tafsir Perkata Tajwid Kode Arab)."

³⁷ Dr. Muhammad Muhsin Khan, *Sahih Al-Bukhari (The Translation of the Meanings of Sahih Al-Bukhari)*, DARUSSALAM Publishers and Distributors (Ritadh: DARUSSALAM Publishers and Distributors, 2007).

yang tulus, yang mencerminkan pengusaha yang tidak hanya ingin sukses secara materi, tetapi juga untuk mendapatkan pahala dari Allah.³⁸

Secara keseluruhan, internalisasi nilai-nilai Qur'ani merupakan fondasi penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Ini memberikan arahan moral yang jelas bagi pelaku bisnis untuk mengelola usaha dengan cara yang sesuai dengan ajaran agama, sehingga tidak hanya memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga mendatangkan pahala di akhirat. Dengan demikian, internalisasi nilai Qur'ani berarti membawa ajaran-ajaran Al-Qur'an dalam setiap aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam bisnis. Hal ini akan menciptakan pengusaha yang tidak hanya sukses dalam bisnis, tetapi juga berperan dalam menciptakan kesejahteraan sosial yang lebih luas.

C. Implikasi Nilai-Nilai Qur'ani

Implikasi dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam dunia bisnis sangatlah luas, mencakup berbagai aspek, baik dalam kehidupan individu, organisasi, maupun masyarakat secara keseluruhan. Pada tingkat individu, seorang pengusaha yang berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam setiap langkah bisnisnya akan merasakan ketenangan dan kepuasan batin. Menurut Quraish Shihab, penerapan nilai-nilai Islam dalam berbisnis memberikan rasa puas karena langkah-langkah yang diambil dianggap sejalan dengan perintah Allah, serta membawa tujuan yang lebih luhur daripada sekadar mengejar keuntungan materi. Seorang pelaku bisnis yang menjadikan nilai Qur'ani sebagai panduan dalam menjalankan usahanya akan

³⁸ Nofrianto et al., *Pengantar Ekonomi Syariah, Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia* (Jakarta: Depaartemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021).

merasa bahwa setiap keputusan dan tindakan yang diambil memiliki tujuan yang lebih besar, yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.³⁹ Hal ini juga memberikan rasa kedamaian karena kegiatan bisnis tersebut dilakukan dengan niat yang tulus untuk mencari ridha Allah, bukan hanya semata-mata untuk keuntungan pribadi.

Menurut M. Dawam Rahardjo, penerapan nilai Qur'ani dalam dunia bisnis juga tercermin dalam cara pengusaha memperlakukan karyawan dan mitra bisnis. Dalam bukunya *Ensiklopedi Al-Qur'an*, beliau mengungkapkan bahwa pengusaha yang mengadopsi nilai-nilai Qur'ani tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi, tetapi lebih mengutamakan kesejahteraan kolektif.⁴⁰ Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip Qur'ani, pengusaha akan memastikan bahwa kepentingan semua pihak, termasuk karyawan dan masyarakat sekitar, diutamakan dalam setiap keputusan bisnis yang diambil. Hal ini menciptakan suasana bisnis yang adil, di mana karyawan merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil, sementara masyarakat mendapatkan manfaat dari keberadaan perusahaan tersebut. Sebagai hasilnya, pelaku bisnis yang menerapkan nilai-nilai Qur'ani tidak hanya mendapat keuntungan ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup sosial masyarakat sekitar.

Sesuai dengan pandangan Arif Muhammad dalam bukunya *Filosofi Ekonomi Islam*, internalisasi nilai Qur'ani dalam dunia bisnis memberikan dampak positif pada proses pengambilan keputusan. Ketika pelaku bisnis mendasarkan keputusan

³⁹ M Quraish Shihab, *Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an, Lentera Hati*

⁴⁰ Dawam Raharjo, *Ensiklopedi Al-Qur'an (Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci)*, vol. 2 (Jakarta: Paramadina, 2002).

pada prinsip-prinsip Qur'ani seperti keadilan dan kejujuran, lingkungan bisnis menjadi lebih stabil dan saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan mengutamakan nilai-nilai seperti kejujuran dalam transaksi dan keadilan dalam pembagian hasil, pengusaha menciptakan sistem yang tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga memberikan manfaat kepada masyarakat dan pihak terkait lainnya.⁴¹ Selain itu, pengambilan keputusan yang berlandaskan pada nilai-nilai Qur'ani mengurangi kemungkinan terjadinya kecurangan, penipuan, dan praktek bisnis yang merugikan pihak lain, yang pada akhirnya akan memperkuat reputasi perusahaan dalam jangka panjang.

Salah satu implikasi utama dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis adalah peningkatan citra dan kepercayaan pelanggan. Seperti yang diungkapkan dalam disertasi Asyari, perusahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam operasionalnya cenderung mendapatkan lebih banyak kepercayaan dari konsumen. Kepercayaan pelanggan yang tinggi merupakan aset penting yang dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumennya.⁴² Pelaku bisnis yang berpegang pada prinsip-prinsip Qur'ani dalam aktivitas bisnis akan menunjukkan komitmen untuk menjaga integritas dan memberikan produk serta layanan yang berkualitas tinggi. Hal ini pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan, yang berkontribusi pada keberlanjutan perusahaan dan mengarah pada keuntungan jangka panjang. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, citra

⁴¹ Muhammad Arif, "Filsafat Ekonomi Islam," *Merdeka Kreasi Group*, 2022, 5–24, [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf).

⁴² Asyari, "Religiusitas Dan Cultural Belief Dalam Perilaku Ekonomi Muslim Minangkabau Di Sumatera Barat," *PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR ILMU EKONOMI FAKULTAS EKONOMI* (Universitas Andalas Padang, 2016).

perusahaan yang didasarkan pada nilai moral dan etika yang kuat dapat menjadi pembeda yang signifikan.

Penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam dunia bisnis juga berimplikasi pada peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dalam disertasi Rusli Razak dikemukakan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan program CSR berbasis nilai-nilai Qur'ani lebih memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Program CSR ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada kontribusi perusahaan terhadap pembangunan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Perusahaan yang berkomitmen pada prinsip-prinsip Qur'ani dalam setiap aktivitas bisnisnya akan memastikan bahwa pelaku bisnis berperan aktif dalam memperbaiki kualitas hidup masyarakat sekitar dan menjaga kelestarian lingkungan.⁴³ Hal ini pada gilirannya dapat memperkuat citra perusahaan di mata publik, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan kepercayaan stakeholder yang lebih luas, baik itu konsumen, investor, maupun mitra bisnis.

Implikasi lain yang signifikan dari internalisasi nilai Qur'ani dalam dunia bisnis juga terdapat pada jurnal karya Akbar Saleh Sope dan Fathi Ismail Hawari bahwa penguatan budaya organisasi yang berlandaskan pada nilai moral dan spiritual yang kuat. Dalam organisasi yang menerapkan nilai Qur'ani, tercipta suasana kerja yang harmonis dan penuh rasa keadilan.⁴⁴ Karyawan yang bekerja

⁴³ Rusli Razak, "Analisis Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Mewujudkan Keberdayaan Dan Kesejahteraan Masyarakat (Study Kasus PT. Vale Indonesia Di Kab. Luwu Timur)," *PROGRAM DOKTOR SOSIOLOGI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS* (Universitas Hasanuddin Makassar, 2022).

⁴⁴ Akbar Saleh Sope, "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan," *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2023): 87–100, <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>.

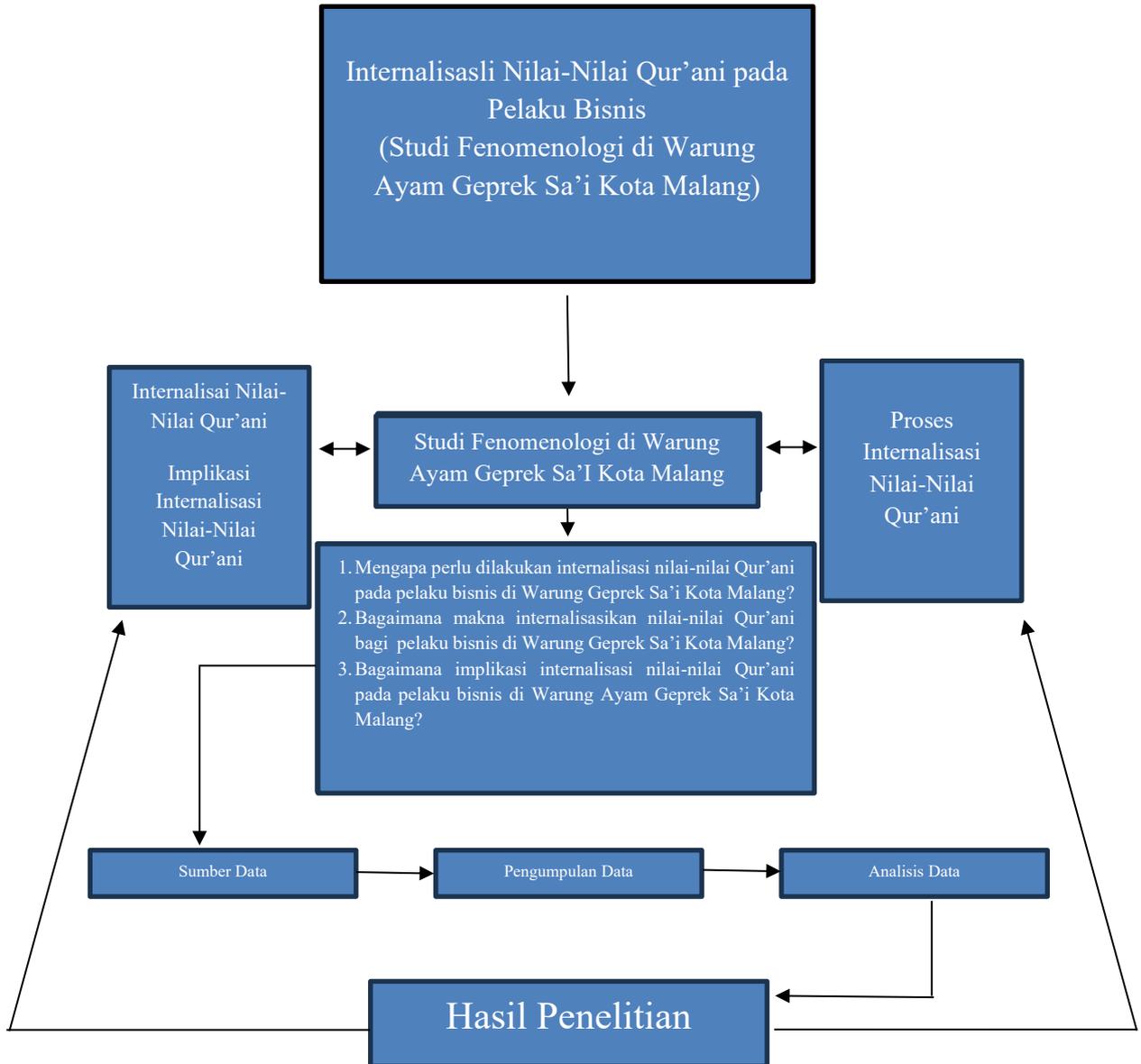
dalam lingkungan yang mengutamakan prinsip-prinsip Qur'ani merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil, yang secara langsung berdampak pada peningkatan produktivitas dan kepuasan kerja.⁴⁵ Organisasi yang berbasis pada nilai moral dan spiritual yang kokoh akan membentuk tim yang solid dan termotivasi untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, pelaku bisnis yang menerapkan nilai Qur'ani tidak hanya berfokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bekerja dengan penuh integritas dan dedikasi.

Secara keseluruhan, internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam dunia bisnis membawa banyak implikasi positif baik dari segi moral, sosial, maupun ekonomi. Pelaku bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip Qur'ani tidak hanya memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga mendapatkan berkah dalam hidupnya, baik di dunia maupun di akhirat. Pengusaha yang berpegang pada nilai-nilai ini akan menjalankan usahanya dengan penuh tanggung jawab, berfokus pada keberlanjutan sosial dan kesejahteraan masyarakat. Dengan mengintegrasikan nilai Qur'ani, bisnis yang dijalankan akan memberikan manfaat tidak hanya bagi pemilik dan karyawan, tetapi juga bagi masyarakat luas, menciptakan sistem bisnis yang adil dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penerapan nilai Qur'ani dalam dunia bisnis bukan hanya tentang meraih keuntungan material, tetapi juga mencapai tujuan mulia yang sejalan dengan ajaran Islam.

⁴⁵ Fathi Ismail Hawari and Nabhan Fadhillah, "Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Praktik Manajemen Perusahaan," *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2023): 919–28.

D. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, yang dirancang untuk memahami fenomena sosial yang terjadi dalam konteks kehidupan nyata, terutama terkait dengan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman mendalam mengenai pengalaman subjektif pelaku bisnis dalam menjalankan usaha, khususnya dalam hal bagaimana perusahaan mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam praktik bisnis sehari-hari. Pendekatan penelitian ini sangat cocok karena memungkinkan pengumpulan data dalam bentuk narasi, wawancara, dan observasi yang akan membantu untuk memahami perspektif pelaku bisnis tanpa terikat pada angka atau statistik. Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana pelaku bisnis memaknai dan menerapkan nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan sebagai bagian dari praktik bisnis yang dijalani.⁴⁶ Oleh karena itu, buku, jurnal, dan penelitian lainnya yang terkait dengan topik penelitian ini akan dikumpulkan untuk digunakan sebagai sumber sekunder penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi. Penelitian fenomenologi adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena tertentu. Dalam konteks ini, fenomena yang dimaksud adalah bagaimana pelaku bisnis menginternalisasi

⁴⁶ Yoki Yusanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif," *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1, no. 1 (2020): 1–13.

dan menerapkan nilai-nilai Qur'ani dalam kegiatan bisnis. Fenomenologi sosial, yang dijelaskan oleh Schutz, digunakan untuk menganalisis cara manusia bertindak dan berpikir dengan mengamati struktur dasar dari realitas yang ada. Fokus utama dari teori Schutz adalah untuk memahami perilaku sosial melalui interpretasi yang melibatkan tindakan orang lain, baik yang sudah terjadi, sedang berlangsung, maupun yang akan datang. Schutz membagi tindakan menjadi dua kategori utama, yaitu motif "*Because*" (yang berhubungan dengan masa lalu) dan motif "*In order to*" (yang berhubungan dengan masa depan). Motif-motif ini merefleksikan pengalaman masa lalu serta tujuan yang diproyeksikan untuk masa depan.⁴⁷ Dengan fenomenologi, peneliti dapat mengeksplorasi dan menginterpretasikan berbagai aspek penerapan nilai-nilai Qur'ani, seperti pembacaan surat Al-Waqiah sebelum memulai pekerjaan, bersedekah setiap hari jumat, dan mengadakan pengajian mingguan. Jenis penelitian ini memungkinkan pemaparan secara rinci mengenai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis perusahaan serta persepsi konsumen terhadapnya.⁴⁸

Pendekatan ini juga memberikan fleksibilitas dalam menggunakan metode pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, yang diperlukan untuk menangkap dinamika, proses, dan tantangan yang dihadapi Warung Ayam Geprek Sa'i dalam menerapkan nilai-nilai Qur'ani secara konsisten dalam bisnis. Fenomenologi mendeskripsikan pemahaman tentang makna yang diberikan individu terhadap pengalaman pelaku bisnis, sehingga teknik analisis

⁴⁷ Engkus Kuswarno, *Fenomenologi* (Bandung: Widya Padjajaran, 2009). 91-102

⁴⁸ Mohamad Anwar Thalib, "Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya," *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 44–50, <https://doi.org/10.23960/seandanan.v2i1.29>.

yang digunakan adalah analisis tematik yang fokus pada pengidentifikasian tema-tema utama dalam data yang diperoleh. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bukan hanya apa yang dilakukan oleh pelaku bisnis, tetapi juga mengapa dan bagaimana mereka melakukannya. Melalui penelitian fenomenologi, diharapkan akan ditemukan wawasan mendalam mengenai proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani yang dilakukan oleh pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, serta dampaknya terhadap cara mereka menjalankan usaha dan berinteraksi dengan konsumen, karyawan, serta lingkungan sekitar.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti di lapangan dalam pendekatan penelitian kualitatif memiliki peran yang sangat vital karena memberi kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti seringkali membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks sosial dan lingkungan yang sedang dianalisis.⁴⁹ Melalui metode seperti observasi langsung, wawancara mendalam, dan keterlibatan aktif dalam kegiatan objek penelitian, peneliti dapat mengumpulkan data yang lebih kaya dan beragam. Partisipasi langsung ini tidak hanya memperkaya informasi yang terkumpul, tetapi juga meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan penelitian, karena peneliti dapat memverifikasi data yang diperoleh, mengatasi kebingungan yang mungkin muncul, serta menangkap aspek-aspek halus yang mungkin tidak terungkap jika hanya mengandalkan sumber data sekunder. Di samping itu, kehadiran peneliti di lapangan memungkinkan untuk lebih fleksibel dalam merespons perubahan yang

⁴⁹ Yusanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif."

terjadi di lingkungan penelitian, serta menyesuaikan pendekatan metodologi dengan dinamika yang berkembang selama proses pengumpulan data.⁵⁰

Dengan langkah-langkah yang terstruktur, peneliti berupaya untuk mengumpulkan data yang akurat dan representatif, sekaligus memastikan bahwa seluruh proses penelitian dilakukan dengan penuh etika dan menghormati semua pihak yang terlibat. Berikut adalah langkah-langkah operasional yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini:

1. Survei awal: sebelum memulai kegiatan penelitian lapangan, peneliti melakukan survei awal di lokasi untuk mendapatkan gambaran umum mengenai fenomena internalisasi nilai-nilai qur'ani pada pelaku bisnis di Kota Malang. Survei ini bertujuan untuk memahami konteks sosial dan situasi yang ada di lapangan, serta untuk mengidentifikasi potensi objek penelitian yang relevan.
2. Permohonan informan: peneliti mengajukan permohonan kepada pelaku bisnis untuk menjadi informan utama dalam penelitian ini. Untuk membangun hubungan yang lebih personal dan transparan, peneliti mendatangi langsung pelaku bisnis tersebut untuk memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan serta maksud dari penelitian yang akan dilakukan.
3. Observasi langsung: peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian untuk melaksanakan observasi. Tujuannya adalah untuk memahami secara lebih mendalam tentang setting penelitian, dinamika yang

⁵⁰ Thalib, "Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya."

terjadi, dan bagaimana nilai-nilai Qur'ani diterapkan dalam kehidupan sehari-hari pelaku bisnis. Observasi ini memberikan wawasan lebih luas dan detail mengenai fenomena yang diteliti.

4. Jadwal kegiatan penelitian: peneliti mengadakan pertemuan dengan informan kunci untuk menyusun jadwal kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan. Jadwal tersebut disepakati bersama dan dirancang dengan fleksibilitas agar dapat menyesuaikan dengan perubahan situasi atau kondisi yang terjadi di lapangan.
5. Pengumpulan data: setelah jadwal kegiatan penelitian disepakati, peneliti mulai turun ke lapangan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Di sinilah peneliti mulai mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, serta teknik pengumpulan data lainnya yang relevan dengan penelitian. Data yang dikumpulkan akan berfokus pada pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Qur'ani diterapkan dalam kegiatan operasional bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i, serta dampaknya terhadap karyawan dan pelanggan.

Melalui langkah-langkah tersebut, peneliti berusaha memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah representatif dan valid, serta proses penelitian dilakukan dengan penuh rasa hormat terhadap etika dan pihak-pihak yang terlibat, baik informan maupun masyarakat sekitar.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu :⁵¹

1. Data Primer

Dalam studi ini, data utama diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui pengumpulan informasi berupa kata-kata dan perilaku yang tercatat oleh peneliti. Metode yang digunakan untuk memperoleh data utama ini adalah wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Untuk memastikan keabsahan dan kesesuaian data yang diperoleh, peneliti menetapkan sejumlah kriteria dalam memilih informan. Kriteria tersebut antara lain mencakup:⁵²

- a. Informan dipilih dengan mempertimbangkan pengalaman kerja minimal satu tahun. Kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa informan memiliki pengalaman yang memadai dan stabil dalam bidangnya, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan komprehensif, serta informasi yang lebih valid dan historis.
- b. Peneliti juga memilih informan yang memiliki pengalaman kerja yang panjang, baik sebagai karyawan maupun memiliki hubungan langsung dengan pengusaha utama. Hal ini dilakukan untuk memperoleh berbagai perspektif yang lebih luas mengenai dinamika yang terjadi dalam lingkungan bisnis.
- c. Peneliti memilih informan yang aktif terlibat dalam inovasi dan pengembangan dalam kegiatan bisnis. Informan ini memiliki potensi untuk

⁵¹ Nursapiah, *Penelitian Kualitatif*, Wal Ashri Publishing, 1st ed., vol. 1 (Medan: Wal ashri Publishing, 2020).

⁵² Yudin Citriadin, *Metode Penelitian Kualitatif (Suatu Pendekatan Dasar)*, Sanabil Creative, 1st ed. (Mataram: Sanabil Creative, 2020).

memberikan informasi yang lebih relevan mengenai adaptasi serta perkembangan terkini, terutama terkait dengan proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam konteks bisnis. Selanjutnya, peneliti akan menyajikan data informan yang dijadikan sumber informasi utama dalam penelitian ini dalam format tabel yang terstruktur dengan baik.

Tabel 3. 1 Daftar Informan

No	Nama	Cabang	Lama Kerja	Jabatan
1.	Sabrina	Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari	2 tahun	Karyawan
2.	April	Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari	1 tahun	Karyawan
3.	Ghifari	Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat	1 tahun	Manager
4.	Afifah	Warung Ayam Geprek Sa'i Rampal	1 tahun	Karyawan
5.	Wildan	Warung Ayam Geprek Sa'i Soekarno Hatta	2 tahun	Manager

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang didapatkan dari dokumen atau literatur terkait, seperti buku, jurnal, atau artikel yang membahas internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis. Data sekunder juga bisa berasal dari dokumentasi internal Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, jika tersedia, yang dapat mendukung analisis lebih mendalam. Di sisi lain, data sekunder didapatkan dari berbagai dokumen yang relevan, yang diperoleh dari para pengusaha serta instansi terkait. Dokumen-dokumen ini memberikan

wawasan tambahan yang penting mengenai internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.⁵³

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu tahap utama dalam melakukan sebuah penelitian, karena data sangat berpengaruh terhadap hasil akhir dari sebuah penelitian. Selain itu, langkah-langkah dalam mengumpulkan data harus tepat agar mendapatkan data sesuai standar yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Berikut adalah rincian pengumpulan data dalam penelitian ini.⁵⁴

1. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang paling esensial adalah manusia, yang berperan sebagai informan yang dapat memberikan informasi mendalam melalui wawancara. Wawancara menjadi metode utama untuk menggali informasi yang diperlukan mengenai berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki validitas yang tinggi, sangat penting bahwa informan yang diwawancarai adalah individu yang memiliki keterkaitan langsung dengan proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam praktik bisnis. Dalam proses wawancara, peneliti melakukan serangkaian langkah operasional yang terstruktur untuk memperoleh data yang akurat dan relevan, sebagai berikut:⁵⁵

⁵³ Nursapiah, *Penelitian Kualitatif*.

⁵⁴ Yusanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif."

⁵⁵ Citriadin, *Metode Penelitian Kualitatif (Suatu Pendekatan Dasar)*.

- a. Wawancara dilakukan dengan pelaku bisnis untuk mendapatkan beragam pandangan dan pengalaman mengenai internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis. Hal ini mencakup pemahaman tentang makna dan implikasi dari internalisasi nilai-nilai tersebut dalam konteks bisnis yang dijalankan.
- b. Peneliti menggunakan panduan wawancara yang telah dipersiapkan dengan baik, yang mencakup pertanyaan terstruktur dan semi-terstruktur untuk memastikan bahwa seluruh aspek penting dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani dapat digali dengan mendalam. Untuk mendukung proses ini, peneliti juga menggunakan alat perekam guna mendokumentasikan percakapan, yang memungkinkan data yang dikumpulkan dapat dianalisis secara akurat dan rinci.
- c. Fokus utama wawancara adalah untuk menggali pengalaman, persepsi, dan harapan yang dihadapi pelaku bisnis dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani di lapangan. Dengan pendekatan ini, wawancara tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh informasi, tetapi juga sebagai cara untuk memahami konteks yang lebih luas dan dinamis mengenai bagaimana nilai-nilai tersebut diterapkan dan dihadapi dalam praktik sehari-hari bisnis.

2. Observasi

Peneliti melakukan observasi melalui pengamatan langsung karena peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam penelitian ini, terutama terkait dengan latar belakang penelitian. Pada tahap awal, peneliti melakukan

pengamatan secara umum terhadap lingkungan yang menjadi fokus penelitian.⁵⁶ Teknik observasi memberi peneliti kesempatan untuk mengamati dan memahami reaksi informan atau subjek penelitian, serta membantu peneliti dalam membangun pengetahuan berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan. Kegiatan observasi yang dilakukan dimulai dengan grand tour observation, yaitu observasi secara menyeluruh yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang usaha dan pelaku bisnis yang diteliti. Dalam tahap ini, peneliti berusaha memahami secara lebih mendalam tentang bagaimana usaha tersebut dijalankan, dengan melakukan observasi terhadap bagian-bagian kecil dalam organisasi usaha, serta mengumpulkan data awal yang dapat mendukung fokus penelitian. Langkah-langkah operasional yang diambil oleh peneliti dalam proses observasi adalah sebagai berikut:⁵⁷

- a. Peneliti memulai observasi langsung di lapangan dengan grand tour observation untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai konteks internalisasi nilai-nilai Qur'ani yang diterapkan oleh pelaku bisnis di Kota Malang.
- b. Fokus utama observasi diarahkan pada interaksi yang terjadi antara pelaku bisnis, serta proses bisnis sehari-hari yang mereka jalankan. Hal

⁵⁶ Putu Dhanu Driya, I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, and I Made Ardwi Pradyana, "Teknik Pengumpulan Data Pada Audit Sistem Informasi Dengan Framework Cobit," *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal* 2, no. 2 (2022): 70, <https://doi.org/10.23887/insert.v2i2.40235>.

⁵⁷ Yusanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif."

ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana nilai-nilai Qur'ani dipahami dan diterapkan dalam kegiatan operasional perusahaan

3. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, sebagian besar data diperoleh melalui interaksi langsung dengan manusia, baik melalui observasi maupun wawancara. Namun, penting juga untuk memberi perhatian khusus pada data yang berasal dari sumber non-manusia. Sumber-sumber ini, seperti peraturan perundang-undangan, foto, dan dokumen lainnya, dapat memberikan wawasan tambahan yang sangat berharga untuk memperkaya pemahaman peneliti terhadap fenomena yang sedang diteliti. Penggunaan data non-manusia ini tidak hanya melengkapi informasi yang diperoleh dari informan atau subjek penelitian, tetapi juga dapat memberikan konteks yang lebih luas dan mendalam yang mendukung hasil analisis penelitian.⁵⁸ Dokumentasi penelitian ini mencakup analisis materi-materi promosi dan dokumen yang relevan dari Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang. Dokumentasi ini diamati untuk melihat sejauh mana nilai-nilai Qur'ani tercermin pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

E. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan menggunakan berbagai teknik pengumpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Proses analisis ini mengikuti tahapan-tahapan yang diusulkan oleh Huberman dan Miles, yang mencakup tiga langkah utama. Pertama,

⁵⁸ Yusanto. "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif,"

kondensasi data (*data condensation*), yaitu proses penyaringan dan pemilahan data yang relevan dari informasi yang terkumpul untuk mempermudah analisis lebih lanjut. Kedua, penyajian data (*data display*), di mana data yang telah dipilih akan disusun dan dipresentasikan dalam bentuk yang mudah dipahami untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi. Terakhir, penarikan kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*), yang melibatkan pembuatan kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang teridentifikasi, serta proses verifikasi untuk memastikan bahwa kesimpulan tersebut valid dan didukung oleh data yang ada.⁵⁹

1. Kondensasi Data

Setelah data terkumpul, tahap pertama dalam analisis adalah reduksi data, yaitu proses memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, hasil wawancara dan observasi disaring dan diringkas untuk menyoroti tema-tema utama tentang internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang. Kondensasi ini memudahkan peneliti untuk fokus pada informasi yang paling relevan dan bermakna.

2. Penyajian Data

Data yang sudah diringkas kemudian disajikan dalam bentuk yang memudahkan untuk diinterpretasikan.⁶⁰ Misalnya, data yang berkaitan dengan kejujuran dalam pemasaran dapat dikelompokkan dengan tema yang terkait,

⁵⁹ Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif, Pustaka Ramadhan*, vol. 1 (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017).

⁶⁰ Driya, Putra, and Pradyana, "Teknik Pengumpulan Data Pada Audit Sistem Informasi Dengan Framework Cobit."

sehingga pola-pola penerapan nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i dapat terlihat jelas.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti menarik sebuah kesimpulan dari hasil analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kesimpulan diambil berdasarkan temuan-temuan utama terkait bagaimana nilai-nilai Qur'ani diinternalisasikan pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i dan implikasinya. Verifikasi kesimpulan dilakukan dengan membandingkan kembali dengan data yang terkumpul untuk memastikan bahwa interpretasi dan kesimpulan tersebut konsisten dan akurat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang sebagai *Setting* Penelitian

1. Profil Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Warung Ayam Geprek Sa'i adalah sebuah usaha kuliner yang didirikan pada tahun 2017 oleh empat pengusaha, yaitu Erwan Barudi, Heru Budiharto, Mardoto, dan Wageanto di Yogyakarta.⁶¹ Usaha ini dimulai dengan tujuan untuk menghadirkan makanan ayam geprek dengan cita rasa yang khas serta memberikan pengalaman yang berbeda bagi para pelanggan. Warung pertama dari Ayam Geprek Sa'i berlokasi di daerah Patangpuluhan, Yogyakarta. Sebelum memulai usaha dengan merek Ayam Geprek Sa'i, pendiri warung ini merupakan mitra dari restoran siap saji Quick Chicken. Namun, karena ada perbedaan visi dan misi yang tidak dapat tercapai selama menjadi mitra, pendiri memutuskan untuk menciptakan merek sendiri, yaitu Ayam Geprek Sa'i dan Hajj Chicken. Oleh karena itu, selain mendirikan restoran dengan nama Warung Ayam Geprek Sa'i, pendiri juga mengubah outlet yang sebelumnya beroperasi di bawah nama Quick Chicken menjadi Hajj Chicken. Pada tahun yang sama, pendiri membuka sekitar 10 outlet baru yang tersebar di beberapa kota, seperti Blitar, Yogyakarta, dan Kudus. Setelah beberapa outlet berhasil beroperasi, pendiri mulai membuka kesempatan kerjasama dengan sistem kemitraan. Sistem kemitraan ini dijalankan dengan pola bagi hasil dari

⁶¹ Moh. Agus Sifa' and Zaenal Azis Muchtarom Moch, "Analisis Fluktuasi Keuntungan Mitra Bisnis Franchise Ayam Geprek Sa'i Dengan Sistem Persentase: Pendekatan Dari Aspek Manajemen Pemasaran Syariah," *Journal of Islamic Banking* 4, no. 1 (2023): 67–76.

keuntungan bersih, di mana komposisinya adalah 30% untuk manajemen dan 70% untuk mitra.⁶²

Warung Ayam Geprek Sa'i adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan makanan, dengan fokus utama pada pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas. Warung makan ini menawarkan berbagai jenis makanan lezat dan bergizi, termasuk ayam geprek, ayam goreng tepung, ayam penyet, steak, dan nasi goreng. Dengan mengedepankan kualitas bahan baku yang sehat dan halal, Warung Ayam Geprek Sa'i berkomitmen untuk menyediakan hidangan yang tidak hanya enak, tetapi juga aman dan bergizi bagi pelanggan. Selain menu utama yang berbasis ayam, Warung Ayam Geprek Sa'i juga menyediakan berbagai macam cemilan yang dapat dinikmati oleh pelanggan bersama keluarga ataupun teman-teman. Makanan ringan yang ditawarkan meliputi berbagai pilihan yang dapat menambah kenikmatan saat bersantap. Semua hidangan yang disajikan di Warung Ayam Geprek Sa'i dibuat dengan resep khas yang memperhatikan cita rasa yang autentik dan penuh selera, sehingga dapat memuaskan lidah para pengunjung.⁶³

Sebagai bagian dari upaya untuk menarik lebih banyak pelanggan dan memberikan nilai lebih, Warung Ayam Geprek Sa'i juga rutin menawarkan berbagai promosi menarik setiap bulannya. Bapak Shodiq, selaku supervisor

⁶² Muhammad Zainul Roziqin and Lilis Sugi Rahayu Ningsih, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)," *BIMA: Journal of Business and Innovation Management* 5, no. 2 (2023): 197–204, <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.5664>.

⁶³ Arvin Noer Hakim, "Analisis Bangunan Rumah Makan Menggunakan Metode Swot: Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Majenang," *Jurnal Teknologi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2022): 23–31, <https://doi.org/10.37087/jtb.v4i1.80>.

outlet Warung Ayam Geprek Sa'i Abdurahman Saleh, menjelaskan bahwa mereka menerapkan berbagai program promosi, seperti paket hemat, kupon gratis, dan kartu tamu kehormatan. Pemilik kartu tamu kehormatan tersebut dapat menikmati kebebasan memilih produk yang diinginkan secara gratis dalam jangka waktu tertentu, memberikan keuntungan tambahan bagi pelanggan setia yang sering mengunjungi restoran ini. Dengan berbagai promosi ini, Warung Ayam Geprek Sa'i berhasil menciptakan loyalitas pelanggan sambil menarik perhatian konsumen baru.⁶⁴

Seiring berjalannya waktu, Warung Ayam Geprek Sa'i terus berkembang dan kini memiliki 10 cabang yang tersebar di kota Malang, dengan lokasi strategis seperti Warung Ayam Geprek Sa'i Suhat, Warung Ayam Geprek Sa'i Rampil, Warung Ayam Geprek Sa'i Gribig, Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat, Warung Ayam Geprek Sa'i Buring, Warung Ayam Geprek Sa'i Bumiayu, Warung Ayam Geprek Sa'i Bandungrejosari, Warung Ayam Geprek Sa'i Mulyorejo, Warung Ayam Geprek Sa'i Tlogomas, dan Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari. Dengan keberadaan cabang-cabang ini, Warung Ayam Geprek Sa'i tidak hanya berhasil menjangkau pasar yang lebih luas tetapi juga semakin dikenal oleh masyarakat kota Malang sebagai pilihan utama bagi pecinta kuliner ayam geprek.

⁶⁴ Selfi Noor Khasanah and Muttaqin Choiri, "Implementasi Syariah Compliance Terhadap Usaha Dan Produk Ayam Geprek Sa'i," *Jurnal Kaffa* 2, no. 3 (2023): 106–19.

Tabel 4. 1 Daftar Cabang Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

No.	Cabang	Alamat	Sejak
1.	Soekarno-Hatta	Jl. Candi Panggung mp 46, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141	10 Maret 2022
2.	Sulfat	Jl. Sulfat No.93, Purwantoro, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65122	6 Juni 2022
3.	Merjosari	Jl. Joyo Agung, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144	3 September 2022
4.	Rampal	Jl. W.R. Supratman No.10, Rampal Celaket, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65111	18 Januari 2023
5.	Mulyorejo	Jl. Tebo Utara, Mulyorejo, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur	22 November 2023
6.	Bumiayu	Jl. Kyai Parseh Jaya No.21, Bumiayu, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65135	18 Februari 2024
7.	Tlogomas	Jl. Raya Tlogomas No.41a, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144	6 Juni 2024
8.	Buring	Jl. Mayjen Sungkono No.48, Buring, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65136	20 Juli 2024
9.	Gribig	Jl. Ki Ageng Gribig, Madyopuro, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65138	15 September 2024
10.	Bandungrejosari	Jl. Klayatan Gg. 3, Bandungrejosari, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65148	23 Oktober 2024

2. Visi dan Misi Warung Ayam Geprek Sa'i

Visi dan misi merupakan elemen penting yang harus dimiliki dan ditetapkan oleh setiap perusahaan sebagai landasan dalam meraih tujuan dan mencapai keberhasilan. Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda, yang disesuaikan dengan tujuan dan harapan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Biasanya, visi dan misi ini sudah dirancang sejak awal pendirian perusahaan, untuk memberikan arah dan tujuan yang jelas bagi perkembangan perusahaan.⁶⁵ Visi dan misi tidak hanya menjadi pedoman strategis bagi perusahaan, tetapi juga sebagai acuan bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka, sehingga dapat berkontribusi maksimal dalam memajukan perusahaan.

Begitu pula dengan Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, yang memiliki visi dan misi yang jelas sebagai panduan untuk pertumbuhan dan kesuksesan usaha. Visi Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang adalah untuk menjadi restoran terkemuka yang menyajikan makanan lezat, sehat, halal, dan berkualitas tinggi, dengan memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan kepada setiap pelanggan. Sedangkan misi rumah makan ini adalah untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, menjaga kepuasan pelanggan, serta memperkenalkan nilai-nilai Qur'ani dalam setiap aspek operasionalnya, agar dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan visi dan misi yang jelas, Warung Ayam Geprek Sa'i Kota

⁶⁵ Citra Anisa and Rahmatullah Rahmatullah, "Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam," *EVALUASI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2020): 70–87, <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>.

Malang berkomitmen untuk terus berkembang dan memberikan layanan terbaik bagi pelanggan.⁶⁶

a. Visi Perusahaan

Menjadikan usaha berbasis syariat Islam dengan mengedepankan ukhuwah Islamiyah serta peduli permasalahan dakwah, sosial, dan pendidikan

b. Misi Perusahaan

- 1) Membentuk Bisnis Restoran yang *Halalan Thoyyiban* dengan Cita Rasa yang bisa diterima Umat dengan harga terjangkau,,
- 2) Wadah bersama (*Jama'ah*) dalam pengumpulan Dana untuk membentuk suatu usaha yang dapat diharapkan menghasilkan keuntungan,
- 3) Sebagai sarana untuk mendapatkan Dana demi kegiatan Dakwah, Sosial, dan Pendidikan yang diprioritaskan untuk internal dengan mengalokasikan Dana Keuntungan maksimal 35%,
- 4) Menciptakan Lingkungan Kerja yang Islami untuk menuju arah sebagai Pesantren Kuliner.

c. Motto

“Kenikmatan dalam Kesederhanaan”

3. Struktur Organisasi Warung Ayam Geprek Sa'i

⁶⁶ Ayamgepreksai, “Ayam Geprek Sa'i.” Dikutip pada 15 Mei 2025

Struktur organisasi merupakan suatu susunan unit kerja yang ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Fungsi utama dari struktur ini adalah untuk memberikan petunjuk yang jelas bagi setiap karyawan terkait pembagian tugas, tanggung jawab, dan fungsi masing-masing, serta untuk memastikan adanya cara-cara dasar yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu keuntungan yang maksimal.⁶⁷ Dalam sebuah perusahaan, struktur organisasi sangat penting untuk dibentuk, karena struktur ini mencerminkan bahwa perusahaan tersebut aktif, terorganisir dengan baik, dan memiliki peran yang jelas bagi setiap pihak yang terlibat. Perusahaan yang memiliki struktur organisasi yang tertata dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik perusahaan akan lebih produktif dan efektif dalam menjalankan operasionalnya, serta mampu mengembangkan bisnis dengan lebih optimal.

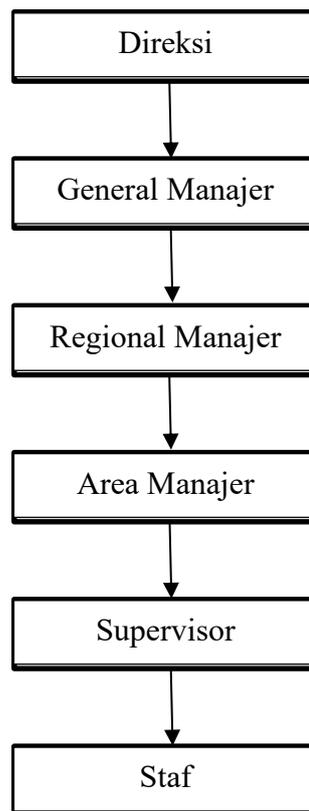
Warung Ayam Geprek Sa'i memiliki struktur organisasi disusun sedemikian rupa untuk memastikan setiap bagian dalam usaha kuliner ini berjalan secara efisien dan terkoordinasi dengan baik. Pembagian tugas yang jelas dalam struktur organisasi memungkinkan setiap individu untuk fokus pada peran dan tanggung jawab, sehingga operasional dapat berjalan lancar dan menghasilkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, perusahaan dapat menjalankan berbagai fungsi bisnis dengan lebih terarah, mulai dari manajerial, keuangan, operasional, hingga pelayanan pelanggan. Struktur yang tertata dengan baik juga mendukung pengembangan

⁶⁷ Nurida Maulidia Rahma, "Struktur Organisasi Pasca Kebijakan Penghapusan Eselon Iii-Iv: Studi Kasus Pddi Lipi," *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi* 17, no. 2 (2020): 255–72, <https://doi.org/10.31113/jia.v17i2.607>.

bisnis yang berkelanjutan. Berikut ini adalah gambaran struktur organisasi yang diterapkan di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang.

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Warung Geprek Sa'i

**STRUKTUR ORGANISASI
WARUNG AYAM GEPREK SA'I**



B. Temuan Penelitian

1. Pentingnya Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

- a. Alasan Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Hasil dari wawancara yang dilakukan di beberapa cabang Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang ditemukan bahwa terdapat alasan-alasan

(*because of motive*) dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis diantaranya adalah sebagai berikut.

Ghifari, manager Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat, menjelaskan:⁶⁸

"Untuk saya pribadi, pengalaman di dunia bisnis memang sangat berpengaruh. Sebelumnya saya sempat menjalankan usaha yang tidak terlalu mengutamakan nilai-nilai moral, dan itu membuat saya merasa kurang puas. Saya merasa bisnis itu nggak hanya tentang uang, tapi juga harus ada keberkahan dan manfaat untuk banyak orang. Selain itu, tekanan sosial dan lingkungan juga memengaruhi keputusan saya untuk menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani. Lingkungan sekitar saya, teman-teman, dan keluarga selalu menekankan pentingnya bisnis yang adil, jujur, dan bermanfaat. Kalau saya nggak mengikuti nilai-nilai itu, saya merasa nggak akan mendapatkan ridha Allah dan juga tidak akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan."

Kemudian, Sabrina selaku karyawan di Warung Ayam Geprek Sa'i Tlogo Mas juga menuturkan alasan yang sedikit berbeda dari penjelasan Ghifari yaitu motivasi baru dalam pengembangan bisnis, serta tekanan sosial dan agar ada bisnis yang memperhatikan aspek etika dan moralitas.⁶⁹

"Motivasi untuk menginternalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini sebenarnya datang dari keinginan untuk memberi semangat baru dalam cara kita menjalankan usaha. Saya ngerasa, kalau kita bisnis dengan prinsip Qur'ani, gak cuma dapat keuntungan material, tapi juga hati jadi lebih tenang dan merasa diberkahi. Selain itu, ada juga tekanan dari lingkungan sekitar yang makin mendorong kita buat lebih peduli sama etika dan moral. Apalagi di bisnis kuliner yang langsung berhubungan dengan pelanggan, kita harus banget menjaga kualitas dan pelayanan dengan baik. Kalau kita berpegang pada nilai-nilai Qur'ani, pelanggan juga bakal ngerasa lebih dihargai dan bisnis kita jadi lebih dipercaya. Dan ujung-ujungnya, bisnis kita juga bakal berjalan lebih lancar dan memberikan dampak positif buat semua yang terlibat."

⁶⁸ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

⁶⁹ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'I pada tanggal 15 Mei 2025

Wildan, Manajer Warung Ayam Geprek Sa'i Soekarno Hatta memiliki pandangan yang sedikit berbeda dari penjelasan sebelumnya yaitu Wildan mengatakan bahwa:⁷⁰

"Menurut saya, tekanan sosial dan lingkungan sangat berpengaruh dalam menentukan arah bisnis kita. Di tengah persaingan yang ketat ini, kita harus punya nilai lebih, dan saya merasa nilai-nilai Qur'ani adalah jawaban untuk itu. Selain itu, saya juga punya motivasi untuk membuat konsep unik dalam bisnis ini, yang tidak hanya mengandalkan keuntungan material saja. Bisnis ini harus punya nilai yang lebih dalam, terutama dalam cara kita berinteraksi dengan pelanggan dan karyawan. Kalau kita bisa menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip yang baik, seperti kejujuran, keadilan, dan amanah, saya yakin pelanggan akan lebih percaya dan loyal. Jadi, nilai-nilai Qur'ani jadi landasan untuk itu, karena saya ingin bisnis ini nggak hanya sukses secara duniawi, tapi juga mendapatkan keberkahan dari Allah."

Selanjutnya, Afifah selaku karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat memberikan alasan tentang tekanan sosial dan lingkungan, motivasi untuk membuat konsep unik dalam bisnis.

"Alasan saya menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini lebih karena ada tekanan sosial dan lingkungan yang mendorong kita untuk menjalankan usaha dengan cara yang lebih beretika. Sekarang ini, banyak orang yang mulai sadar akan pentingnya nilai-nilai moral dalam bisnis, jadi kalau kita nggak ikut dengan prinsip yang benar, bisa jadi kita ketinggalan. Selain itu, saya juga merasa ada motivasi untuk bikin konsep yang unik dalam bisnis ini. Dengan mengadopsi nilai-nilai Qur'ani, kami nggak cuma jadi berbeda dari bisnis lain, tapi juga bisa kasih nilai lebih buat pelanggan, seperti rasa kepercayaan dan kenyamanan saat bertransaksi. Saya yakin, dengan prinsip yang kuat dan berbeda, bisnis kami bisa berkembang dan memberi manfaat nggak cuma buat kami, tapi juga buat masyarakat sekitar."

Selama observasi, terlihat bahwa manajemen sangat teliti dalam memastikan setiap transaksi dicatat dengan benar dan setiap bahan baku

⁷⁰ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

yang digunakan memenuhi standar halal yang ketat. Ini menunjukkan bahwa nilai amanah diterapkan secara langsung dalam pengelolaan bisnis, yang mencakup kepercayaan dalam menangani aspek finansial dan operasional

b. Tujuan Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Berdasarkan wawancara yang dilakukan di beberapa cabang Warung Ayam Geprek Sa'i di Kota Malang, ditemukan bahwa tujuan (*in order to*) dari penerapan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis mencakup berbagai aspek penting, diantaranya sebagai berikut.

Manager Warung Ayam Geprek Sa'i cabang Sulfat yaitu Wildan, mengungkapkan bahwa tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis adalah agar meningkatkan kesejahteraan karyawan, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan menjadikan lingkungan kerja yang lebih beretika.⁷¹

"Bagi saya, internalisasi nilai-nilai Qur'ani itu sangat penting, terutama untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ketika kita menjalankan bisnis dengan etika yang baik dan adil, karyawan akan merasa dihargai dan lebih termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Selain itu, dengan menerapkan prinsip-prinsip Qur'ani dalam bisnis ini, saya percaya bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dalam bisnis kuliner, kepercayaan itu sangat penting, karena pelanggan akan lebih memilih untuk membeli dari kita jika mereka tahu kita menjalankan usaha dengan cara yang jujur dan adil. Nilai-nilai Qur'ani ini juga sangat berguna untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih beretika. Ketika karyawan merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil, mereka akan merasa lebih nyaman bekerja dan bisa menjaga kualitas dalam pekerjaan mereka. Hal ini tentu akan berdampak

⁷¹ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

positif bagi bisnis kita. Jadi, bagi saya, menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani bukan hanya tentang mendapatkan keuntungan, tapi juga bagaimana menciptakan atmosfer kerja yang sehat dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat."

Bebeda dengan pendapat Wildan, Ghifari selaku Manajer Warung Ayam Geprek Sa'i Soekarno Hatta menjelaskan bahwa tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah agar mendapatkan berkah dan meningkatkan integritas dan citra bisnis.⁷²

"Menurut saya, menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini karena pengalaman saya sebelumnya. Dulu saya pernah menjalankan bisnis yang fokus hanya pada keuntungan semata, tanpa mempertimbangkan nilai-nilai moral dan spiritual. Pada akhirnya, meskipun bisnisnya berjalan, saya merasa ada yang kurang dan tidak ada keberkahan dalam usaha tersebut. Saya merasa bahwa dengan mengikuti prinsip-prinsip Qur'ani, saya bisa mendapatkan lebih dari sekadar keuntungan material. Prinsip seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan transparansi menjadi landasan dalam setiap keputusan yang saya ambil. Selain itu, saya juga merasa bahwa dengan mengutamakan nilai-nilai Qur'ani, saya dapat meningkatkan integritas dan citra bisnis ini. Pelanggan akan lebih mempercayai kita jika kita konsisten menjalankan usaha dengan prinsip yang benar. Kepercayaan ini sangat penting untuk membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan dan mitra bisnis. Maka dari itu, saya memutuskan untuk selalu mengintegrasikan nilai-nilai Qur'ani dalam setiap aspek bisnis saya. Ini bukan hanya soal keuntungan, tapi juga tentang bagaimana kita menjaga keberkahan dalam usaha yang kita jalankan."

April, karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari menambahkan tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani yaitu meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan menciptakan kerja sama yang mendukung.⁷³

"Saya merasa bahwa penting untuk menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini, terutama dalam hal meningkatkan kesejahteraan karyawan. Karyawan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil tentu akan lebih termotivasi untuk bekerja

⁷² Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

⁷³ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

dengan lebih baik. Dengan memperhatikan kesejahteraan mereka, baik secara finansial maupun non-finansial, saya yakin mereka akan merasa lebih loyal dan semangat bekerja. Selain itu, saya juga ingin menciptakan kerja sama yang mendukung di antara sesama karyawan. Nilai-nilai Qur'ani mengajarkan kita untuk saling menghargai dan bekerja bersama demi tujuan yang sama. Ketika suasana kerja di dalam bisnis ini positif dan mendukung, tentunya produktivitas dan kualitas kerja akan meningkat. Semua ini akhirnya berdampak pada keberlanjutan bisnis kita. Kalau karyawan merasa dihargai dan diberdayakan, mereka akan memberikan kontribusi yang maksimal untuk kesuksesan bisnis. Jadi, internalisasi nilai Qur'ani ini tidak hanya menguntungkan pelanggan, tetapi juga sangat penting bagi kesejahteraan karyawan dan kelangsungan bisnis."

Kemudian, Afifah selaku karyawan Warung Ayam Geprek Rampal menyebutkan bahwa tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah untuk mencapai keberkahan dalam bisnis, membangun reputasi baik dengan masyarakat, dan menciptakan bisnis yang berkelanjutan.⁷⁴

"Tujuan utama saya dalam menerapkan nilai-nilai Qur'ani di bisnis ini sebenarnya simpel, yaitu buat dapetin keberkahan dalam usaha yang kami jalankan. Saya yakin banget, kalau kita menjalankan bisnis dengan prinsip yang benar dan adil, pasti usaha kita bakal diberkahi sama Allah. Selain itu, nilai-nilai Qur'ani juga bantu kita buat bangun reputasi yang baik di mata masyarakat. Kalau orang-orang tahu kita bisnis dengan etika yang baik, mereka jadi lebih percaya dan menghargai produk kita. Reputasi yang baik juga ngebantu kita buat membangun hubungan jangka panjang sama pelanggan, yang ujung-ujungnya bikin bisnis kita makin kuat di pasar. Yang paling penting, saya pengen banget bikin bisnis yang berkelanjutan. Nggak cuma mengejar keuntungan sesaat, tapi juga memberi manfaat buat masyarakat dalam jangka panjang. Dengan menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Qur'ani, saya yakin usaha ini bakal terus berkembang dan bawa dampak positif buat semua pihak yang terlibat."

⁷⁴ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

Sabrina juga menambahkan bahwa tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah memberikan menciptakan bisnis yang berkelanjutan, mencapai keberkahan dalam bisnis, dan membangun reputasi baik dengan pelanggan.⁷⁵

“Tujuan utama dalam menerapkan nilai-nilai Qur'ani di bisnis ini adalah untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan. Saya percaya banget, bisnis yang dijalankan dengan prinsip yang benar bakal bertahan lama dan bisa memberikan manfaat lebih untuk semua orang—baik itu pelanggan, karyawan, maupun masyarakat. Keberkahan dalam bisnis itu penting banget, dan saya yakin kalau kita ngikutin nilai-nilai Qur'ani, itu kunci untuk mencapainya. Selain itu, dengan nilai-nilai Qur'ani, kita juga bisa bangun reputasi yang baik di mata pelanggan. Saya pengen pelanggan merasa bahwa mereka bukan cuma beli produk, tapi juga mendukung bisnis yang jujur dan beretika. Kalau gitu, mereka bakal lebih loyal dan setia. Dengan reputasi yang baik dan pelanggan yang puas, bisnis kita bakal terus berkembang dan bisa bertahan lama. Makanya, bagi saya, menerapkan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini itu langkah yang super penting buat memastikan kesuksesan dan keberkahan usaha kita.”

c. Faktor-Faktor Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, ditemukan beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat, diantaranya sebagai berikut.

Afifah menjelaskan bahwa faktor pendukung lingkungan kerja yang positif, komitmen manajemen dan adanya pelatihan.⁷⁶

⁷⁵ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

⁷⁶ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

"Faktor pendukung dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i itu banyak banget, salah satunya lingkungan kerja yang positif, komitmen manajemen, dan pelatihan yang terus-menerus. Ketiga hal ini sangat bantu karyawan buat lebih paham dan bisa ngamalannya dalam kerjaan mereka. Kami juga merasa, kalau manajemen terus mendukung, nilai-nilai ini jadi lebih gampang diterima oleh semua karyawan. Tapi ya, nggak selalu mulus. Ada juga beberapa hambatan yang kami hadapi, kayak keterbatasan waktu dan sumber daya. Kami pengen banget kasih pelatihan yang lebih intensif, tapi kadang terhalang sama anggaran dan waktu yang terbatas. Walaupun gitu, kami tetap berusaha buat mengatasi semua hambatan ini dengan semangat untuk terus memperbaiki dan ngembangin usaha dengan prinsip yang benar."

Ghifari menambahkan beberapa faktor pendukung komitmen manajemen, dan lingkungan kerja yang positif sedangkan faktor penghambat hanya keterbatasan sumber daya.⁷⁷

"Faktor pendukung utama dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah komitmen manajemen dan lingkungan kerja yang positif. Manajemen yang konsisten dalam menerapkan nilai-nilai Qur'ani membuat seluruh karyawan ikut terlibat dan terinspirasi untuk menjalankannya. Lingkungan kerja yang mendukung juga sangat penting. Kami menciptakan suasana kerja yang penuh dengan kebersamaan dan saling menghargai, yang tentunya membuat implementasi nilai-nilai Qur'ani lebih mudah. Namun, ada juga faktor penghambat dalam internalisasi nilai-nilai ini, yaitu keterbatasan sumber daya. Tidak semua karyawan atau bahkan manajer bisa memahami sepenuhnya nilai-nilai Qur'ani yang ingin kami terapkan, terutama dalam hal pelatihan dan pengembangan. Kami terkadang merasa terbatas dalam hal waktu dan sumber daya untuk memberi pelatihan yang maksimal untuk semua karyawan."

Selanjutnya, Wildan berpendapat bahwa faktor pendukung adalah adanya pelatihan dan komitmen dari manajemen adapun faktor

⁷⁷ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

penghambat adalah adanya tekanan dari bisnis lain dan perubahan kebutuhan konsumen.⁷⁸

"Bagi saya, faktor pendukung dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani adalah adanya pelatihan yang kontinu dan komitmen dari manajemen. Manajemen yang memberikan dukungan penuh, seperti pelatihan atau pengarahan rutin, sangat membantu dalam memperkuat implementasi nilai-nilai Qur'ani. Namun, kami juga menghadapi beberapa faktor penghambat, salah satunya adalah tekanan dari bisnis lain. Bisnis lain sering kali menawarkan konsep yang lebih menarik atau lebih beragam, yang bisa menarik perhatian pelanggan. Selain itu, perubahan kebutuhan konsumen juga menjadi tantangan. Konsumen kini lebih mengutamakan kepraktisan dan harga, sementara nilai-nilai Qur'ani yang kami terapkan membutuhkan kesabaran dan waktu untuk diterima."

April mengungkapkan faktor internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis yang sedikit berbeda dari pendapat sebelumnya, yaitu faktor pendukung yaitu adanya pelatihan dan dukungan dari manajemen dan lingkungan kerja adapun faktor penghambatnya yaitu tantangan dari bisnis lain yang lebih bervariasi.⁷⁹

"Faktor pendukung dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani di sini adalah adanya pelatihan rutin dan dukungan penuh dari manajemen. Manajemen yang aktif mendukung program-program pengembangan diri karyawan serta memberikan ruang untuk pengamalan nilai-nilai Qur'ani sangat berpengaruh terhadap keberhasilan implementasinya. Selain itu, lingkungan kerja yang positif juga menjadi faktor yang mendukung. Namun, ada beberapa faktor penghambat yang kami hadapi, seperti tantangan dari bisnis lain yang lebih variatif. Bisnis yang lebih menawarkan banyak pilihan kepada pelanggan seringkali menjadi tantangan tersendiri bagi kami dalam mempertahankan pelanggan, karena mereka lebih memilih tempat yang menawarkan banyak variasi produk."

⁷⁸ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

⁷⁹ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

Selaras dengan pendapat-pendapat sebelumnya, Sabrina mengungkapkan bahwa faktor pendukung yaitu lingkungan kerja yang mendukung adapun faktor penghambatnya adalah keterbatasan sumber daya ketika jam sholat karena karyawan laki-laki diwajibkan sholat berjamaah.⁸⁰

“Faktor yang paling mendukung dalam menerapkan nilai-nilai Qur'ani di sini jelas lingkungan kerja yang mendukung. Kalau di tempat kerja kita saling menghargai dan sama-sama mendukung nilai-nilai Qur'ani, pasti lebih mudah buat menjalankan prinsip-prinsip itu. Tapi, tentu ada juga beberapa hambatan yang kami hadapi. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya. Misalnya, saat jam sholat, kami semua wajib sholat berjamaah, terutama untuk karyawan laki-laki. Nah, kadang-kadang hal ini bisa ganggu kelancaran operasional, karena waktu kerjanya jadi terbatas. Tapi, meskipun begitu, kami tetap berusaha untuk seimbang antara menjalankan kewajiban agama dan memastikan pelayanan tetap optimal buat pelanggan.”

Selama observasi, hal pertama yang peneliti amati saat melakukan observasi langsung di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah penampilan para pegawainya yang mencerminkan nilai-nilai kesopanan dan kesantunan dalam berpakaian. Para pegawai laki-laki tampak mengenakan kopiah hitam sebagai penutup kepala, sementara pegawai perempuan menggunakan hijab yang menutup aurat secara sempurna. Penampilan tersebut menunjukkan adanya komitmen terhadap nilai-nilai islami yang tertanam dalam etika berpakaian sehari-hari di lingkungan kerja. Tidak hanya itu, suasana religius juga terasa sejak pertama kali peneliti

⁸⁰ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

memasuki area warung. Hal ini ditandai dengan terdengarnya lantunan shalawat Nabi Muhammad SAW yang diputar melalui pengeras suara di dalam ruangan. Alunan shalawat tersebut tidak hanya menambah suasana khidmat dan nyaman, tetapi juga menjadi identitas spiritual yang unik dan membedakan warung ini dari tempat makan pada umumnya.⁸¹

2. Proses Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang menghasilkan beberapa poin utama mengenai proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i, diantaranya sebagai berikut.

Hasil wawancara dengan April menunjukkan bahwa proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani dimulai dari pemahaman, pengamalan dan pembudayaan.⁸²

"Proses menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini bagi saya dimulai dengan pemahaman. Saya percaya bahwa kita harus benar-benar memahami makna dari setiap nilai yang ada dalam Al-Qur'an, terutama yang terkait dengan cara berbisnis yang baik, seperti kejujuran dan keadilan. Setelah itu, saya melanjutkan dengan pengamalan. Pemahaman yang sudah didapatkan harus diterapkan dalam tindakan nyata, seperti memberikan harga yang wajar kepada pelanggan, melayani dengan baik, dan tidak melakukan kecurangan dalam bisnis. Langkah terakhir adalah pembudayaan. Pembudayaan ini berarti menjadikan nilai-nilai Qur'ani sebagai kebiasaan dalam perusahaan. Kami membuat peraturan yang mengharuskan setiap karyawan untuk menjalankan prinsip-prinsip tersebut dalam keseharian mereka. Kami juga rutin melakukan sedekah Jumat dan pengajian mingguan sebagai bagian dari upaya untuk menumbuhkan kesadaran dan semangat dalam menerapkan nilai-nilai Qur'ani. Dengan demikian, proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani akan menjadikan bisnis kami lebih berkelanjutan dan diberkahi."

⁸¹ Hasil observasi di Warung Geprek Sa'I pada tanggal 15 Mei 2025

⁸² April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

Kemudian, Ghifari memiliki pandangan berbeda tentang proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani yaitu dimulai dari pemahaman, penghayatan, pengamalan hingga pembudayaan.⁸³

"Proses menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini bagi saya dimulai dengan pemahaman. Pertama-tama, kita harus benar-benar memahami apa yang diajarkan dalam Al-Qur'an terkait dengan etika bisnis, seperti kejujuran, amanah, dan keadilan. Setelah itu, penghayatan menjadi langkah berikutnya. Kita tidak hanya sekadar tahu apa yang tertulis di dalam Al-Qur'an, tapi harus menghayati dan merasa bahwa nilai-nilai tersebut sangat penting untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia bisnis. Yang terakhir adalah pengamalan dan pembudayaan. Proses ini adalah tentang bagaimana kita melihat penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam aktivitas bisnis kita. Misalnya, apakah nilai-nilai tersebut terlihat dalam interaksi kita dengan pelanggan dan karyawan, atau apakah kita benar-benar mempraktikkannya di lapangan. Pembudayaan ini adalah proses berkelanjutan di mana nilai-nilai Qur'ani diterapkan setiap hari, menjadi kebiasaan, dan akhirnya menjadi bagian dari budaya perusahaan. Jadi, bagi saya, internalisasi nilai-nilai Qur'ani itu seperti sebuah siklus yang dimulai dengan pemahaman, dilanjutkan dengan penghayatan, pengamalan, dan akhirnya menjadi budaya yang melekat."

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Afifah yaitu bahwa proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani dimulai dari penghayatan, pengamalan, dan pembudayaan.⁸⁴

"Menurut saya, proses menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini dimulai dari penghayatan. Penghayatan ini berarti kita benar-benar ngerasa dan sadar betapa pentingnya nilai-nilai Qur'ani dalam hidup kita, terutama waktu menjalankan bisnis. Setelah itu, nilai-nilai itu harus langsung diamalkan dalam setiap aspek bisnis, misalnya dengan selalu bersikap adil, jujur, dan transparan waktu melayani pelanggan. Terus, langkah selanjutnya adalah pembudayaan, yaitu menjadikan nilai-nilai Qur'ani ini bagian dari kebiasaan sehari-hari dan budaya kerja kita. Di sini, kami pastiin kalau setiap kebijakan yang diterapkan di Warung Ayam Geprek Sa'i selalu sesuai dengan prinsip-prinsip Qur'ani, kayak aturan perusahaan yang mewajibkan karyawan buat selalu beretika baik

⁸³ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

⁸⁴ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

terhadap pelanggan. Kami juga rutin membaca Surat Al-Waqiah setiap pagi sebagai bagian dari usaha untuk dapetin keberkahan dalam bisnis. Semua langkah ini saling berkaitan dan mendukung, yang akhirnya membuat nilai-nilai Qur'ani jadi bagian yang nggak terpisahkan lagi dari budaya perusahaan."

Selanjutnya, Sabrina mengungkapkan pendapat yang sedikit berbeda dari pendapat sebelumnya tentang proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i yaitu dimulai dari pengamalan dan pembudayaan saja.⁸⁵

"Menurut saya, proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani itu dimulai dari pengamalan. Jadi, setelah kita paham nilai-nilai itu, kita harus langsung praktekin dalam kehidupan sehari-hari. Di bisnis ini, pengamalan itu berarti kita harus selalu jujur, amanah, dan adil dalam setiap transaksi sama pelanggan, dan pastinya menjaga kualitas produk yang kita jual. Setelah nilai-nilai Qur'ani udah diterapin dalam tindakan, langkah selanjutnya adalah pembudayaan. Jadi, pembudayaan itu intinya membuat nilai-nilai Qur'ani jadi bagian dari budaya kerja perusahaan. Contohnya, kami punya aturan di sini yang mewajibkan semua karyawan untuk selalu bersikap baik dan jujur sama pelanggan. Itu jadi kebiasaan yang diterapin di setiap aspek bisnis kami. Selain itu, kami juga rutin ngadain pengajian mingguan buat saling mengingatkan agar tetap konsisten pegang prinsip Qur'ani. Jadi, buat saya, internalisasi nilai-nilai Qur'ani itu dimulai dengan pengamalan yang akhirnya dilanjutkan jadi budaya, sampai nilai-nilai itu nggak bisa terpisahkan lagi dari semua kegiatan di bisnis kami."

Wildan memberikan makna internalisasi nilai-nilai Qur'ani bagi pelaku bisnis melalui sedekah setiap Jumat, pengajian mingguan, dan pembacaan surat Al-Waqiah setiap pagi.⁸⁶

"Bagi saya, menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis itu tidak hanya sekedar teori, tetapi harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan rutinitas kami. Salah satu cara yang saya lakukan adalah dengan sedekah setiap Jumat. Kami meyakini bahwa sedekah dapat membersihkan harta dan mendatangkan berkah. Selain itu, setiap minggu kami juga mengadakan pengajian di warung ini. Pengajian ini tidak

⁸⁵ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

⁸⁶ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

hanya untuk menambah ilmu agama, tetapi juga sebagai cara untuk mengingatkan diri kami untuk selalu menjalankan bisnis dengan prinsip Qur'ani. Tidak ketinggalan, kami juga melakukan pembacaan Surat Al-Waqiah setiap pagi. Dengan membaca surat ini, saya merasa bahwa bisnis yang kami jalankan mendapatkan keberkahan dari Allah. Semuanya saling terkait, sedekah, pengajian, dan pembacaan Al-Waqiah menjadi bagian dari internalisasi nilai Qur'ani yang kami terapkan dalam bisnis. Ini membuat saya merasa bahwa bisnis ini bukan hanya tentang mencari keuntungan, tetapi juga tentang keberkahan dan kebaikan yang bisa kami berikan kepada orang lain."

Selanjutnya, Ghifari memberikan makna yang sedikit berbeda tentang internalisasi melalui pembacaan Al-Waqiah setiap pagi dan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis yang diterapkan pada peraturan-peraturan perusahaan.⁸⁷

"Menurut saya, menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini bisa dilakukan melalui kebiasaan sehari-hari yang secara langsung mempengaruhi cara kita menjalankan usaha. Salah satunya adalah dengan rutin membaca Surat Al-Waqiah setiap pagi. Saya pribadi merasa bahwa dengan membaca surat ini, saya mendapatkan keberkahan dalam hidup dan bisnis. Selain itu, saya juga menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani melalui peraturan yang saya terapkan di tempat usaha. Misalnya, kami memiliki aturan yang mengutamakan kejujuran, tidak menipu pelanggan, dan menjaga integritas dalam setiap transaksi. Ini menjadi landasan penting dalam menjalankan bisnis, karena saya percaya bahwa dengan mengikuti petunjuk yang ada dalam Al-Qur'an, usaha ini tidak hanya akan berjalan dengan baik dari segi materi, tetapi juga mendapatkan keberkahan. Jadi, bagi saya, internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah sebuah komitmen untuk menjalankan bisnis dengan prinsip yang benar dan sesuai dengan tuntunan agama."

Kemudian, selaras dengan pendapat sebelumnya, April memberikan makna internalisasi nilai-nilai Qur'ani melalui sedekah jumat, pengajian mingguan dan peraturan-peraturan perusahaan.⁸⁸

"Untuk saya, internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i sangat penting, dan itu bisa dilakukan dengan cara-cara yang sangat

⁸⁷ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

⁸⁸ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

konkret. Salah satunya adalah dengan melakukan sedekah setiap Jumat. Saya merasa sedekah ini membawa banyak keberkahan untuk bisnis kami. Selain itu, kami juga mengadakan pengajian mingguan yang diikuti oleh semua karyawan dan pemilik usaha. Pengajian ini menjadi ajang untuk memperkuat komitmen kami dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Qur'ani. Kami juga memiliki peraturan yang mengharuskan semua karyawan untuk menjaga integritas, tidak menipu pelanggan, dan selalu berlaku jujur. Dengan adanya peraturan ini, saya percaya bahwa kami bisa menjaga bisnis ini tetap berjalan dengan baik dan mendapat keberkahan. Melalui langkah-langkah seperti ini, internalisasi nilai-nilai Qur'ani menjadi bagian dari budaya kerja kami yang tidak hanya baik untuk bisnis, tetapi juga baik untuk kehidupan spiritual kami."

Selanjutnya, Sabrina memberikan makna internalisasi nilai-nilai Qur'ani melalui peraturan yang mengharuskan untuk beretika baik kepada pelanggan dan melalui pengajian mingguan.⁸⁹

"Buat saya, menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini berarti menjalankan usaha dengan prinsip yang baik, terutama dalam hal etika, terutama terhadap pelanggan. Di sini, kami punya aturan yang mewajibkan semua karyawan untuk selalu berperilaku baik, seperti nggak berkata kasar, selalu melayani dengan senyum, dan menjaga kualitas pelayanan. Saya percaya, ini adalah salah satu cara kita untuk menerapkan nilai Qur'ani dalam bisnis. Selain itu, kami juga rutin ngadain pengajian mingguan, yang jadi waktu buat refleksi dan saling mengingatkan agar kita tetap menjunjung tinggi nilai-nilai moral yang ada dalam Al-Qur'an. Pengajian ini juga jadi ajang untuk lebih memahami bagaimana bisnis harus dijalankan sesuai dengan prinsip Islam. Saya merasa, kalau kita terapkan semua ini, bisnis kita nggak cuma bakal sukses, tapi juga bakal memberikan manfaat buat banyak orang, baik itu pelanggan maupun karyawan."

Kemudian, Afifah sedikit menambahkan makna internalisasi nilai-nilai Qur'ani melalui kebijakan dan peraturan perusahaan, dan pembacaan surat Al-Waqiah setiap pagi.⁹⁰

⁸⁹ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

⁹⁰ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

"Bagi saya, internalisasi nilai-nilai Qur'ani itu harus jelas kelihatan dalam kebijakan dan aturan yang kami terapkan di sini. Misalnya, kami punya aturan yang mewajibkan semua karyawan buat selalu jujur, adil, dan bertanggung jawab dalam bekerja. Aturan ini penting banget supaya semua orang yang kerja di sini ngerti kalau bisnis ini nggak cuma tentang cari untung, tapi juga soal mendapatkan keberkahan dengan cara yang benar. Selain itu, kami juga punya kebiasaan membaca Surat Al-Waqiah setiap pagi. Menurut saya, ini salah satu cara buat minta keberkahan dari Allah dan supaya setiap langkah yang kami ambil dalam bisnis ini selalu dalam ridha-Nya. Dengan menjalankan kebijakan dan amalan-amalan seperti ini, saya ngerasa bisnis kami jadi lebih lancar dan penuh berkah."

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, terlihat bahwa karyawan yang memahami dan mengamalkan nilai-nilai Qur'ani dalam aktivitas kerjanya menunjukkan etos kerja yang tinggi dan tanggung jawab yang kuat dalam melaksanakan tugas masing-masing. Karyawan terlihat lebih teliti dalam menjaga kualitas produk, baik dari segi rasa, kebersihan, hingga penyajian makanan yang layak konsumsi. Selain itu, dalam aspek pelayanan, karyawan menunjukkan sikap yang ramah, sopan, dan penuh perhatian terhadap setiap pelanggan yang datang. Mereka menyambut dengan senyum, menyapa dengan hangat, dan siap membantu tanpa menunjukkan rasa enggan atau terpaksa. Sikap ini mencerminkan keikhlasan dalam bekerja, sebagaimana nilai-nilai Qur'ani yang mengajarkan kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik kepada sesama. Peningkatan kualitas layanan yang ditampilkan para karyawan ini menjadi indikator bahwa internalisasi nilai-nilai Qur'ani berdampak positif terhadap profesionalisme dan kinerja mereka secara keseluruhan.⁹¹

⁹¹ Hasil observasi di Warung Geprek Sa'I pada tanggal 15 Mei 2025

3. Implikasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Kota Malang

Menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis memiliki berbagai implikasi positif dan negatif yang dapat mempengaruhi jalannya usaha, hubungan dengan pelanggan, karyawan, dan masyarakat secara keseluruhan. Berikut ini adalah beberapa implikasi yang biasanya muncul sesudah menerapkan nilai-nilai Qur'ani:

Manager Warung Ayam Geprek Sa'i Soekarno Hatta yaitu Ghifari berpendapat bahwa implikasi yang ditimbulkan setelah menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani adalah implikasi positif antara lain peningkatan etika kerja, peningkatan kerjasama tim dan peningkatan reputasi bisnis sedangkan implikasi negatifnya yaitu kesulitan dalam menjaga keseimbangan antara profit dengan nilai-nilai qur'ani dan terkadang pelanggan menuntut kecepatan dalam pelayanan.⁹²

"Bagi saya, menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini membawa banyak implikasi positif. Salah satunya adalah peningkatan etika kerja. Karyawan jadi lebih jujur, disiplin, dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya. Selain itu, ada juga peningkatan kerjasama tim. Dengan saling mengingatkan untuk selalu berpegang pada prinsip Qur'ani, tim kami menjadi lebih kompak dan solid. Dampak lainnya adalah peningkatan reputasi bisnis. Pelanggan merasa lebih percaya dan nyaman berbisnis dengan kami karena tahu kami menjalankan usaha dengan prinsip yang benar. Namun, ada juga implikasi negatif yang kami hadapi. Salah satunya adalah kesulitan dalam menjaga keseimbangan antara profit dengan nilai-nilai Qur'ani. Kadang-kadang kita merasa terdesak untuk mengejar keuntungan, sementara kita juga ingin mempertahankan prinsip yang benar. Selain itu, pelanggan terkadang menuntut kecepatan dalam pelayanan, yang kadang membuat kita merasa kesulitan untuk menjaga kualitas layanan sesuai dengan prinsip Qur'ani."

⁹² Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

Selanjutnya, Sabrina menjelaskan bahwa implikasi positifnya yaitu lebih semangat dalam melayani dengan ikhlas, kepuasan pelanggan yang meningkat dan berhasil membangun brand yang kuat sedangkan implikasi negatifnya yaitu tantangan ketika terjadi peningkatan harga bahan dan mempertahankan keberlanjutan.⁹³

"Implikasi positif dari menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani buat saya adalah semangat yang lebih besar dalam melayani dengan ikhlas. Ketika kita menjalankan usaha dengan niat baik, rasanya kerjaan jadi lebih ringan dan menyenangkan. Dampaknya, pelanggan juga merasa puas karena mereka bisa ngerasain keikhlasan kita dalam melayani. Selain itu, kami juga berhasil membangun brand yang kuat yang dipercaya pelanggan, karena kami selalu menjaga kualitas dan kejujuran dalam setiap transaksi. Tapi, tentu ada juga tantangan atau implikasi negatif yang kami hadapi. Salah satunya adalah tantangan saat harga bahan-bahan naik. Kami harus pintar-pintar mencari solusi supaya kualitas produk tetap terjaga, tapi harga tetap wajar buat pelanggan. Selain itu, mempertahankan keberlanjutan usaha yang berbasis nilai Qur'ani juga kadang agak tricky, karena kami harus memastikan semuanya tetap sesuai prinsip, tanpa mengorbankan kualitas atau pelayanan."

Kemudian, Afifah menjelaskan bahwa implikasi positif antara lain adalah mendapatkan berkah dari internalisasi nilai-nilai tersebut, meningkatnya loyalitas pelanggan dan meningkatnya kekompakan tim sedangkan implikasi negatifnya adalah adanya perubahan keinginan atau preferensi pelanggan dan tantangan ketika terjadi kenaikan harga bahan.⁹⁴

" Implikasi positif dari menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani di bisnis ini salah satunya ya pasti mendapatkan berkah dari Allah. Kami merasa, kalau usaha dijalankan dengan niat dan prinsip yang benar, hasilnya pasti baik. Selain itu, loyalitas pelanggan juga meningkat, karena mereka merasa lebih nyaman dan percaya buat berbisnis sama kami. Kami juga

⁹³ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

⁹⁴ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

merasakan kekompakan tim yang makin kuat, karena kita semua punya nilai-nilai yang sama yang jadi pegangan buat kerja bareng. Tapi ya, nggak semuanya mulus. Ada juga implikasi negatif yang kami hadapi, contohnya perubahan preferensi pelanggan yang kadang susah diprediksi. Selain itu, kenaikan harga bahan juga jadi tantangan besar buat kami, karena harus jeli agar harga tetap terjangkau tanpa ngurangin kualitas produk yang kami jual."

Selanjutnya, Wildan menjelaskan implikasi positifnya adalah kepuasan pelanggan meningkat, hubungan yang erat dengan pelanggan dan mendapatkan berkah dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani adapun implikasi negatifnya adalah kurangnya SDM dalam beberapa kegiatan.⁹⁵

"Bagi saya, ada beberapa implikasi positif dari menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini. Salah satunya adalah kepuasan pelanggan yang meningkat. Ketika kami menerapkan prinsip Qur'ani seperti kejujuran dan keadilan, pelanggan merasa dihargai dan lebih loyal. Selain itu, hubungan kami dengan pelanggan menjadi lebih erat, karena mereka merasa lebih nyaman dengan cara kami melayani. Tentunya, hal ini juga membuat kami merasa mendapatkan berkah dari usaha yang dijalankan dengan niat yang baik. Namun, ada juga implikasi negatif. Salah satunya adalah kurangnya SDM untuk beberapa kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan internalisasi nilai Qur'ani, seperti pelatihan rutin dan kegiatan lainnya. Kami sering kali kesulitan untuk memberikan perhatian yang cukup pada setiap karyawan karena keterbatasan jumlah tenaga kerja."

April menjelaskan implikasi positif diantaranya adalah kepuasan pelanggan yang meningkat dan peningkatan etika kerja sedangkan implikasi negatifnya yaitu keterbatasan waktu dalam melaksanakan kegiatan dan kesulitan dalam menjaga keseimbangan antara profit dan nilai-nilai Qur'ani.⁹⁶

"Proses menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani di bisnis ini membawa beberapa implikasi positif. Salah satunya adalah kepuasan pelanggan yang meningkat. Pelanggan merasa lebih dihargai karena kami selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dalam pelayanan, sesuai

⁹⁵ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

⁹⁶ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

dengan prinsip Qur'ani. Selain itu, ada juga peningkatan etika kerja di kalangan karyawan. Mereka jadi lebih teratur dan lebih bertanggung jawab dalam menjalankan pekerjaan. Namun, ada juga implikasi negatif yang kami hadapi, seperti keterbatasan waktu dalam melaksanakan kegiatan internalisasi nilai-nilai Qur'ani, seperti pengajian mingguan atau pelatihan karyawan. Selain itu, kami juga sering menghadapi kesulitan dalam menjaga keseimbangan antara profit dan nilai-nilai Qur'ani. Kadang-kadang kami merasa tertekan untuk mengejar target penjualan, sementara kami juga harus tetap menjaga prinsip yang kami anut."

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pentingnya Internalisasi Nilai-Nilai Qur’ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa’i Kota Malang

Internalisasi nilai-nilai Qur’ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa’i Kota Malang merupakan aspek yang sangat penting dalam menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan dampak positif dari segi sosial, spiritual, dan etika. Nilai-nilai Qur’ani, seperti kejujuran, keberkahan, amanah, dan keadilan, bukan hanya menjadi pedoman dalam kehidupan pribadi umat Islam, tetapi juga memiliki peran yang besar dalam mengarahkan bisnis agar tetap berada pada jalur yang benar menurut ajaran Islam.⁹⁷ Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai Qur’ani dalam menjalankan usaha kuliner seperti Warung Ayam Geprek Sa’i dapat memberikan keuntungan yang lebih dari sekedar keuntungan finansial, tetapi juga manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Internalisasi nilai-nilai Qur’ani dalam bisnis Warung Ayam Geprek Sa’i mengacu pada penerimaan dan penerapan prinsip-prinsip yang terkandung dalam ajaran Al-Qur’an dalam setiap aspek operasional bisnis. Ini mencakup kejujuran, amanah, keberkahan, dan keadilan, yang tidak hanya dipahami, tetapi juga diamalkan oleh seluruh pihak yang terlibat dalam bisnis, baik oleh manajemen

⁹⁷ Eri Nur Azizah, Suryati Suryati, and Candra Darmawan, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin),” *Social Science and Contemporary Issues Journal* 1, no. 1 (2023): 58–68, <https://doi.org/10.59388/sscij.v1i1.21>.

maupun karyawan. Internalisasi tersebut juga dilaksanakan dalam kegiatan-kegiatan rutin seperti pembacaan surat Al-Waqiah setiap pagi, sedekah tiap hari Jumat, dan pengajian rutin tiap minggu.

1. Alasan Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

a. Pengalaman

Bagi para pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, pengalaman menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pelaku bisnis untuk menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis. Sebelumnya, beberapa pelaku bisnis ini pernah menjalankan usaha yang lebih fokus pada keuntungan material tanpa memperhatikan etika atau nilai moral. Namun, pengalaman tersebut meninggalkan rasa kurang puas dan kebingungan terkait keberkahan dalam bisnis.⁹⁸ Ghifari, salah satu manager di Warung Ayam Geprek Sa'i, mengungkapkan bahwa pengalaman tersebut mendorongnya untuk mencari cara yang lebih baik dalam menjalankan bisnis, yaitu dengan menanamkan prinsip-prinsip Qur'ani, agar tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga mendapatkan ridha dari Allah dan keberkahan dalam usaha.⁹⁹

Pengalaman tersebut bukan hanya berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk mengubah cara berbisnis, tetapi juga membentuk kesadaran bahwa keberhasilan dalam dunia bisnis seharusnya tidak hanya

⁹⁸ Shety Sugiarti Lubis et al., "Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Manajemen Kreatif Jurnal* 3, no. 1 (2025): 10–22.

⁹⁹ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

diukur dari segi finansial.¹⁰⁰ Sabrina, seorang karyawan, mengungkapkan bahwa bisnis yang dijalankan dengan prinsip Qur'ani memberikan ketenangan batin, berbeda dengan pengalaman sebelumnya yang hanya berfokus pada materialisme.¹⁰¹ Hal ini menjelaskan bahwa pengalaman mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam tentang keseimbangan antara dunia dan akhirat dalam berbisnis.

Pengalaman buruk juga membentuk perspektif baru bagi para pelaku bisnis dalam menghargai pentingnya moralitas dan etika dalam berbisnis. Bagi pelaku bisnis, bisnis yang dijalankan dengan jujur dan penuh tanggung jawab tidak hanya memberikan keuntungan semata, tetapi juga membawa dampak positif bagi masyarakat dan menciptakan hubungan jangka panjang yang baik dengan pelanggan.¹⁰² Dengan memanfaatkan pengalaman masa lalu, pelaku bisnis berhasil mengubah pola pikir dan menjalankan bisnis dengan prinsip yang lebih baik.

b. Tekanan Sosial dan Lingkungan

Tekanan sosial dan lingkungan juga menjadi salah satu faktor yang sangat memengaruhi keputusan pelaku bisnis untuk menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani. Banyaknya tuntutan dari masyarakat sekitar yang menginginkan bisnis yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga

¹⁰⁰ Linda Norhan and Wiwiek Nurkomala Dewi, "Mengasah Kepedulian Dan Spiritual Generasi Z Melalui Kegiatan Ramadhan 1444 H," *Jurnal Pengabdian UCIC* 1, no. 3 SE-Articles (2023): 1–11, <https://jpucic.id/index.php/jpucic/article/view/57>.

¹⁰¹ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁰² N H Istiqomah, I S Nisa, and Latifatul Husniyah, "Pemasaran Islami: Mengoptimalkan Potensi Pasar Dengan Prinsip Keadilan Dan Etika Ekonomi Islam," *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 07, no. 01 (2024): 1–14, <http://ejournal.iaitabah.ac.id/index.php/musthofa/article/view/2755>.

beretika, memotivasi perusahaan untuk mengambil langkah ini.¹⁰³ Afifah, seorang karyawan di Warung Ayam Geprek Sa'i, menyebutkan bahwa banyak orang sekarang yang mulai peduli dengan nilai-nilai moral dalam bisnis, dan jika tidak mengikuti prinsip yang benar, perusahaan dapat tertinggal dalam persaingan bisnis.¹⁰⁴ Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial yang semakin menuntut moralitas bisnis menjadi pendorong penting bagi pelaku bisnis untuk beralih ke pendekatan yang lebih baik dalam berbisnis.

Tekanan dari pelanggan dan masyarakat yang semakin kritis terhadap etika bisnis juga berperan penting dalam keputusan pelaku bisnis.¹⁰⁵ Sabrina menjelaskan bahwa masyarakat semakin sadar bahwa hanya bisnis yang mengedepankan etika yang layak mendapat kepercayaan. Tekanan ini akhirnya membuat pelaku bisnis merasa penting untuk menjalankan usaha dengan prinsip-prinsip Qur'ani agar tidak hanya menguntungkan tetapi juga memperoleh kepercayaan dan respek dari pelanggan dan masyarakat.¹⁰⁶

Lingkungan yang mendukung nilai-nilai moral juga berkontribusi besar dalam membentuk sikap para pelaku bisnis.¹⁰⁷ Pelaku bisnis menyadari bahwa dalam dunia yang semakin terbuka dan transparan,

¹⁰³ Didi Suardi, "Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam," *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2021): 321–34.

¹⁰⁴ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁰⁵ Dini Maulidya, "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Syariah," *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2025): 257–66.

¹⁰⁶ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁰⁷ Rindang Adrai and Didin Hikmah Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani* 6, no. 2 (2024): 68–85, <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>.

bisnis yang tidak mengutamakan etika dan moral bisa dengan mudah kehilangan pelanggan dan merusak reputasinya. Oleh karena itu, pelaku bisnis merasa bahwa internalisasi nilai-nilai Qur'ani menjadi solusi terbaik untuk menjalankan bisnis yang tidak hanya memberikan keuntungan tetapi juga menjaga hubungan baik dengan lingkungan sosial sekitar.

c. Motivasi untuk Membuat Konsep Bisnis Unik

Motivasi untuk menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani datang dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal.¹⁰⁸ Wildan, seorang manajer, mengungkapkan bahwa motivasi terbesar baginya adalah menciptakan konsep bisnis yang unik yang tidak hanya mengandalkan keuntungan materi. Karyawan merasa bahwa nilai-nilai Qur'ani, seperti kejujuran, keadilan, dan amanah, adalah prinsip yang dapat membuat bisnisnya berbeda dari yang lain dan lebih dipercaya oleh pelanggan.¹⁰⁹ Ini mencerminkan bahwa motivasi untuk menciptakan sesuatu yang lebih dari sekadar bisnis yang menguntungkan memotivasi pelaku bisnis untuk lebih serius dalam mengadopsi nilai-nilai tersebut.

Motivasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan juga menjadi alasan kuat mengapa pelaku bisnis ini memilih internalisasi nilai-nilai Qur'ani. Sabrina menyatakan bahwa dengan berpegang pada prinsip Qur'ani, pelaku bisnis tidak hanya ingin memberikan pelayanan yang baik,

¹⁰⁸ Arisa Arif and Jusri Mujrimin, "Pendidikan Karakter Untuk Menciptakan Generasi Qur'ani Masyarakat Desa Malimongeng Kabupaten Bone," *PENDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2023): 13–17, <https://doi.org/10.47435/pendimas.v2i2.1961>.

¹⁰⁹ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

tetapi juga ingin menciptakan rasa kepercayaan di hati pelanggan.¹¹⁰ Pelanggan yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik akan merasa lebih nyaman dan loyal terhadap bisnis yang dijalankan dengan nilai-nilai moral yang tinggi.

Motivasi lainnya juga datang dari keinginan untuk memperbaiki integritas pribadi dan membangun reputasi yang baik dalam masyarakat.¹¹¹ Afifah dan April menekankan bahwa dengan menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Qur'ani, pelaku bisnis merasa bahwa usaha mereka akan diberkahi dan hubungan dengan pelanggan akan semakin kuat.¹¹² Ini menunjukkan bahwa motivasi tidak hanya terfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada manfaat jangka panjang yang akan didapat, baik dalam aspek spiritual maupun materi.

2. Tujuan Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

a. Peningkatan Kesejahteraan Karyawan

Tujuan internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang adalah untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan. Wildan menekankan bahwa ketika bisnis dijalankan dengan prinsip yang adil dan etis, karyawan akan merasa dihargai dan lebih

¹¹⁰ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹¹¹ Bonny Rakhmanto, Masyhudzulkhak, and Badawi Ahmad Saluy, "Pengaruh Kepemimpinan Dan Integritas Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Komisi Pemberantasan Korupsi)," *Jurnal Indikator* 5, no. 1 (2021): 1–16.

¹¹² Afifah dan April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan.¹¹³ Karyawan yang merasa dihargai akan lebih setia dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.¹¹⁴ Ini menciptakan suasana kerja yang positif dan produktif, yang pada akhirnya akan berdampak pada kualitas produk dan pelayanan.

Peningkatan kesejahteraan karyawan juga terkait dengan keberlanjutan bisnis.¹¹⁵ Afifah menambahkan bahwa dengan internalisasi nilai-nilai Qur'ani, karyawan merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk bekerja dengan lebih baik.¹¹⁶ Kesejahteraan karyawan tidak hanya terukur dari sisi finansial, tetapi juga dari kepuasan batin yang didapat ketika bekerja di lingkungan yang beretika dan saling mendukung. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan mendukung pertumbuhan jangka panjang bagi perusahaan.

Dengan memperhatikan kesejahteraan karyawan, pelaku bisnis juga dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih beretika. Sabrina menambahkan bahwa nilai-nilai Qur'ani yang diterapkan di Warung Ayam Geprek Sa'i tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk memastikan bahwa karyawan mendapatkan kesejahteraan baik secara material maupun non-material. Hal ini memperkuat tekad untuk

¹¹³ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹¹⁴ Yuyuk Liani, "Loyalitas Karyawan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Lensa Informatika Surabaya," *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 20, no. 1 (2023): 2023.

¹¹⁵ Anna Maria Hilda, "Manajemen Sumber Daya Manusia Berkelanjutan : Praktik Terbaik Untuk," *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 1 (2024): 182–87.

¹¹⁶ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

terus mengembangkan bisnis dengan prinsip yang benar, yang pada akhirnya membawa dampak positif bagi seluruh pihak yang terlibat.

b. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.¹¹⁷ Kepercayaan pelanggan menjadi sangat penting, terutama dalam bisnis kuliner, yang sangat bergantung pada hubungan interpersonal dan pelayanan. Wildan menjelaskan bahwa dengan menerapkan prinsip Qur'ani seperti kejujuran, keadilan, dan amanah, pelanggan merasa lebih nyaman dan percaya pada bisnis.¹¹⁸ Kepercayaan ini membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

Kepercayaan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh transparansi yang diterapkan dalam bisnis. Dia percaya bahwa dengan menjalankan bisnis dengan prinsip yang jelas dan terjaga, pelanggan akan lebih memilih untuk membeli dari mereka karena merasa dihargai dan dilayani dengan baik. Hal ini juga akan berimbas pada loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, yang tentunya memberikan dampak positif bagi keberlangsungan bisnis.

Dengan internalisasi nilai-nilai Qur'ani, pelanggan tidak hanya mendapatkan produk yang baik, tetapi juga merasa bahwa berbisnis dengan perusahaan yang jujur dan bertanggung jawab. Afifah

¹¹⁷ Roziqin and Ningsih, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)."

¹¹⁸ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

mengungkapkan bahwa pelanggan yang merasa nyaman dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan akan lebih memilih bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip yang diyakini, seperti kejujuran dan keadilan.¹¹⁹

c. Menciptakan Lingkungan Kerja yang Lebih Beretika

Tujuan lain dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah menciptakan lingkungan kerja yang lebih beretika. April menjelaskan bahwa dengan menerapkan prinsip-prinsip Qur'ani, pelaku bisnis dapat menciptakan suasana kerja yang penuh dengan saling menghargai dan menghormati antar karyawan.¹²⁰ Ini memunculkan semangat kolektif dalam mencapai tujuan yang sama, yaitu menjalankan bisnis dengan cara yang benar dan membawa manfaat bagi semua pihak.

Etika yang diterapkan dalam perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara manajemen dan karyawan.¹²¹ Dengan nilai-nilai Qur'ani, semua pihak di dalam perusahaan akan merasa dihargai dan termotivasi untuk bekerja dengan baik. Ini tentu berkontribusi besar pada penciptaan lingkungan kerja yang positif dan produktif.

Internalisasi nilai Qur'ani tidak hanya menguntungkan perusahaan tetapi juga menciptakan atmosfer kerja yang sehat. Keberhasilan dalam menciptakan lingkungan kerja yang beretika akan mempengaruhi

¹¹⁹ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹²⁰ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹²¹ Eri Nur Azizah, Suryati, and Darmawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin)."

produktivitas karyawan, yang pada gilirannya akan berdampak pada keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.¹²²

d. Mendapatkan Keberkahan

Salah satu tujuan utama dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah untuk mendapatkan keberkahan dalam setiap aspek usaha yang dijalankan. Wildan menjelaskan bahwa dengan mengikuti prinsip-prinsip Qur'ani, ia percaya bahwa bisnisnya tidak hanya akan sukses dari segi material, tetapi juga mendapatkan keberkahan dari Allah.¹²³ Keberkahan ini diyakini akan membawa dampak positif yang berkelanjutan, tidak hanya bagi mereka sebagai pelaku bisnis, tetapi juga bagi pelanggan dan masyarakat.¹²⁴

Keberkahan juga merupakan hasil dari kejujuran dan transparansi yang diterapkan dalam bisnis. Ghifari menekankan bahwa dengan menjalankan bisnis sesuai dengan petunjuk dalam Al-Qur'an, pelaku bisnis tidak hanya memperoleh keuntungan, tetapi juga keberkahan yang datang dari ridha Allah.¹²⁵ Hal ini menjadi bagian penting dalam menjalankan bisnis, karena keberkahan dianggap sebagai nilai yang lebih tinggi daripada keuntungan duniawi semata.¹²⁶

¹²² Nicky Estu and Putu Muchtar, "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an Dan Hadis Pada Mahasiswa," *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan BUdaya* 8, no. 2 (2025): 1–17.

¹²³ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹²⁴ Fakhri Muhammad Arioputra, Universitas Muhammadiyah Jakarta, and Etika Bisnis, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan," *JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2025): 96–105.

¹²⁵ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹²⁶ Lubis et al., "Bisnis Dalam Perspektif Islam."

Keberkahan dalam bisnis juga berhubungan dengan sikap berbagi dan berderma, seperti yang dilakukan dengan sedekah setiap Jumat. April menambahkan bahwa dengan bersedekah dan mengadakan pengajian mingguan, pelaku bisnis merasa bahwa bisnis mereka menjadi lebih diberkahi.¹²⁷ Keberkahan ini membuat pelaku bisnis semakin yakin bahwa menjalankan bisnis dengan prinsip Qur'ani adalah langkah yang tepat untuk mencapai sukses dunia dan akhirat.¹²⁸

3. Faktor-Faktor Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani Pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

a. Faktor Pendukung

1) Komitmen Manajemen

Salah satu faktor pendukung utama dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah komitmen manajemen yang kuat. Wildan, sebagai manajer, menekankan bahwa komitmen dari manajemen sangat penting untuk memastikan bahwa setiap karyawan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip Qur'ani dalam bisnis.¹²⁹ Manajemen yang konsisten dalam memberikan arahan dan contoh yang baik membantu karyawan untuk lebih mudah menjalankan nilai-nilai tersebut dalam keseharian mereka.¹³⁰ Tanpa

¹²⁷ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹²⁸ Zaenudin Mansyur, Universitas Islam, and Negeri Mataram, "Konsep Laba Berkah Dalam Perdagangan Syariah," *Asy-Syari'ah* 24, no. 2 (2023): 231–52, <https://doi.org/10.15575/as.v24i2.16733>.

¹²⁹ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹³⁰ Siti Nurjanah, "Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Strategi Nilai: Peran Market Positioning," *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 1 (2021): 91–102, <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/269>.

komitmen yang jelas dari pimpinan, internalisasi nilai-nilai Qur'ani akan sulit untuk terwujud dengan maksimal, karena karyawan akan merasa kurang didorong untuk melaksanakannya secara penuh.

Komitmen manajemen ini tidak hanya berupa kebijakan, tetapi juga tindakan nyata yang mendukung setiap karyawan dalam menjalankan prinsip-prinsip tersebut.¹³¹ Afifah menjelaskan bahwa komitmen manajemen terlihat jelas dalam setiap kebijakan yang diterapkan, seperti mendukung kegiatan pelatihan rutin dan pengajian mingguan, serta memberi ruang bagi karyawan untuk mengamalkan nilai-nilai Qur'ani dalam pekerjaan.¹³² Dengan adanya komitmen yang kuat dari manajemen, nilai-nilai Qur'ani dapat lebih mudah diterima dan dipraktikkan dalam seluruh aspek bisnis.

2) Penguatan Melalui Pendidikan dan Pelatihan

Penguatan melalui pendidikan dan pelatihan menjadi salah satu faktor penting yang mendukung internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i. Ghifari menjelaskan bahwa pelatihan rutin yang diberikan oleh manajemen sangat membantu karyawan dalam memahami dan mengamalkan nilai-nilai Qur'ani secara lebih baik.¹³³ Pelatihan ini tidak hanya terbatas pada keterampilan teknis, tetapi juga mencakup pelatihan mengenai etika bisnis, kejujuran, dan

¹³¹ Rakhmanto, Masyhudzulkhak, and Saluy, "Pengaruh Kepemimpinan Dan Integritas Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Komisi Pemberantasan Korupsi)."

¹³² Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹³³ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

keadilan yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan adanya pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan, karyawan diharapkan dapat memperkuat pemahaman pelaku bisnis tentang pentingnya menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip moral yang tinggi.¹³⁴

Melalui pelatihan, karyawan diajarkan bagaimana menerapkan nilai-nilai Qur'ani dalam interaksi dengan pelanggan dan sesama rekan kerja. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga membantu menciptakan suasana kerja yang lebih etis dan saling menghargai.¹³⁵ Dengan memberikan pendidikan yang terus-menerus, perusahaan memastikan bahwa nilai-nilai Qur'ani tidak hanya diketahui, tetapi juga dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari di tempat kerja.

3) Lingkungan Kerja yang Mendukung

Lingkungan kerja yang mendukung menjadi faktor pendukung yang sangat penting dalam menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani. Sabrina menjelaskan bahwa lingkungan kerja yang positif di Warung Ayam Geprek Sa'i sangat mempengaruhi kemampuan karyawan untuk menjalankan prinsip-prinsip Qur'ani. Suasana kerja yang penuh dengan saling menghargai dan saling mendukung membuat karyawan

¹³⁴ Muhammad Teguh et al., "Pelatihan Kewirausahaan Dan Perencanaan Usaha Masyarakat Di Desa Ulak Kembahang II, Pemulutan Barat, Sumatera Selatan," *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services* 3, no. 2 (2022): 129–38, <https://doi.org/10.29259/jscs.v3i2.86>.

¹³⁵ Abdul Rahim Suardin, Muhammad Yusnan, Kadar Risman, "Pelatihan Kepemimpinan Baitul Arqam Dasar Dalam Membangun Soliditas Gerakan Dakwah Yang Berintegritas Pada Pemuda Buton Tengah," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi* 1, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.

merasa nyaman dan termotivasi untuk berbuat baik. Lingkungan yang mendukung ini memungkinkan untuk lebih mudah mempraktikkan nilai-nilai Qur'ani seperti kejujuran, keadilan, dan amanah dalam setiap aspek pekerjaan.¹³⁶

Lingkungan kerja yang kondusif juga menciptakan ikatan emosional yang kuat antara karyawan dan perusahaan. Dengan suasana kerja yang positif, karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk bekerja dengan maksimal. Selain itu, lingkungan yang mendukung mempermudah terjadinya kolaborasi antar karyawan dalam menjalankan tujuan bersama, yaitu menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Qur'ani.¹³⁷ Dengan demikian, lingkungan kerja yang mendukung menjadi salah satu faktor yang memperlancar proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis.

b. Faktor Penghambat

1) Tekanan Persaingan Bisnis

Tekanan persaingan bisnis adalah salah satu faktor penghambat yang sering dihadapi oleh pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i. Wildan mengungkapkan bahwa persaingan yang semakin ketat membuat pelaku bisnis merasa tertekan untuk selalu meningkatkan

¹³⁶ Jessica T.V Tanod, Bernhard Tewel, and Genita G Lumintang, "Pengaruh Penerapan Good Governance, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Lsm Manengkel Solidaritas Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 4 (2019): 4849–58.

¹³⁷ Adrai and Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management."

inovasi dan memberikan harga yang lebih bersaing.¹³⁸ Namun, penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis, seperti kejujuran dan keadilan dalam menetapkan harga, sering kali menjadi tantangan ketika ada pesaing yang menawarkan harga lebih rendah atau pelayanan yang lebih cepat. Persaingan yang semakin agresif membuat pelaku bisnis harus lebih bijak dalam menjaga keseimbangan antara keuntungan dan penerapan nilai-nilai moral yang diyakini.¹³⁹

Di tengah persaingan yang semakin ketat, ada kalanya perusahaan merasa tertekan untuk mengejar keuntungan lebih cepat. Terkadang, tekanan tersebut membuat pelaku bisnis merasa kesulitan untuk mempertahankan kualitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip Qur'ani.¹⁴⁰ Hal ini menunjukkan bahwa meskipun nilai-nilai Qur'ani menjadi landasan utama dalam berbisnis, tekanan dari persaingan pasar yang semakin sengit bisa mengganggu konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip tersebut.

2) Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan sumber daya menjadi faktor penghambat lain yang dirasakan oleh pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i. Sabrina

¹³⁸ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹³⁹ Roziqin and Ningsih, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)."

¹⁴⁰ Auditia Setiobudi, Christina Sudyasjayanti, and Arya Asraf Danarkusuma, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesediaan Untuk Membayar," *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)* 17, no. 3 (2021): 238–52, <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>.

menjelaskan bahwa keterbatasan jumlah tenaga kerja dan waktu yang ada sering kali menghalangi untuk memberikan pelatihan atau kegiatan internalisasi nilai-nilai Qur'ani yang lebih intensif. Meskipun manajemen berusaha untuk memberikan pelatihan rutin, terkadang anggaran dan waktu yang terbatas membuat pelaksanaan kegiatan ini tidak maksimal. Keterbatasan sumber daya ini menjadi tantangan besar dalam memastikan bahwa seluruh karyawan dapat memahami dan mengamalkan nilai-nilai Qur'ani dengan baik.¹⁴¹

Ketika situasi yang serba terbatas, pelatihan dan pengembangan karyawan sering kali tidak bisa dilakukan secara menyeluruh. Tidak semua karyawan dapat menerima pelatihan yang cukup atau memahami sepenuhnya nilai-nilai Qur'ani yang ingin diterapkan.¹⁴² Keterbatasan ini mempengaruhi efektivitas internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam operasional bisnis, yang pada akhirnya dapat menghambat keberhasilan penerapan nilai-nilai tersebut di seluruh aspek usaha.

3) Perubahan Preferensi Konsumen

Perubahan preferensi konsumen merupakan faktor penghambat lain yang sering dihadapi oleh Warung Ayam Geprek Sa'i. Ghifari menjelaskan bahwa dalam menghadapi perubahan tren dan preferensi konsumen yang terus berkembang, pelaku bisnis harus lebih fleksibel

¹⁴¹ Hilda, "Manajemen Sumber Daya Manusia Berkelanjutan : Praktik Terbaik Untuk."

¹⁴² Saputra Adiwijaya, "Peran Nilai-Nilai Islam Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis," *EL-Hekam : Jurnal Studi Keislaman* 1, no. 14 (2020): 51–69.

dalam menyesuaikan produk dan layanan.¹⁴³ Namun, perubahan ini sering kali berbenturan dengan prinsip-prinsip Qur'ani yang diterapkan dalam bisnis. Misalnya, konsumen yang lebih mengutamakan kepraktisan dan harga rendah mungkin tidak terlalu memperhatikan nilai-nilai moral yang dijunjung tinggi dalam bisnis. Hal ini dapat menyulitkan pelaku bisnis untuk tetap konsisten dalam menjalankan prinsip Qur'ani di tengah perubahan permintaan pasar yang cepat.

Meskipun telah berusaha keras untuk menjaga kualitas dan prinsip yang benar, konsumen yang lebih memilih kepraktisan dan harga murah sering kali menuntut *outlet* untuk meningkatkan kecepatan pelayanan. Hal ini dapat mengganggu keseimbangan antara mempertahankan prinsip Qur'ani dan memenuhi tuntutan pasar yang berubah.¹⁴⁴ Dengan demikian, perubahan preferensi konsumen menjadi tantangan tersendiri dalam upaya internalisasi nilai-nilai Qur'ani, karena pelaku bisnis harus pintar-pintar menjaga agar nilai-nilai tersebut tetap diterapkan tanpa mengorbankan kualitas atau pelayanan.

¹⁴³ Setiobudi, Sudyasjayanti, and Danarkusuma, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar."

¹⁴⁴ Adrai and Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management."

B. Proses Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang merupakan bagian integral dari usaha untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga mendatangkan keberkahan dan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat, baik pemilik, karyawan, pelanggan, maupun masyarakat sekitar. Nilai-nilai Qur'ani, seperti kejujuran, amanah, keberkahan, dan kepedulian sosial, tidak hanya diinternalisasi melalui pemahaman dan pengetahuan, tetapi juga melalui proses penghayatan, pengamalan serta pembudayaan dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan kerja maupun dalam interaksi dengan pelanggan.¹⁴⁵

Di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang, proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani dilakukan secara bertahap melalui empat tahap: pemahaman, penghayatan, pengamalan, dan pembudayaan. Dalam setiap tahap, nilai-nilai Qur'ani diterapkan dalam operasional bisnis dan interaksi antar karyawan serta dengan pelanggan. Berikut adalah uraian terperinci mengenai proses tersebut berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan di Warung Ayam Geprek Sa'i.

1. Pemahaman

Tahap pertama dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah pemahaman. Pemahaman ini melibatkan kesadaran para pelaku bisnis,

¹⁴⁵ Arioputra, Jakarta, and Bisnis, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan."

baik pemilik maupun karyawan, mengenai pentingnya nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam menjalankan bisnis.¹⁴⁶ Pemahaman ini diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan, baik secara formal maupun informal, yang dilakukan oleh manajemen Warung Ayam Geprek Sa'i. Dalam wawancara dengan manajer Warung Ayam Geprek Sa'i, Wildan menjelaskan bahwa pemahaman terhadap nilai-nilai Qur'ani dimulai dari pengenalan konsep-konsep dasar dalam Islam yang terkait dengan bisnis, seperti kejujuran, amanah, dan keberkahan.

Selama proses ini, para karyawan juga diberikan pemahaman tentang pentingnya menjalankan usaha dengan prinsip syariah, menghindari praktik yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, seperti riba atau penipuan, serta pentingnya menjaga halal dan thayyib dalam setiap aspek bisnis.¹⁴⁷ Manajemen menyadari bahwa pemahaman ini adalah dasar yang kuat bagi karyawan untuk dapat mengaplikasikan nilai-nilai Qur'ani dalam pekerjaan. Manajemen secara konsisten memberikan pelatihan dan edukasi melalui pengajian rutin, di mana karyawan mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang nilai-nilai Qur'ani yang perlu diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks bisnis.¹⁴⁸ Karyawan tidak hanya memahami aspek teknis pekerjaan, tetapi juga diperkaya dengan pemahaman moral dan etika yang ada dalam Al-Qur'an.

¹⁴⁶ Fitriyani and Faozi, "Determinan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Penjual Pakaian Di Pasar Tradisional Karangobar Banjarnegara)."

¹⁴⁷ Lativa, Kurnia, and Munawar, "Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor."

¹⁴⁸ Teguh et al., "Pelatihan Kewirausahaan Dan Perencanaan Usaha Masyarakat Di Desa Ulak Kembahang II, Pemulutan Barat, Sumatera Selatan."

2. Penghayatan

Tahap kedua adalah penghayatan. Setelah memahami nilai-nilai Qur'ani, para pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i mulai menghayati nilai-nilai tersebut sebagai bagian dari prinsip hidup pelaku bisnis. Penghayatan ini terjadi ketika mereka mulai merasakan dampak positif dari penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan pribadi dan profesional mereka. Karyawan yang telah menghayati nilai-nilai Qur'ani lebih disiplin dalam menjaga kualitas pekerjaan dan lebih teliti dalam melayani pelanggan.¹⁴⁹ Mereka berusaha untuk tidak hanya memberikan pelayanan terbaik, tetapi juga menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan dengan sikap yang ramah dan jujur.

3. Pengamalan

Setelah nilai-nilai Qur'ani dipahami dan dihayati, tahap berikutnya adalah pengamalan. Pada tahap ini, nilai-nilai yang telah dipahami dan dihayati diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks operasional bisnis maupun dalam interaksi sosial dengan karyawan dan pelanggan. Berikut adalah beberapa pengamalan nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis.

1) Pembacaan Surat Al-Waqiah

Salah satu praktik pengamalan yang dilakukan di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah pembacaan surat Al-Waqiah setiap pagi sebelum

¹⁴⁹ Eri Nur Azizah, Suryati, and Darmawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin)."

memulai aktivitas kerja. Pembacaan surat ini dianggap sebagai cara untuk memohon keberkahan dari Allah dan memulai hari dengan niat yang baik. Surat Al-Waqiah diyakini memiliki manfaat untuk mendatangkan rezeki dan keberkahan.¹⁵⁰

Pembacaan surat Al-Waqiah setiap pagi di Warung Ayam Geprek Sa'i memiliki makna penting dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani. Wildan mengungkapkan bahwa pembacaan surat ini menjadi bagian dari rutinitas yang diyakini dapat membawa keberkahan dalam kehidupan dan bisnis. Surat Al-Waqiah diyakini memiliki kekuatan untuk mendatangkan rezeki.¹⁵¹ Oleh karena itu, setiap pagi sebelum memulai aktivitas, seluruh karyawan membaca Surat Al-Waqiah sebagai bentuk komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip Qur'ani dalam berbisnis. Hal ini bukan hanya sekadar kebiasaan religius, tetapi juga merupakan langkah spiritual untuk memperkuat niat dan menjaga agar setiap aktivitas bisnis yang dilakukan selalu dalam ridha Allah.

Selain itu, pembacaan Surat Al-Waqiah juga berfungsi sebagai pengingat yang kuat akan pentingnya keberkahan dalam setiap usaha yang dijalankan. Afifah menambahkan bahwa dengan membiasakan pembacaan surat ini, mereka merasakan adanya peningkatan

¹⁵⁰ Mila Aulia, Ridya Nur Laily, and Mardiyatun Nahdliyah Putri, "Pembacaan Surat Al-Waqi'ah Dan Ayat-Ayat Rezeki Sebagai Potret Ritual Keagamaan," *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 4, no. 1 (2023): 9–28, <https://doi.org/10.52593/mtq.04.1.02>.

¹⁵¹ Ria Puspitasari and Nur Nailil Muna, "Tradidi Pembacaan Surat Al-Waqi'ah Studi Living Qur'an Di Pondok Pesantren Mazro'atul Lughoh Pare - Kediri," *Ar-Rosyad: Jurnal Keislaman Dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2023): 31.

keberkahan dalam setiap langkah bisnis yang mereka ambil.¹⁵² Surat Al-Waqiah menjadi simbol dari komitmen untuk menjalankan bisnis tidak hanya untuk keuntungan material, tetapi juga untuk mencapai tujuan spiritual yang lebih tinggi, yaitu keberkahan dalam hidup dan usaha.¹⁵³ Pembacaan ini mengikat seluruh karyawan dalam satu kesatuan tujuan yang mengedepankan prinsip moral dan etika yang baik dalam berbisnis, serta memberikan dampak positif pada semangat kerja dan etos bisnis.

Pembacaan surat Al-Waqiah juga memiliki implikasi jangka panjang dalam menciptakan budaya kerja yang positif di Warung Ayam Geprek Sa'i. Sabrina menjelaskan bahwa kebiasaan ini memperkuat ikatan spiritual antara karyawan dan perusahaan. Dengan membaca surat ini, pelaku bisnis merasa lebih dekat dengan nilai-nilai Qur'ani yang diterapkan dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Selain itu, pembacaan surat ini juga membantu menciptakan suasana yang penuh berkah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.¹⁵⁴ Dengan demikian, pembacaan Surat Al-Waqiah bukan hanya soal ritual spiritual, tetapi juga memiliki nilai praktis yang berperan dalam meningkatkan kualitas bisnis dan kesejahteraan karyawan.

¹⁵² Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁵³ Puspitasari and Muna, "Tradidi Pembacaan Surat Al-Waqi'ah Studi Living Qur'an Di Pondok Pesantren Mazro'atul Lughoh Pare - Kediri."

¹⁵⁴ Aulia, Laily, and Putri, "Pembacaan Surat Al-Waqi'ah Dan Ayat-Ayat Rezeki Sebagai Potret Ritual Keagamaan."

2) Sedekah Jumat

Sedekah juga merupakan bentuk pengamalan nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i. Setiap hari Jumat, perusahaan menyisihkan sebagian pendapatan untuk disedekahkan kepada mereka yang membutuhkan. Kegiatan sedekah ini tidak hanya dilakukan oleh maanger, tetapi juga melibatkan karyawan sebagai bagian dari budaya perusahaan.¹⁵⁵

Sedekah Jumat di Warung Ayam Geprek Sa'i merupakan salah satu implementasi nyata dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam bisnis ini. Wildan menyatakan bahwa sedekah ini memiliki makna yang sangat penting bagi pelaku bisnis, karena diyakini dapat membersihkan harta dan membawa berkah. Setiap Jumat, hasil dari pemasukan perusahaan disisihkan untuk disalurkan kepada yang membutuhkan. Hal ini mengajarkan kepada seluruh pihak di perusahaan tentang pentingnya berbagi dan peduli terhadap sesama, sesuai dengan ajaran Islam.¹⁵⁶ Dengan berpartisipasi dalam sedekah Jumat, pelaku bisnis merasakan manfaat tidak hanya dalam bentuk material, tetapi juga dalam bentuk keberkahan yang dirasakan dalam pekerjaan.

Praktik sedekah Jumat juga berdampak pada reputasi bisnis.

Sabrina mengungkapkan bahwa pelanggan cenderung lebih loyal

¹⁵⁵ Sandi Mulyadi Arta Amaliah Nur Afifah, Riky Soleman, "Penafsiran Ayat Dan Hadits Sedekah Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah* Volume. 2, no. 1 (2022): Hal. 1-15.

¹⁵⁶ Arta Amaliah Nur Afifah, Riky Soleman. "Penafsiran Ayat Dan Hadits Sedekah Dalam Perspektif Islam,"

ketika mengetahui usaha tersebut aktif dalam kegiatan sosial. Nilai kepercayaan ini menjadi modal penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Selain itu, karyawan merasa bangga terlibat dalam bisnis yang tidak hanya mencari untung, tetapi juga peduli terhadap lingkungan sekitar. Dengan demikian, sedekah Jumat tidak hanya sebagai bentuk ibadah, tetapi juga sebagai strategi untuk memperkuat citra positif perusahaan.

Di sisi lain, kegiatan ini turut mendorong internalisasi nilai Qur'ani dalam diri pelaku bisnis. April menegaskan bahwa sedekah mengingatkan untuk tidak serakah dan selalu bersyukur atas rezeki yang diperoleh. Proses berbagi ini juga melatih empati, sehingga keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada keuntungan, tetapi juga pertimbangan moral.¹⁵⁷ Dengan kata lain, sedekah Jumat menjadi jembatan antara praktik bisnis modern dan nilai-nilai spiritual yang permanen.¹⁵⁸

3) Pengajian Mingguan

Selain pembacaan surat Al-Waqiah dan kegiatan sedekah, Warung Ayam Geprek Sa'i juga rutin mengadakan pengajian untuk seluruh karyawan. Pengajian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman agama dan mengingatkan kembali para karyawan tentang

¹⁵⁷ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁵⁸ Suhadariyah et al., "Kegiatan Jumat Berkah, Meningkatkan Kesadaran Berbagi," *Bhaktimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 33–39.

pentingnya menjalankan bisnis dengan prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam.¹⁵⁹

Pengajian mingguan menjadi salah satu kegiatan penting dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i. Wildan menyatakan bahwa pengajian ini bukan hanya sebagai sarana untuk memperdalam ilmu agama, tetapi juga sebagai pengingat dan motivasi untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Qur'ani.¹⁶⁰ Dalam setiap pengajian, pelaku bisnis membahas tentang etika berbisnis, pentingnya menjaga kejujuran, dan bagaimana menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Pengajian ini menjadi ajang untuk saling mengingatkan dan memperkuat komitmen karyawan terhadap nilai-nilai moral yang terkandung dalam Al-Qur'an.¹⁶¹

Ghifari menambahkan bahwa pengajian ini memberikan kesempatan kepada karyawan untuk bertumbuh secara spiritual dan profesional. Melalui pengajian, pelaku bisnis mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana cara menjalankan bisnis dengan integritas yang tinggi, yang tidak hanya menguntungkan secara material tetapi juga diberkahi oleh Allah.¹⁶² Hal ini membuat karyawan merasa lebih terikat dengan perusahaan karena merasa

¹⁵⁹ Muhammad Yusuf, Ahmad Mufakhir, and Muhammad Jihan Rezian, "Peran Pengajian Rutin Mingguan Dan Manfaatnya Dalam Pemahaman Keagamaan Bagi Masyarakat," *Jurnal Bimbingan Konseling* 9, no. 2 (2023): hlm. 185.

¹⁶⁰ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁶¹ Nurmin Aminu and Eka Rosmita Sari, "Optimalisasi Pengajian Mingguan Majelis Ta'lim Sebagai Media Peningkatan Pemahaman Agama Dan Sosial Masyarakat Di Desa Matawine Kecamatan Lakudo Kab. Buton Tengah," *Jurnal Abdidas* 5, no. 6 (2024): 884-91.

¹⁶² Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

mendapat bimbingan moral dan spiritual yang kuat dalam bekerja. Dengan demikian, pengajian mingguan menjadi sarana yang sangat efektif untuk menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dalam budaya kerja perusahaan.

Selain itu, April menyebutkan bahwa pengajian mingguan memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk merenung dan memperbaiki diri dalam menjalankan tugasnya.¹⁶³ Dalam pengajian, pelaku bisnis tidak hanya mendiskusikan masalah agama, tetapi juga bagaimana mengatasi tantangan dalam bisnis dengan pendekatan yang berbasis pada nilai-nilai Qur'ani. Dengan adanya pengajian ini, para karyawan dapat terus memperbaiki sikap dan perilaku pelaku bisnis, sehingga bisnis berjalan lebih lancar dan lebih diberkahi.¹⁶⁴ Pengajian mingguan menjadi pengingat yang konsisten bagi setiap karyawan untuk tetap berpegang pada prinsip yang benar, walaupun dalam situasi yang penuh tantangan.

4) Peraturan Perusahaan

Pengamalan internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang salah satunya dilakukan melalui penerapan peraturan perusahaan yang mengedepankan prinsip-prinsip Islami dalam setiap aspek operasional bisnis. Salah satu peraturan utama yang diterapkan adalah mewajibkan semua karyawan untuk berlaku

¹⁶³ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁶⁴ Yusuf, Mufakhir, and Rezian, "Peran Pengajian Rutin Mingguan Dan Manfaatnya Dalam Pemahaman Keagamaan Bagi Masyarakat."

jujur, adil, dan amanah dalam setiap transaksi dan interaksi dengan pelanggan. Ghifari, sebagai manajer, menekankan bahwa kejujuran dan integritas adalah fondasi yang tak tergoyahkan dalam menjalankan bisnis. Setiap karyawan diharuskan untuk tidak menipu pelanggan dan menjaga transparansi harga serta kualitas produk yang dijual.¹⁶⁵ Hal ini merupakan salah satu bentuk konkret dari pengamalan nilai-nilai Qur'ani, seperti yang diajarkan dalam Al-Qur'an tentang keadilan dan amanah.¹⁶⁶

Peraturan perusahaan yang diterapkan di Warung Ayam Geprek Sa'i juga memainkan peran penting dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani. Sabrina menjelaskan bahwa peraturan yang mengutamakan kejujuran, transparansi, dan keadilan menjadi dasar dalam setiap transaksi yang dilakukan dengan pelanggan. Hal ini mencerminkan penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam aspek operasional bisnis, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga pada moralitas dan etika dalam setiap tindakan. Peraturan ini memastikan bahwa setiap karyawan bertindak dengan integritas, menjaga kepercayaan pelanggan, dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik.¹⁶⁷

Peraturan tersebut juga berperan dalam membangun kepercayaan pelanggan. Afifah menambahkan bahwa peraturan

¹⁶⁵ Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁶⁶ Mawardi Pewangi, "Hubungan Kerja Dan Ketenagakerjaan Perspektif Islam," *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 01, no. 2 (2010): 79–91.

¹⁶⁷ Adrai and Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management."

perusahaan juga mengatur tentang perilaku karyawan, seperti kewajiban untuk tidak berlaku kasar terhadap pelanggan, menjaga kualitas pelayanan, dan bekerja dengan niat yang baik.¹⁶⁸ Dengan adanya peraturan yang tegas, karyawan merasa lebih terarah dan memiliki pedoman yang jelas dalam bekerja. Peraturan ini tidak hanya menjadi pengikat bagi karyawan dalam menjalankan tugas, tetapi juga menjadi cerminan dari komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Qur'ani.¹⁶⁹

Di balik itu, penerapan peraturan perusahaan membutuhkan pendekatan edukatif. April menyebutkan bahwa manajemen rutin memberikan pelatihan untuk memastikan karyawan memahami filosofi di balik aturan tersebut. Proses ini tidak hanya mengubah perilaku, tetapi juga pola pikir, sehingga nilai-nilai Qur'ani menjadi bagian dari budaya kerja.¹⁷⁰ Dengan demikian, peraturan perusahaan tidak hanya mengikat secara struktural, tetapi juga menjadi alat transformasi moral yang mendorong bisnis menuju keberkahan dan keberlanjutan.

4. Pembudayaan

Tahap terakhir dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah pembudayaan, yaitu ketika nilai-nilai Qur'ani telah menjadi bagian dari

¹⁶⁸ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁶⁹ Fathi Ismail Hawari and Nabhan Fadhillah, "Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Praktik Manajemen Perusahaan."

¹⁷⁰ Warjo Warjo, Vita Dhameria, and Judiman Judiman, "Agama Islam Sebagai Tata Nilai Kehidupan Bisnis Ber-Etika," *CENDEKIA Jaya* 1, no. 2 (2019): 59–72, <https://doi.org/10.47685/cendekia-jaya.v1i2.35>.

budaya organisasi. Nilai-nilai Qur'ani ini bukan hanya dipahami dan dihayati, tetapi juga diterapkan secara konsisten dalam setiap aspek operasional bisnis dan interaksi sosial di Warung Ayam Geprek Sa'i. Karyawan yang diwawancarai juga menyatakan bahwa mereka merasa terlibat dalam budaya perusahaan yang positif. Karyawan merasa bahwa bekerja di Warung Ayam Geprek Sa'i adalah kesempatan untuk menjalankan usaha yang halal dan diberkahi, dan mereka bangga menjadi bagian dari perusahaan yang mengutamakan prinsip-prinsip Islam dalam setiap langkahnya.¹⁷¹

C. Implikasi Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani pada Pelaku Bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

1. Implikasi terhadap Karyawan

a. Dampak Positif

1) Peningkatan Etika Kerja

Internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i telah memberikan dampak positif yang signifikan dalam peningkatan etika kerja karyawan. Wildan menyatakan bahwa karyawan yang bekerja dengan prinsip Qur'ani cenderung lebih jujur, disiplin, dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugas. Dengan berpegang pada nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan amanah, karyawan merasa bahwa pelaku bisnis memiliki pedoman yang jelas dalam

¹⁷¹ Adiwijaya, "Peran Nilai-Nilai Islam Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis."

menjalankan setiap tugas yang diberikan.¹⁷² Ini mendorong pelaku bisnis untuk selalu memberikan yang terbaik dan menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja.

Selain itu, Afifah menambahkan bahwa dengan adanya penerapan nilai-nilai Qur'ani, karyawan merasa lebih dihargai dan lebih termotivasi untuk bekerja keras.¹⁷³ Etika kerja yang ditingkatkan ini tidak hanya terbatas pada pelayanan, tetapi juga mencakup kualitas produk yang dijual. Karyawan yang merasa dihargai dan diberdayakan dengan prinsip yang benar akan lebih termotivasi untuk berbuat lebih baik, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.¹⁷⁴ Oleh karena itu, peningkatan etika kerja menjadi salah satu dampak positif utama dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani.

2) Peningkatan Kerjasama dan Kekompakan Tim

Internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i juga berdampak pada peningkatan kerjasama dan kekompakan tim. Sabrina menjelaskan bahwa dengan menanamkan nilai-nilai Qur'ani, seperti saling menghargai dan bekerja sama demi tujuan bersama, hubungan antar rekan kerja menjadi lebih harmonis. Karyawan bekerja dengan semangat kebersamaan dan saling mendukung satu

¹⁷² Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁷³ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁷⁴ Arioputra, Jakarta, and Bisnis, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan."

sama lain dalam mencapai tujuan yang lebih besar, yaitu menjalankan bisnis dengan prinsip yang benar dan beretika.¹⁷⁵ Kerjasama yang baik antar karyawan memungkinkan mereka untuk lebih mudah mencapai target dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam bisnis.

Wildan juga menekankan bahwa penerapan nilai-nilai Qur'ani meningkatkan rasa solidaritas di antara karyawan, karena pelaku bisnis merasa bahwa mereka memiliki tujuan yang sama dalam menjalankan bisnis.¹⁷⁶ Kekompakan tim yang terbangun melalui penerapan nilai-nilai Qur'ani membuat karyawan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan dan lebih siap untuk bekerja sama dalam menghadapi berbagai situasi. Hal ini sangat penting dalam menciptakan suasana kerja yang positif dan produktif, yang akhirnya memberikan dampak langsung pada kelancaran operasional bisnis.¹⁷⁷

3) Semangat untuk Melayani dengan Ikhlas

Semangat untuk melayani dengan ikhlas menjadi salah satu dampak positif dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani. Afifah menjelaskan bahwa ketika nilai-nilai Qur'ani diterapkan dalam setiap aspek bisnis, karyawan merasa lebih terhubung dengan tujuan lebih tinggi dalam berbisnis, bukan sekadar mencari keuntungan.¹⁷⁸ Pelaku bisnis merasa bahwa setiap tindakan yang dilakukan, seperti

¹⁷⁵ Adrai and Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management."

¹⁷⁶ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁷⁷ Suardi, "Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonimi Islam."

¹⁷⁸ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, adalah bentuk ibadah yang mendatangkan pahala. Hal ini meningkatkan rasa ikhlas dalam bekerja dan memberikan pelayanan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan sepenuh hati.¹⁷⁹

Sabrina menambahkan bahwa melayani dengan ikhlas membawa kebahagiaan dan kepuasan tersendiri. Karyawan yang melayani dengan niat baik dan tanpa pamrih cenderung lebih bahagia dalam pekerjaan.¹⁸⁰ Semangat untuk melayani dengan ikhlas ini juga mempengaruhi hubungan dengan pelanggan. Pelanggan yang merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang tulus akan merasa lebih puas dan lebih loyal terhadap bisnis. Oleh karena itu, semangat melayani dengan ikhlas tidak hanya memberikan manfaat bagi karyawan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan.¹⁸¹

b. Dampak Negatif

1) Keterbatasan Sumber Daya untuk Menjalankan Beberapa Program

Keterbatasan sumber daya juga menjadi faktor penghambat dalam implementasi beberapa program yang berkaitan dengan internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i. Ghifari mengungkapkan bahwa keterbatasan anggaran dan jumlah tenaga kerja terkadang menyulitkan untuk mengadakan pelatihan yang lebih

¹⁷⁹ Ridwansyah, "Mediasi Kerja Ikhlas Antara Perilaku Kerja Terhadap Keterlibatan Dan Budaya Kerja Guru," *MDP Student Conference 2* (2023): 507–14.

¹⁸⁰ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁸¹ RISDIANA ULFA, "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sirela Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di Bmt Walisongo Mijen," *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2017, 13–26.

intensif atau untuk melaksanakan program-program yang lebih mendalam dalam rangka pengembangan karyawan.¹⁸² Meskipun manajemen berusaha untuk memfasilitasi program-program tersebut, keterbatasan sumber daya membuatnya tidak dapat dilaksanakan secara maksimal, sehingga mengurangi dampak dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani yang ingin dicapai.

Wildan menambahkan bahwa dalam beberapa situasi, keterbatasan sumber daya ini juga menghambat kemampuan untuk memberikan pelatihan yang lebih komprehensif kepada seluruh karyawan. Program-program seperti pengajian mingguan dan kegiatan berbasis keagamaan seringkali terhambat karena keterbatasan anggaran yang dimiliki perusahaan.¹⁸³ Selain itu, kurangnya waktu dan sumber daya untuk melaksanakan program pelatihan yang lebih mendalam dapat membuat karyawan kurang memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai Qur'ani dengan baik. Hal ini menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam upaya memastikan bahwa semua karyawan dapat mengikuti dan menerapkan prinsip-prinsip Qur'ani secara konsisten.¹⁸⁴

2) Keterbatasan Waktu untuk Melaksanakan Beberapa Kegiatan

Keterbatasan waktu sering kali menjadi kendala dalam melaksanakan kegiatan internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung

¹⁸² Ghifari, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁸³ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁸⁴ Adiwijaya, "Peran Nilai-Nilai Islam Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis."

Ayam Geprek Sa'i. Sabrina menjelaskan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi adalah sulitnya menyisihkan waktu untuk melakukan kegiatan seperti pengajian mingguan dan sedekah Jumat secara rutin. Meskipun manajemen berusaha keras untuk menjadwalkan kegiatan-kegiatan tersebut, terkadang waktu yang terbatas dalam operasional harian membuat pelaksanaan kegiatan tersebut menjadi kurang maksimal. Hal ini berdampak pada keberhasilan dalam menanamkan nilai-nilai Qur'ani secara lebih mendalam kepada seluruh karyawan, karena tidak semua kegiatan bisa dilaksanakan secara intensif.¹⁸⁵

Afifah menambahkan bahwa meskipun menganggap kegiatan tersebut penting, keterbatasan waktu sering kali menghambat pelaksanaannya. Misalnya, pada hari-hari sibuk, waktu yang tersedia untuk pengajian mingguan atau bahkan untuk berdiskusi mengenai penerapan nilai-nilai Qur'ani menjadi sangat terbatas.¹⁸⁶ Hal ini menyebabkan beberapa karyawan mungkin tidak dapat mengikuti kegiatan yang sudah dijadwalkan, sehingga internalisasi nilai-nilai Qur'ani menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, meskipun telah berusaha, kendala waktu tetap menjadi tantangan besar dalam menjaga konsistensi penerapan nilai-nilai tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

¹⁸⁵ Setiobudi, Sudyasjayanti, and Danarkusuma, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesediaan Untuk Membayar."

¹⁸⁶ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

2. Implikasi terhadap Hubungan dengan Pelanggan

a. Implikasi Positif

1) Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Meningkatnya kepercayaan pelanggan merupakan dampak positif yang signifikan dari internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i. Wildan menjelaskan bahwa dengan menjalankan bisnis berdasarkan prinsip Qur'ani seperti kejujuran dan amanah, pelanggan merasa lebih percaya terhadap perusahaan.¹⁸⁷ Pelanggan tahu bahwa perusahaan tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga peduli terhadap kualitas dan keadilan dalam setiap transaksi.¹⁸⁸ Kepercayaan pelanggan ini sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen.

Ghifari juga menekankan bahwa kepercayaan pelanggan adalah kunci utama dalam mempertahankan kelangsungan bisnis. Pelanggan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan jujur akan lebih memilih untuk kembali dan bertransaksi dengan perusahaan. Oleh karena itu, nilai-nilai Qur'ani, yang mengajarkan kejujuran dan transparansi, berperan besar dalam menciptakan kepercayaan pelanggan yang stabil. Dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan,

¹⁸⁷ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁸⁸ Setiobudi, Sudyasjayanti, and Danarkusuma, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar."

bisnis tidak hanya bertahan lama, tetapi juga berkembang dengan reputasi yang baik.

2) Kepuasan Pelanggan yang Meningkatkan

Kepuasan pelanggan adalah salah satu dampak positif yang paling terlihat setelah internalisasi nilai-nilai Qur'ani. Afifah menjelaskan bahwa dengan menerapkan prinsip Qur'ani dalam setiap aspek bisnis, pelanggan merasa lebih dihargai dan lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.¹⁸⁹Kejujuran dan transparansi yang diterapkan dalam bisnis menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari transaksi yang dilakukan, yaitu pelayanan yang tulus dan produk yang berkualitas.¹⁹⁰

Selain itu, April menambahkan bahwa kepuasan pelanggan juga meningkat karena pelanggan merasa bahwa bisnis ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan pelanggan sebagai konsumen.¹⁹¹ Dengan memberikan pelayanan yang ramah dan produk yang berkualitas, pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik. Kepuasan yang meningkat ini berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan, yang sangat penting dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan bisnis.

¹⁸⁹ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁹⁰ Arioputra, Jakarta, and Bisnis, "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan."

¹⁹¹ April, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

b. Dampak Negatif

1) Perubahan Preferensi Pelanggan yang Menuntut Kecepatan

Perubahan preferensi pelanggan yang semakin mengutamakan kecepatan menjadi tantangan bagi Warung Ayam Geprek Sa'i dalam menjalankan prinsip Qur'ani. Sabrina mengungkapkan bahwa pelanggan kini sering kali menginginkan pelayanan yang lebih cepat tanpa mempertimbangkan proses yang dilakukan dengan hati-hati dan jujur.¹⁹² Terkadang, pelanggan merasa tertekan untuk meningkatkan kecepatan pelayanan agar bisa memenuhi ekspektasi pelanggan yang mengutamakan efisiensi. Namun, menjaga kecepatan tanpa mengurangi kualitas layanan sesuai dengan nilai Qur'ani menjadi tantangan yang harus dihadapi.¹⁹³

Afifah menambahkan bahwa dalam beberapa kasus, permintaan pelanggan untuk kecepatan pelayanan bisa berbenturan dengan prinsip Qur'ani yang mengutamakan kualitas dan kejujuran dalam setiap transaksi.¹⁹⁴ Menjaga standar pelayanan yang tinggi dan tetap adil dalam memberikan harga adalah hal yang tidak bisa ditawar, namun ketika pelanggan menuntut kecepatan, karyawan merasa tertekan untuk beradaptasi dengan tuntutan tersebut tanpa mengorbankan nilai-nilai yang telah ditetapkan.¹⁹⁵

¹⁹² Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁹³ Setiobudi, Sudyasjayanti, and Danarkusuma, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar."

¹⁹⁴ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁹⁵ Adrai and Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management."

3. Implikasi terhadap Keberhasilan Bisnis

a. Dampak Positif

1) Meningkatkan Reputasi Bisnis

Reputasi bisnis yang baik adalah salah satu implikasi positif dari penerapan nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i. Wildan menjelaskan bahwa dengan berpegang pada prinsip Qur'ani, perusahaan dapat meningkatkan integritas dan citra bisnisnya di mata pelanggan.¹⁹⁶ Pelanggan akan lebih menghargai bisnis yang tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga peduli terhadap etika dan moralitas dalam menjalankan usahanya. Reputasi yang baik ini membantu perusahaan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra bisnis, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi keberlanjutan bisnis.¹⁹⁷

Sabrina menambahkan bahwa reputasi yang baik juga mempengaruhi posisi perusahaan di pasar. Ketika bisnis memiliki reputasi yang baik, pelanggan akan lebih cenderung untuk merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain.¹⁹⁸ Hal ini menciptakan efek positif yang berkelanjutan, di mana perusahaan mendapatkan lebih banyak pelanggan baru yang tertarik untuk bertransaksi karena mendengar tentang reputasi yang baik. Dengan

¹⁹⁶ Willdan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

¹⁹⁷ Akmal Riza and Nurraiya Anadila, "Shariah Governance, Reputasi Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah," *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 6, no. 1 (2024): 1–14.

¹⁹⁸ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

demikian, internalisasi nilai-nilai Qur'ani berkontribusi pada penciptaan citra perusahaan yang kuat dan terpercaya.

2) Keberhasilan Dalam Membangun Brand yang Kuat

Keberhasilan dalam membangun brand yang kuat merupakan salah satu dampak positif yang dicapai melalui internalisasi nilai-nilai Qur'ani. Afifah menjelaskan bahwa dengan berpegang pada nilai-nilai Qur'ani, Warung Ayam Geprek Sa'i dapat membedakan dirinya dari pesaing di pasar.¹⁹⁹ Pelanggan semakin mengenal karyawan sebagai bisnis yang tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga berkomitmen terhadap etika, moralitas, dan keberkahan. Hal ini membuat brand perusahaan semakin dikenal dan dihargai oleh pelanggan.²⁰⁰

Ghifari juga menekankan bahwa dengan menjalankan bisnis yang berbasis pada nilai-nilai Qur'ani, karyawan dan manager berhasil menciptakan identitas brand yang kuat. Brand tersebut tidak hanya dikenali karena kualitas produk, tetapi juga karena prinsip yang dipegang teguh dalam setiap aspek bisnis. Dengan mengedepankan kejujuran, keadilan, dan pelayanan yang berkualitas, Warung Ayam Geprek Sa'i telah berhasil membangun brand yang dihormati dan dipercaya oleh pelanggan. Ini memberikan keuntungan jangka

¹⁹⁹ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

²⁰⁰ Jogita Olivia, "Peran Branding Dalam Membangun Brand Yang Kuat Sebagai Langkah Strategis Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kecamatan Curug , Kabupaten Tangerang," *Bisnis, JEBS: Jurnal Ekonomika Dan 5*, no. 2 (2025): 498–503.

panjang yang membantu perusahaan berkembang dan bertahan di pasar yang kompetitif.

b. Dampak Negatif

1) Tantangan dalam Kenaikan Harga Bahan

Kenaikan harga bahan menjadi salah satu tantangan dalam menjalankan bisnis dengan nilai-nilai Qur'ani. Afifah menjelaskan bahwa di pasar yang sangat kompetitif, terkadang perusahaan harus bersaing dengan pesaing yang menawarkan harga yang lebih rendah, yang bisa menarik lebih banyak pelanggan. Namun, kenaikan harga bisa membuat perusahaan terpaksa mengorbankan kualitas produk atau merugikan bisnis dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan harus berhati-hati dalam menyesuaikan harga produk agar tetap mempertahankan kualitas dan sesuai dengan prinsip Qur'ani yang dianut.²⁰¹

Wildan menambahkan bahwa meskipun perusahaan ingin menawarkan harga yang kompetitif, penurunan harga yang terlalu drastis sering kali membuat terjebak dalam persaingan harga yang tidak sehat.²⁰² Dalam kasus seperti itu, perusahaan merasa kesulitan untuk tetap menjaga kualitas layanan dan produk sesuai dengan nilai-nilai Qur'ani. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencari solusi

²⁰¹ Hikmah Fauziyah, Dedi Mulyadi, and Sungkono, "Pengaruh Kenaikan Biaya Bahan Baku Terhadap Modal Dan Pendapatan Pada Usaha Telur Asin Mekar Rahayu Di Desa Jayamukti," *PENG: Jurna; Ekonomi Dsn Manajemen* 1, no. 2 (2024): 47–54.

²⁰² Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

agar tetap bisa mempertahankan harga yang wajar tanpa mengorbankan prinsip etika yang telah ditetapkan dalam bisnis.

2) Kesulitan Menjaga Keseimbangan antara Profit dan Nilai-Nilai Qur'ani

Kesulitan dalam menjaga keseimbangan antara profit dan nilai-nilai Qur'ani sering kali menjadi dilema yang dihadapi oleh pelaku bisnis. Wildan mengungkapkan bahwa terkadang merasa tertekan untuk mengejar keuntungan, sementara pada saat yang sama mereka ingin tetap mempertahankan prinsip-prinsip yang telah diinternalisasikan.²⁰³ Keinginan untuk mendapatkan profit yang tinggi sering kali berhadapan dengan nilai-nilai Qur'ani yang mengajarkan untuk tidak mengeksploitasi pelanggan dan menjaga kualitas produk secara adil. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan ini menjadi tantangan yang perlu diatasi dengan bijaksana.

Sabrina juga menambahkan bahwa meskipun telah memiliki prinsip yang kuat untuk menjaga kejujuran dan transparansi, dalam beberapa kasus karyawan merasa kesulitan untuk memenuhi tuntutan pasar yang semakin tinggi.²⁰⁴ Keinginan untuk memberikan produk yang terbaik dan layanan yang memuaskan kepada pelanggan kadang bertentangan dengan tuntutan untuk mempertahankan harga yang wajar dan meningkatkan margin

²⁰³ Wildan, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

²⁰⁴ Sabrina, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 15 Mei 2025

keuntungan.²⁰⁵ Oleh karena itu, menyeimbangkan antara profitabilitas dan nilai-nilai Qur'ani menjadi tantangan yang memerlukan keputusan yang hati-hati.

3) Tantangan dalam Mempertahankan Keberlanjutan

Salah satu tantangan besar yang dihadapi dalam internalisasi nilai-nilai Qur'ani adalah menjaga keberlanjutan usaha. Sabrina mengungkapkan bahwa meskipun karyawan berusaha keras untuk tetap konsisten dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Qur'ani, ada kalanya perusahaan merasa ingin untuk mengejar keuntungan cepat. Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, tuntutan untuk terus berkembang dan menjaga daya saing bisa bertentangan dengan nilai-nilai yang ingin dipertahankan. Oleh karena itu, menjaga keberlanjutan usaha yang berbasis nilai Qur'ani memerlukan keseimbangan yang hati-hati antara prinsip moral dan tuntutan pasar.²⁰⁶

Afifah juga menambahkan bahwa keberlanjutan usaha menjadi tantangan ketika ada perubahan besar dalam pasar atau ketergantungan pada faktor eksternal, seperti perubahan harga bahan baku atau persaingan yang semakin ketat.²⁰⁷ Meskipun telah

²⁰⁵ Roziqin and Ningsih, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)."

²⁰⁶ Heikelindra Kurniawan et al., "Tantangan Terbesar Dalam Pembangunan Berkelanjutan : Upaya Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Yang Rendah Di Kalangan Masyarakat Di Kota DKI Jakarta The Biggest Challenge in Sustainable Development: Efforts to Increase Low Environmental Awareness among Th," *Translitera* 13, no. 2 (2024): 29–37.

²⁰⁷ Afifah, Hasil wawancara dengan karyawan Warung Geprek Sa'i pada tanggal 21 Mei 2025

berpegang pada prinsip Qur'ani, dalam beberapa situasi perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan tersebut agar usaha tetap berjalan. Hal ini menuntut untuk lebih kreatif dalam menerapkan prinsip Qur'ani tanpa mengorbankan keberlanjutan bisnis.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, hasil analisis, serta pembahasan penelitian yang telah peneliti jabarkan sesuai dengan fokus penelitian, penulis akan menyimpulkan beberapa hal penting yang relevan. Kesimpulan ini merangkum temuan-temuan utama dari penelitian yang memberikan gambaran mengenai topik yang telah dibahas.

1. Pentingnya internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Pentingnya internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang adalah membentuk karakter dan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Qur'ani. Hal ini tidak dapat terlepas dari alasan dalam menginternalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis yaitu pengalaman, tekanan sosial dan lingkungan, dan motivasi untuk membuat konsep bisnis unik. Adapun tujuannya adalah peningkatan kesejahteraan karyawan, meningkatkan kepercayaan pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang lebih beretika, dan mendapatkan keberkahan. Adapun faktor-faktor pendukung meliputi komitmen manajemen, penguatan melalui pendidikan dan pelatihan, dan lingkungan kerja yang mendukung. Sedangkan faktor-faktor penghambat meliputi tekanan persaingan bisnis, keterbatasan sumber daya, dan perubahan preferensi konsumen.

2. Proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani bagi pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Proses internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang dilakukan secara bertahap melalui empat tahap yaitu pemahaman, penghayatan, pengamalan, dan pembudayaan. Pertama, pemahaman yaitu melibatkan kesadaran para pelaku bisnis, baik pemilik maupun karyawan, mengenai pentingnya nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam menjalankan bisnis. Kedua, penghayatan yaitu menghayati nilai-nilai tersebut sebagai bagian dari prinsip hidup pelaku bisnis. Ketiga, pengamalan yaitu nilai-nilai yang telah dipahami dan dihayati diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks operasional bisnis maupun dalam interaksi sosial dengan karyawan dan pelanggan diantaranya adalah Pembacaan Surat Al-Waqiah, Sedekah Jumat, Pengajian mingguan, dan Peraturan perusahaan. Keempat, pembudayaan yaitu ketika nilai-nilai Qur'ani telah menjadi bagian dari budaya organisasi.

3. Implikasi internalisasi nilai-nilai Qur'ani pada pelaku bisnis di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang

Internalisasi nilai-nilai Qur'ani di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang berimplikasi terhadap karyawan, hubungan dengan pelanggan serta keberhasilan bisnis. Implikasi tersebut dibagi menjadi dua, yaitu: pertama, implikasi positif meliputi peningkatan etika kerja, peningkatan kerjasama dan kekompakan tim, semangat untuk melayani dengan ikhlas, meningkatkan kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan yang meningkat, meningkatkan

reputasi bisnis, dan keberhasilan dalam membangun brand yang kuat. Kedua, implikasi negatif meliputi: keterbatasan sumber daya untuk menjalankan beberapa program, keterbatasan waktu untuk melaksanakan beberapa kegiatan, perubahan preferensi pelanggan yang menuntut kecepatan, tantangan dalam kenaikan harga bahan, kesulitan menjaga keseimbangan antara profit dan nilai-nilai Qur'ani, dan tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan.

B. Saran

1. Bagi pelaku bisnis diharapkan dapat terus melanjutkan aktivitas internalisasi nilai-nilai Qur'ani karena sangat berdampak baik bagi pelaku bisnis, pelanggan serta perusahaan dalam pembentukan sikap peduli sosial siswa dan untuk mewujudkan visi Warung Ayam Geprek Sa'i yaitu menjadikan usaha berbasis *syari'at* Islam dengan mengedepankan *ukhuwah Islamiyah* serta peduli permasalahan dakwah, sosial, dan pendidikan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan agar dapat secara lebih komprehensif mengenai internalisasi nilai-nilai Qur'ani melalui faktor kontekstual yang dapat mempengaruhi variabel yang diteliti, seperti kondisi sosial, budaya, atau faktor eksternal lainnya. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk mengeksplorasi faktor-faktor ini lebih dalam untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Mundir. "Etika Bisnis Islam Pada Era Distrupsi." *Jurnal Mu'allim* 2, no. 1 (2020): 15–28. <https://doi.org/10.35891/muallim.v2i1.2157>.
- Adiwijaya, Saputra. "Peran Nilai-Nilai Islam Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis." *EL-Hekam : Jurnal Studi Keislaman* 1, no. 14 (2020): 51–69.
- Adrai, Rindang, and Didin Hikmah Perkasa. "Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani* 6, no. 2 (2024): 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>.
- Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir, Ad-Dimasyqi. "Tafsir Ibnu Kasir." In *Tafsir*, 1–420. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2000.
- Aminu, Nurmin, and Eka Rosmita Sari. "Optimalisasi Pengajian Mingguan Majelis Ta'lim Sebagai Media Peningkatan Pemahaman Agama Dan Sosial Masyarakat Di Desa Matawine Kecamatan Lakudo Kab. Buton Tengah." *Jurnal Abdidas* 5, no. 6 (2024): 884–91.
- Anggraini, Fifi, Novaliyosi, and Isna Rafianti. "Pengaruh Emotional Spiritual Quotient (ESQ) Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Dan Motivasi Belajar Siswa." *Wilangan: Jurnal Inovasi Dan Riset Pendidikan Matematika* 1, no. 1 (2020): 84–96.
- Anggraini, Rizky Maudy, Siti Latifah, and Syarifuddin. "Etika Bisnis Islam Dalam Pemikiran Yusuf Al Qardawi." *Jurnal Masharif Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 4 (2022): 2908–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23753>.
- Anisa, Citra, and Rahmatullah Rahmatullah. "Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam." *EVALUASI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2020): 70–87. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>.
- Arif, Arisa, and Jusri Mujrimin. "Pendidikan Karakter Untuk Menciptakan Generasi Qur'ani Masyarakat Desa Malimongeng Kabupaten Bone." *PENDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2023): 13–17. <https://doi.org/10.47435/pendimas.v2i2.1961>.
- Arif, Muhammad. "Filsafat Ekonomi Islam." *Merdeka Kreasi Group*, 2022, 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf).
- Arioputra, Fakhri Muhammad, Universitas Muhammadiyah Jakarta, and Etika Bisnis. "Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi Atas Nilai Kejujuran, Amanah, Dan Ihsan." *JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2025): 96–105.
- Arta Amaliah Nur Afifah, Riky Soleman, Sandi Mulyadi. "Penafsiran Ayat Dan Hadits Sedekah Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi Syariah* Volume. 2, no. 1 (2022): Hal. 1-15.

- Asyari. "Religiusitas Dan Cultural Belief Dalam Perilaku Ekonomi Muslim Minangkabau Di Sumatera Barat." *PROGRAM PASCASARJANA DOKTOR ILMU EKONOMI FAKULTAS EKONOMI*. Universitas Andalas Padang, 2016.
- Aulia, Mila, Ridya Nur Laily, and Mardliyaton Nahdliyah Putri. "Pembacaan Surat Al-Waqi'ah Dan Ayat-Ayat Rezeki Sebagai Potret Ritual Keagamaan." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 4, no. 1 (2023): 9–28. <https://doi.org/10.52593/mtq.04.1.02>.
- Aulia, Muhammad Ghozil, and Jauharotun Nafiisah. "Internalisasi Nilai-Nilai Pembelajaran Al-Qur'an Kehidupan Siswa : Studi Kasus MTsN 1 Bantul Hadis Dalam Kehidupan Siswa: Studi Kasus MTsN 1 Bantul." *Heutagonia: Jurnal of Islamic Education* 3, no. 1 (2023): 63–75.
- Ayamgepreksai. "Ayam Geprek Sa'i." PT. Ukhuwah Berkah Semesta, n.d. <https://ayamgepreksai.com/>.
- Azmi, Tarmizul Manan. "Al-Qur'an Dan Internalisasi Nilai-Nilai Integrasi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK)." Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 2023.
- Citriadin, Yudin. *Metode Penelitian Kualitatif (Suatu Pendekatan Dasar)*. Sanabil Creative. 1st ed. Mataram: Sanabil Creative, 2020.
- Driya, Putu Dhanu, I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, and I Made Ardwi Pradyana. "Teknik Pengumpulan Data Pada Audit Sistem Informasi Dengan Framework Cobit." *INSERT : Information System and Emerging Technology Journal* 2, no. 2 (2022): 70. <https://doi.org/10.23887/insert.v2i2.40235>.
- ekonomi, politik, kelompok kajian. "Rentannya Mesin Pertumbuhan Ekonomi." *LPEM FEB UI III* (2024): 1–26.
- Eri Nur Azizah, Suryati Suryati, and Candra Darmawan. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin)." *Social Science and Contemporary Issues Journal* 1, no. 1 (2023): 58–68. <https://doi.org/10.59388/sscij.v1i1.21>.
- ESQ, Traning. "CCS, 5 BUMN Susun Dan Aplikasikan 10 Steps of AKHLAK Activation Di Lingkup Masing-Masing." Esq Traning, 2021. <https://esqtraining.com/ccs-5-bumn-susun-dan-aplikasikan-10-steps-of-akhlak-activation-di-lingkup-masing-masing/>.
- Estu, Nicky, and Putu Muchtar. "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an Dan Hadis Pada Mahasiswa." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 8, no. 2 (2025): 1–17.
- Fathi Ismail Hawari, and Nabhan Fadhillah. "Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Praktik Manajemen Perusahaan." *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2023): 919–28.
- Fauziyah, Hikmah, Dedi Mulyadi, and Sungkono. "Pengaruh Kenaikan Biaya Bahan Baku Terhadap Modal Dan Pendapatan Pada Usaha Telur Asin Mekar

- Rahayu Di Desa Jayamukti.” *PENG: Jurna; Ekonomi Dsn Manajemen* 1, no. 2 (2024): 47–54.
- Firmansyah, Ivan. *Internalisasi Nilai-Nilai Al-Qur’an*. Bantul: Jejak Pustaka, 2024.
- Firmansyah, Ivan, Muid Nawawi, and Muhammad Suaib Tahir. “Internalisasi Ayat Al-Qur’an (Studi Living Qur’an Di Perguruan Pagar Melayu Silat Kamenyan Putih Provinsi Jambi).” *JCS: Journal of Comprehensive Science* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Fitriyani, Risa, and Mohamad Faozi. “Determinan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Penjual Pakaian Di Pasar Tradisional Karangobar Banjarnegara).” *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2023): 142–62. <https://doi.org/10.37252/jebi.v2i2.505>.
- Group, Al-Fatih. “Al-Qur’an Karim (Tafsir Perkata Tajwid Kode Arab).” Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2022.
- Hakim, Arvin Noer. “Analisis Bangunan Rumah Makan Menggunakan Metode Swot: Studi Kasus Ayam Geprek Sa’i Majenang.” *Jurnal Teknologi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2022): 23–31. <https://doi.org/10.37087/jtb.v4i1.80>.
- Harahap, Sunarji. *Entrepreneurship Dalam Perspektif Islam*. Medan Merdeka. 1st ed. Lhokseumawe: CV. Radja Republika, 2020. <https://medanmerdeka.com/kolom/entrepreneurship-dalam-perspektif-islam/>.
- Harfania, Fedika. “Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek SA ’ I Yogyakarta).” *Jurnal Fakultas Ekonomi*, no. 3 (2018): 581–91.
- Hayati, Nurfitri Harkunti Kemala, Dadang Husen Sobana, and Iir Abdul Haris. “Analisis Zakat Pt. Bank Muamalat Indonesia : Firm Size, Roa, Dengan Laba Operasional Sebagai Intervening.” *Finansha: Journal of Sharia Financial Management* 3, no. 2 (2022): 27–42. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v3i2.20867>.
- Hilda, Anna Maria. “Manajemen Sumber Daya Manusia Berkelanjutan : Praktik Terbaik Untuk.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 1 (2024): 182–87.
- Istiqomah, N H, I S Nisa, and Latifatul Husniyah. “Pemasaran Islami: Mengoptimalkan Potensi Pasar Dengan Prinsip Keadilan Dan Etika Ekonomi Islam.” *Al-Musthofa: Journal of Sharia Econimics* 07, no. 01 (2024): 1–14. <http://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/musthofa/article/view/2755>.
- Khan, Dr. Muhammad Muhsin. *Sahih Al-Bukhari (The Translation of the Meanings of Sahih Al-Bukhari)*. DARUSSALAM Publishers and Distributors. Ritadh: DARUSSALAM Publishers and Distributors, 2007.
- Khasanah, Selfi Noor, and Muttaqin Choiri. “Implementasi Syariah Compliance Terhadap Usaha Dan Produk Ayam Geprek Sa’i.” *Jurnal Kaffa* 2, no. 3 (2023): 106–19.

- Kristanti, Desi, Ni Luh Kardini, Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati, Suprianto, and Bambang Irawan. *Etika Bisnis*. I. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Kurniawan, Heikelindra, Reza Umamah, Nesya Zuhrah, and Vina Mahdalena. "Tantangan Terbesar Dalam Pembangunan Berkelanjutan : Upaya Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Yang Rendah Di Kalangan Masyarakat Di Kota DKI Jakarta The Biggest Challenge in Sustainable Development : Efforts to Increase Low Environmental Awareness among Th." *Translitera* 13, no. 2 (2024): 29–37.
- Kuswarno, Engkus. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- Lativia, Elva, Tuti Kurnia, and Wildan Munawar. "Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor." *Jurnal Iqtisaduna* 8, no. 2 (2022): 80–97.
<https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32078>.
- Linda Norhan, and Wiwiek Nurkomala Dewi. "Mengasah Kepedulian Dan Spiritual Generasi Z Melalui Kegiatan Ramadhan 1444 H." *Jurnal Pengabdian UCIC* 1, no. 3 SE-Articles (2023): 1–11.
<https://jpucic.id/index.php/jpucic/article/view/57>.
- Lubis, Shety Sugiarti, Sri Anjani, Della Alvionita, Dini Vientiany, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, Universitas Islam, and Negeri Sumatera. "Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Manajemen Kreatif Jurnal* 3, no. 1 (2025): 10–22.
- Lubis, Yasser Muda. "Al-Qur'an Sebagai Sumber Etika Dalam Bisnis Dan Ekonomi Kontemporer." *Raqib: Jurnal Studi Islam* 1, no. 2 (2024): 158–86.
- Mansyur, Zaenudin, Universitas Islam, and Negeri Mataram. "Konsep Laba Berkah Dalam Perdagangan Syariah." *Asy-Syari'ah* 24, no. 2 (2023): 231–52. <https://doi.org/10.15575/as.v24i2.16733>.
- Maulidya, Dini. "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Syariah." *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2025): 257–66.
- Muyassaroh, Ahmad Arifai, and Mutafiyanti. "Evaluasi Internalisasi Nilai-Nilai Quran Pada Kurikulum Kampus Merdeka-Merdeka Belajar Pada IAIQ Indralaya Ogan Ilir." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, no. 12 (2022): 1605–19.
- Nahdliyah, Amirotun, and Kuny Aminah Fu'ad. "Pendidikan Al-Qur'an Prespektif Imam Al-Ghazali Dalam Membentuk Karakter Santri." *Proceedings ICEM: Proceeding of International Conference on Educational Management* 2, no. 1 (2024): 137–48.
- Nofrianto, Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia | Nashr Akbar Nur Kholis, and Suci Aprilliani Utami. *Pengantar Ekonomi Syariah. Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*. Jakarta: Depaartemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021.
- Nurjanah, Siti. "Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Strategi Nilai: Peran

- Market Positioning.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 1 (2021): 91–102.
<https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/269>.
- Nursapiah. *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing. 1st ed. Vol. 1. Medan: Wal ashri Publishing, 2020.
- Olivia, Jogita. “Peran Branding Dalam Membangun Brand Yang Kuat Sebagai Langkah Strategis Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kecamatan Curug , Kabupaten Tangerang.” *Bisnis, JEBS: Jurnal Ekonomika Dan* 5, no. 2 (2025): 498–503.
- Panjaitan, Chairun Nisa, and Sarah Febrian. “Integrasi Perspektif Bisnis Islam : Definisi , Pentingnya , Etika , Dan Landasan Dalam Al-Quran Sebagai Panduan Praktik Bisnis Berkelanjutan.” *JINU: Jurnal Ilmiah Nusantara* 2, no. 2 (2025): 510–22.
- Pewangi, Mawardi. “Hubungan Kerja Dan Ketenagakerjaan Perspektif Islam.” *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 01, no. 2 (2010): 79–91.
- Puspitasari, Ria, and Nur Nailil Muna. “Tradidi Pembacaan Surat Al-Waqi’ah Studi Living Qur’an Di Pondok Pesantren Mazro’atul Lughoh Pare - Kediri.” *Ar-Rosyad: Jurnal Keislaman Dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2023): 31.
- Raharjo, Dawam. *Ensiklopedi Al-Qur’an (Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci)*. Vol. 2. Jakarta: Paramadina, 2002.
- Rahma, Nurida Maulidia. “Struktur Organisasi Pasca Kebijakan Penghapusan Eselon Iii-Iv: Studi Kasus Pddi Lipi.” *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi* 17, no. 2 (2020): 255–72.
<https://doi.org/10.31113/jia.v17i2.607>.
- Rahmaini, A. “Etika Ta’amul Dengan Alquran (Analisis Terhadap QS Al-Baqarah Ayat 121 Studi Komparatif Tafsir Ibnu Katsir Dan Tafsir Al-Azhar).” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2022.
- Rakhmanto, Bonny, Masyhudzulkhak, and Badawi Ahmad Saluy. “Pengaruh Kepemimpinan Dan Integritas Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Komisi Pemberantasan Korupsi).” *Jurnal Indikator* 5, no. 1 (2021): 1–16.
- Razak, Rusli. “Analisis Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Mewujudkan Keberdayaan Dan Kesejahteraan Masyarakat (Study Kasus PT. Vale Indonesia Di Kab. Luwu Timur).” *PROGRAM DOKTOR SOSIOLOGI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS*. Universitas Hasanuddin Makassar, 2022.
- Ridwansyah. “Mediasi Kerja Ikhlas Antara Perilaku Kerja Terhadap Keterlibatan Dan Budaya Kerja Guru.” *MDP Student Corference* 2 (2023): 507–14.
- Riza, Akmal, and Nurraiyan Anadila. “Shariah Governance, Reputasi Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah.” *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 6, no. 1 (2024): 1–14.

- Rokan, Mustafa Keman. *Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah SAW. Dalam Berbisnis. Kelompok Penerbit Bintang*. Vol. 1. Bandung: Penerbin Bunyan, 2019.
- Roziqin, Muhammad Zainul, and Lilis Sugi Rahayu Ningsih. "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang)." *BIMA : Journal of Business and Innovation Management* 5, no. 2 (2023): 197–204. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.5664>.
- Safitri, Muharofah Nur, M. Tubi Heryandi, Muzammil, and Iro Waziroh. "Menanamkan Nilai Nilai Qur'ani Dalam Membangun Karakter Santri." *Edukais: Jurnal Pemikiran Keislaman* 6, no. 2 (2022): 39–52.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif. Pustaka Ramadhan*. Vol. 1. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Setiobudi, Auditia, Christina Sudyasjayanti, and Arya Asraf Danarkusuma. "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesediaan Untuk Membayar." *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)* 17, no. 3 (2021): 238–52. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>.
- Sifa', Moh. Agus, and Zaenal Azis Muctharom Moch. "Analisis Fluktuasi Keuntungan Mitra Bisnis Franchise Ayam Geprek Sa'i Dengan Sistem Persentase: Pendekatan Dari Aspek Manajemen Pemasaran Syariah." *Journal of Islamic Banking* 4, no. 1 (2023): 67–76.
- Siregar, Edison. *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*. I. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021. <http://repository.uki.ac.id/5051/>.
- Sismanto. "Makna Mujahadah Pada Perilaku Pengusaha Muslim Bisnis Kuliner Di Kabupaten Kutai Timur." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024.
- Sope, Akbar Saleh. "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan." *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2023): 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>.
- Suardi, Didi. "Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam." *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2021): 321–34.
- Suardin, Muhammad Yusnan, Kadar Risman, Abdul Rahim. "Pelatihan Kepemimpinan Baitul Arqam Dasar Dalam Membangun Soliditas Gerakan Dakwah Yang Berintegritas Pada Pemuda Buton Tengah." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi* 1, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.
- Suhadarliyah, Hesti Umiyati, Puri Swastika Gusti Krisna Dewi, and Dasa Rahardjo. "Kegiatan Jumat Berkah, Meningkatkan Kesadaran Berbagi." *Bhaktimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 33–39.
- Tanod, Jessica T.V, Bernhard Tewal, and Genita G Lumintang. "Pengaruh

- Penerapan Good Governance, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Lsm Manengkel Solidaritas Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 4 (2019): 4849–58.
- Teguh, Muhammad, Harunnurrasyid Harunnurrasyid, Ariodillah Hidayat, Imelda Imelda, Shelly Febriana Kartasari, and Liliana Liliana. “Pelatihan Kewirausahaan Dan Perencanaan Usaha Masyarakat Di Desa Ulak Kembahang II, Pemulutan Barat, Sumatera Selatan.” *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services* 3, no. 2 (2022): 129–38.
<https://doi.org/10.29259/jscs.v3i2.86>.
- Thalib, Mohamad Anwar. “Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya.” *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 44–50.
<https://doi.org/10.23960/seandanan.v2i1.29>.
- ULFA, RISDIANA. “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sirela Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di Bmt Walisongo Mijen.” *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2017, 13–26.
- Ummah, Masfi Sya’fiatul. “Nilai-Nilai Qur’ani Dan Internalisasinya Dalam Pendidikan.” *AL-Manar* 11, no. 1 (2019): 136–49.
- Warjo, Warjo, Vita Dhamera, and Judiman Judiman. “Agama Islam Sebagai Tata Nilai Kehidupan Bisnis Ber-Etika.” *CENDEKIA Jaya* 1, no. 2 (2019): 59–72.
<https://doi.org/10.47685/cendekia-jaya.v1i2.35>.
- Yogasara, Fadli Ahmad, and Fuad Mas’ud. “Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Berbasis Islam (Studi Kasus Hotel Haz Syariah Semarang).” *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 1 (2021): 54–75.
- Yunus, M. “Internalisasi Nilai-Nilai Living Quran Di Pondok Pesantren Roudhotul Quran Tlogo Anyar Lamongan.” *JIRS: Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 1 (2023): 146–53.
- Yusanto, Yoki. “Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif.” *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1, no. 1 (2020): 1–13.
- Yusuf, Muhammad, Ahmad Mufakhir, and Muhammad Jihan Rezia. “Peran Pengajian Rutin Mingguan Dan Manfaatnya Dalam Pemahaman Keagamaan Bagi Masyarakat.” *Jurnal Bimbingan Konseling* 9, no. 2 (2023): hlm. 185.
- Yuyuk Liani. “Loyalitas Karyawan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Lensa Informatika Surabaya.” *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 20, no. 1 (2023): 2023.
- Zahrokh, Nuriatu. “Internalisasi Nilai-Nilai Al-Qur’an Di Pondok Pesantren Tahfidz Nurul Ihsan Jeruklegi Tahun 2021.” Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA), 2022.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



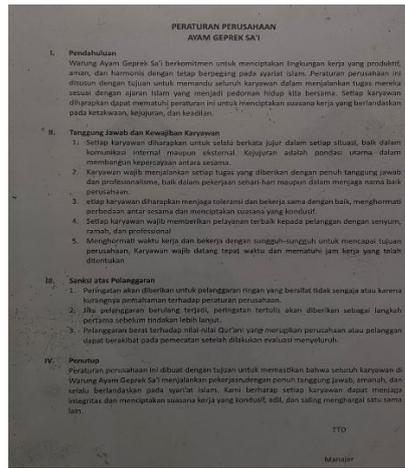
Pengajian mingguan



Sedekah Jumat



Pembacaan Surat Al-Waqiah



Peraturan Perusahaan



Wawancara manager Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat



Wawancara manager Warung Ayam Geprek Sa'i Soekarno Hatta



Wawancara Karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari



Wawancara karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari



Wawancara manager Warung Ayam Geprek Sa'i Rampal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1788/Ps/TL.00/5/2025

20 Mei 2025

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Manager/Karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Rampal

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Muhammad Amin Muthohar
NIM : 230204210023
Program Studi : Magister Studi Islam
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A
Judul Penelitian : Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani Pada Pelaku Bisnis
(Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : byv4wScB



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1679/Ps/TL.00/5/2025

14 Mei 2025

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Manager/Karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Soekarno Hatta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Muhammad Amin Muthohar
NIM : 230204210023
Program Studi : Magister Studi Islam
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A
Judul Penelitian : Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani Pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1677/Ps/TL.00/5/2025

14 Mei 2025

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Manager/Karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Merjosari

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Muhammad Amin Muthohar
NIM : 230204210023
Program Studi : Magister Studi Islam
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A
Judul Penelitian : Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani Pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1677/Ps/TL.00/5/2025

14 Mei 2025

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Manager/Karyawan Warung Ayam Geprek Sa'i Sulfat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Muhammad Amin Muthohar
NIM : 230204210023
Program Studi : Magister Studi Islam
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A
Judul Penelitian : Internalisasi Nilai-Nilai Qur'ani Pada Pelaku Bisnis (Studi Fenomenologi di Warung Ayam Geprek Sa'i Kota Malang)

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : UaqNILUU

BIODATA PENULIS

Nama : Muhammad Amin Muthohar

NIM : 230204210023

TTL : Pemalang, 17 Oktober 2001

Program Studi : Magister Studi Islam

Fakultas : Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Tahun Masuk : 2023

Alamat : Ds. Gedeg Rt. 03 Rw. 01 No. 22, Kec. Comal, Kab. Pemalang,
Prov. Jawa Tengah

E-mail : 230204210023@student.uin-malang.ac.id