



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

ISSN: 2527 - 6344 (Print)

ISSN: 2580 - 5800 (Online)

Website: Website: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>

Volume 4, No. 2, 2019 (1-24)

Kampanye Bisnis Islami : Konsep Pembudayaan dan Pemberdayaan Ekonomi Islam di *Waroeng Steak & Shake* Yogyakarta

Arin Setiyowati¹

Arin.st@fai.um-surabaya.ac.id

Abstrak

This study aims to determine whether How is the spirit of Islamic economics is able to be a catalyst in the dimensions of service quality in branch *Waroeng Steak and Shake* (WS), Yogyakarta with a research focus on the strategies of acculturation and economic empowerment of the spirit of Islam. The method used is qualitative, with the approach of observation and interviews with informants internal objects and visitors in-depth research, the technique of non-purposive random sampling. Simultaneously, it can be concluded that the business strategy with the P2 approach (acculturation and empowerment) of Islamic economics (one of them through Islamic business ethics) can be value added to *Waroeng Steak and Shake*(WS) in the eyes of the customer, and the multiplier effect of the internal WS with increasing turnover (size material), increasing the power of faith (the size of the non-material) for all employees. While no doubt also customer satisfaction and most importantly, the social effects of the mustadz'afin parties (social) automatically also feel its impact.

Kata Kunci : *Waroeng Steak and Shake, Acculturation, Empowerment, Islamic* Islamic business ethics.

¹Dosen Perbankan Syariah FAI UMSurabaya

1. Pendahuluan

Dewasa ini setiap negara dihadapkan pada tantangan baru dari perkembangan ekonomi dunia yang makin mengglobal. Seperti disinyalir oleh Kenichi Ohmae, bahwa era globalisasi dan perdagangan bebas ditandai oleh menipisnya batas antarnegara (*Borderless World*), yang kemudian diikuti oleh menipisnya batas antar pasar domestik dengan pasar internasional dan antara daerah langka sumberdaya ekonomi dengan daerah surplus sumberdaya ekonomi. Menipisnya batas antarnegara dan antar pasar menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Implikasinya, pertimbangan keunggulan komparatis akan bergeser menjadi pertimbangan keunggulan kompetitif. Kesempatan yang muncul dari ekonomi yang terbuka tersebut hanya dapat dimanfaatkan oleh wilayah, sektor, atau golongan ekonomi yang lebih maju, bukan oleh wilayah, sektor, dan golongan ekonomi yang masih tertinggal.²

Hal tersebut terbukti melalui hubungan bilateral maupun antar regional yang sudah mulai berkelompok-kelompok baik atas kedekatan wilayah, kesamaan budaya, maupun tendensi politik dalam bingkai integrasi ekonomi. Kahir-akhir ini mulai terdengar riuh MEA (Masyarakat ekonomi ASEAN), pencetus mata uang besama untuk negara-negara Eropa berupa EURO, APEC, WTO dan sebagainya. Tiada lain misi dari persarikatan tersebut adalah semakin mempertipis batas antar negara dan budayanya terutama dalam hal perekonomian melalui penghabusan tarif masuk barang maupun tanpa pembatasan kuota masuknya barang ke masing-masing anggota. Hal ini sangat positif dalam memperlancar sirkulasi perdagangan antar negara sehingga supply dan demand atas suatu produk dapat dengan mudah diakses oleh konsumen maupun produsen. Yang menjadi masalah disini adalah akan sangat mengancam bagi negara-negara kecil dan berkembang yang belum cukup memiliki ketahanan atas budaya, produk industri, maupun sumberdaya alam dan manusianya. Hal ini sama halnya dengan membiarkan 'kura-kura bertarung dalam lomba lari dengan kelinci', artinya ada *gap* kemampuan berdaya antara negara-negara kecil dan berkembang dengan negara-negara yang telah maju baik dari segi IPTEK maupun sumber daya manusianya (SDM). Sehingga perlu menjadi pertimbangan bagi para pengambil kebijakan dalam keikutsertaannya dalam segala *agreement* yang menyangkut nasib hidup rakyat Indonesia, apakah masuk kategori 'sudah mampu bersaing' atau belum.

Dari fenomena di atas, maka dapat ditelisik bahwa dalam upaya pembangunan nasional perlu ada kombinasi seimbang antara pembangunan fisik dengan non fisik, maksudnya pembangunan dalam arti



² Sumodiningrat, Gunawan, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat : Kumpulan Esai tentang Penanggulangan Kemiskinan*, 1997, Jakarta : Bina Rena Pariwisata, hal 3.

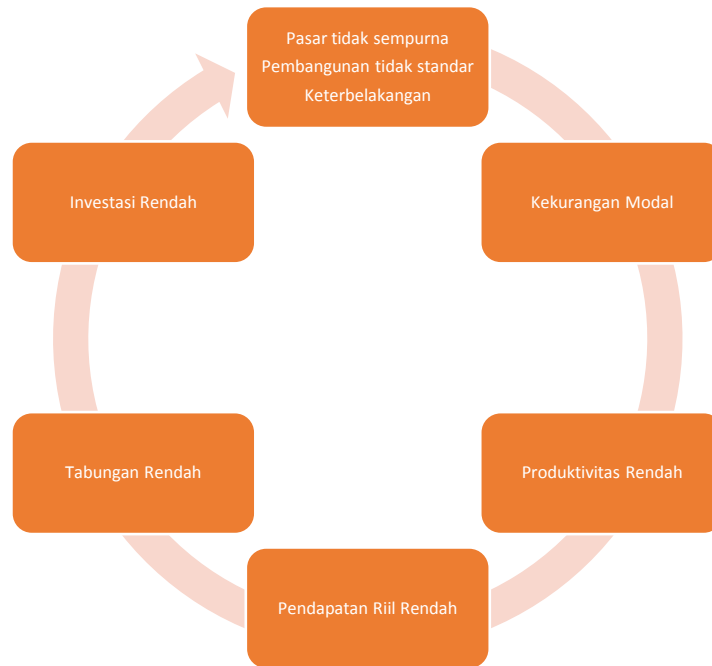
IPTEK yang harus dibarengi dengan pembangunan masyarakat Indonesia secara utuh. Selain melalui jalur pendidikan, upaya pemberdayaan masyarakat sendiri merupakan upaya dalam memandirikan masyarakat sehingga mampu bertahan menghadapi gempuran produk dan paradigma dari Barat, melalui perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Konsep pemberdayaan masyarakat sebagai suatu pemikiran, sekali lagi tidak dapat dilepaskan dari paradigma pembangunan yang berpusat pada rakyat. Artinya paradigma pembangunan diarahkan pada pemberian kedaulatan kepada rakyat untuk menentukan pilihan kegiatan yang paling sesuai bagi kemajuan mereka masing-masing. Pemikiran ini pada dasarnya menempatkan masyarakat atau rakyat sebagai pusat perhatian dan sekaligus sebagai pelaku utama pembangunan. Pandangan ini muncul sebagai tanggapan atas keadaan kesenjangan yang muncul dalam masyarakat.

Kesenjangan tersebut muncul karena adanya ketidakmerataan maupun ketidakadilan dalam distribusi pendapatan dan kekayaan pada masing-masing warga negara. Kesenjangan ini perlu direspon dengan memahami pembangunan sebagai perubahan struktur, upaya peningkatan kemampuan masyarakat, penguasaan teknologi, dan pemupukan modal yang benar merupakan kunci dari pengembangan ekonomi rakyat yang tumbuh berkembang. Proses pemupukan modal yang benar muncul dari dalam sendiri, yakni dari masyarakat, oleh masyarakat, untuk dinikmati masyarakat. Dengan pengertian tersebut setiap anggota masyarakat disyaratkan berperan serta dalam proses pembangunan (*full employment*), mempunyai kemampuan sama (*equal productivity*), dan bertindak rasional (*efficient*).³ Sehingga kemandirian usaha dapat diwujudkan melalui penciptaan akumulasi modal yang bersumber dari penciptaan akumulasi modal yang bersumber dari peningkatan surplus yang dihasilkan, alhasil dapat menciptakan pendapatan yang memadai.

Kerangka pemikiran tersebut dilandasi oleh pemikiran Nurkse, yang mensinyalir bahwa : “*a poor country is poor because it is poor*” (negara miskin itu miskin karena dia miskin), yang mana termanifestasi dari Lingkaran Kemiskinan sebagai berikut :⁴

³ Ibid, hal 7.

⁴ Nurse, Ragnar, *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*, Basil Blackwell, Oxford, 1953 dalam Sumodiningrat, Gunawan, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat : Kumpulan Esai tentang Penanggulangan Kemiskinan*, 1997, Jakarta : Bina Rena Pariwara, hal 7-8.



Bagan di atas menjelaskan bahwa kemiskinan diawali oleh faktor eksternal/ struktural (ketidaksempurnaan pasar, pembangunan di bawah standar, dan keterbelakangan) dan faktor internal pelaku pembangunan (kurangnya modal), yang kemudian menyebabkan rendahnya pendapatan riil, yang mengakibatkan rendahnya tingkat tabungan, dan kemudian berujung pada rendahnya investasi. Dan alur tersebut akan kembali pada titik awal yaitu kurangnya modal, yang selanjutnya berputar kembali ke alur atas. Sedangkan langkah untuk memecahkan permasalahan kemiskinan diharuskan memutuskan tali lingkaran kemiskinan tersebut. Usaha pemecahan masalah tersebut harus mampu mengatasi permasalahan internal (minimnya modal), sekaligus masalah eksternal atau struktural yang dihadapi oleh pelaku pembangunan.

Sehingga kemiskinan disini dapat dibedakan dalam tiga pengertian, yaitu kemiskinan absolut, kemiskinan relatif atau kemiskinan struktural, dan kemiskinan kultural.⁵ Kemiskinan absolut disini dimaknai ketika tingkat pendapatan seseorang di bawah garis kemiskinan atau sejumlah pendapatannya tersebut tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup minimumnya, misal sandang, pangan dan papan. Kemiskinan relatif adalah ketika pendapatan seseorang sudah di atas garis kemiskinan, namun relatif lebih rendah dibanding pendapatan masyarakat sekitarnya, kemiskinan ini juga erat dengan pembangunan yang bersifat struktural (adanya ketidakmerataan). Kemiskinan kultural mengacu pada sikap seseorang atau masyarakat (faktor budaya) yang malas untuk berusaha

⁵ Ibid, hal 18.

dalam rangka memperbaiki tingkat kehidupan meskipun sudah ada upaya bantuan dari pihak luar dari dirinya.

Ketiga ragam kemiskinan di atas, masyarakat Indonesia mempunyai ketiga-tiganya, maka perlunya integrasi konsep maupun program pengentasan kemiskinan yang tajam serta mampu menembus beragam tipe kemiskinan di atas, serta perlu adanya kerjasama dari segala lini baik pemerintah, akademisi, maupun praktisi ekonomi dalam pengentasan kemiskinan. Yang mana ketiga subyek tersebut mewakili wewenang antara lain sebagai konseptor, regulator dan aktor.

Sedikitnya ada dua macam perspektif yang lazim dipergunakan untuk mendekati masalah kemiskinan, yaitu perspektif kultural dan perspektif struktural atau situasional.⁶ Masing-masing perspektif tersebut memiliki tekanan, acuan dan metodologi tersendiri yang berbeda dalam menganalisis masalah kemiskinan. Perspektif kultural mendekati pada tingkat analisis individual, keluarga dan masyarakat. Pada tingkat individu lebih pada karakter personal, apakah pemalas, pasrah pada nasib, boros, tergantung dan inferior. Tingkatan keluarga meliputi anggota keluarga yang besar dan tulang punggung keluarga yang minim, atau pernikahan di usia muda. Sementara pada level masyarakat, kemiskinan terutama ditunjukkan oleh tidak terintegrasinya kaum miskin dengan institusi-institusi masyarakat secara efektif. Mereka selalu diposisikan sebagai obyek yang perlu 'digarap' daripada sebagai subyek yang perlu diberi peluang untuk berkembang. Menurut perspektif situasional, kemiskinan dilihat sebagai dampak dari sistem ekonomi yang mengutamakan akumulasi modal dan produk-produk teknologi modern. Dan pada titik inilah menjadi tumpu pembangunan diorientasikan pada pertumbuhan ekonomi dengan program-program di antaranya berbentuk intensifikasi, ekstensifikasi dan komersialisasi pertanian untuk menghasilkan pangan sebesar-besarnya guna memenuhi kebutuhan nasional dan ekspor. Yang pada akhirnya hanya mereka-mereka pemilik modal yang menikmati. Dengan kondisi seperti itu, maka ketimpangan sosial semakin menganga dalam realitas kehidupan sosial Indonesia. Sehingga dalam sebuah 'guyonan' dinyatakan bahwa sebenarnya tidak ada masalah dalam kemiskinan, masyarakat masih bisa hidup tenang dan damai, namun yang menjadi monster menakutkannya adalah ketimpangan. Karena dengan adanya ketimpangan dapat menyulut konflik sosial yang melebihi krisis ekonomi sekalipun, artinya berdampak sistemik, mulai dari sosial, ekonomi, politik sampai pada ranah budaya.

Melihat realita tersebut khususnya Indonesia, pada perkembangan terakhir, pemberdayaan masyarakat telah menempatkan dirinya sebagai pendekatan yang banyak dianut dan mewarnai berbagai kebijakan



⁶ Usman, Sunyoto, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998, hal 128.

pembangunan masyarakat.⁷ Paradigma ini merupakan reaksi dari paradigma pembangunan sebelumnya, yaitu paradigma pertumbuhan. Perspektif pertumbuhan inilah mendominasi kebijakan dan program-program pembangunan masyarakat dalam kurun waktu yang cukup panjang. Perspektif pertumbuhan sangat berorientasi pada peningkatan produktivitas tersebut sering mengabaikan pendekatan yang humanistis. Manusia dan masyarakat kurang dihargai harkat dan martabatnya, sehingga lebih ditempatkan sebagai obyek dibandingkan kedudukannya sebagai subyek. Apabila perspektif pertumbuhan ini dikombinasikan dengan pendekatan stabilitas, maka semakin terasa penempatan masyarakat dalam posisi yang marginal. (Soetomo, 2013, hal 66) Perspektif pertumbuhan tersebut awalnya diekspektasikan mampu menyelesaikan persoalan kemiskinan, karena dengan angka pertumbuhan yang meningkat, maka otomatis akan menetes ke level bawah yang menjadi pemerataan. Namun asumsi tersebut terbantahkan dengan bertumpu pada karakter para elite Nasional yang menguasai sebagian besar aset-aset di Indonesia semakin kaya melalui korportokrasi-nya, yang semakin memiskinkan masyarakat miskin yang tidak memiliki modal. Sehingga tidak salah ketika asumsi yang digunakan oleh pemikiran yang merupakan kritik terhadap pendekatan yang digunakan oleh paradigma pertumbuhan adalah bahwa masyarakat terutama pada tingkat komunitaslah yang paling mengetahui kebutuhannya. Dengan demikian, apabila masyarakat pada tingkat komunitas tidak diberi kewenangan dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan, maka program pembangunan yang dilaksanakan sebagai implementasi perencanaan, akan mempunyai relevansi yang rendah karena kurang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh sebab itu, menjadi wajar apabila hasil berbagai program pembangunan kurang menyentuh kebutuhan mereka, sehingga tidak memiliki dampak bagi peningkatan taraf hidup.⁸

Dalam perspektif pemberdayaan inilah yang disinyalir sebagai antitesis dari perspektif pertumbuhan diharapkan mampu memanusiasikan masyarakat. Artinya mengubah posisi masyarakat yang marginal dan *powerless* dibuat menjadi lebih berdaya. Dengan demikian pendekatan pemberdayaan masyarakat didasari pokok pikiran dari teori pembangunan yang berpusat pada rakyat (*people centered development*) yang dalam implementasinya dijabarkan ke dalam pendekatan pemberdayaan masyarakat adalah sebuah pendekatan yang memberikan kesempatan, wewenang lebih besar kepada masyarakat lokal untuk mengelola proses pembangunan.



⁷ Soetomo, *Pemberdayaan Masyarakat : Mungkinkah Muncul Antitesisnya?*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013), hal 65.

⁸ Ibid, hal 67-68.

Alhasil, kesangksian pada luran tangan pemerintah melahirkan letupan-letupan spirit berkoloni berbasis theologis maupun ideologis mewarnai dalam proses berbangsa dan bernegara secara umum dan di tiap lokal-lokal daerah, walau tanpa dipungkiri ada faktor eksternal (dari luar negeri) yang memvirukan ke dalam negeri, namun karena terpaut satu ideologis dengan sumber wahyu yang sama menjadikan tumpuhan kuat spirit yang dibawa tidak berubah orientasinya. Yakni gejala ber-Islami maupun Ber-syariah dalam segala lapangan hidup baik sebagai individu, umat, maupun warga negara. Yang awalnya hanya melalui lembaga-lembaga formal (dalam hal ini keberanian ada karena dukungan dari *legal institution* dan pengakuan secara resmi dari seluruh masyarakat), namun beberapa tahun terakhir dimulai dari bidang ekonomi, hukum maupun politik yang dirujuk pada wahyu yakni Islam *Rahmatan lil 'Alamin*.

Fokus pada tulisan ini adalah terkait *shock culture* yang menjadi tumpuan dalam hal ber-ekonomi di tengah-tengah persaingan global. Bukan saatnya lagi hanya menggantungkan pada lapangan pekerjaan yang disediakan oleh pemerintah melalui penjaringan PNS (pegawai Negeri Sipil) maupun pekerja di perusahaan swasta. Dalam hal ini terkait bisnis Islami yang menjadi simpul arus pengaliran hasrat berusaha para *entrepreneur* Muslim dengan tetap setia pada ajaran Islam dalam hal ekonomi. Bisnis Islami sekaligus simbol identitas Muslim juga sebagai langkah berani untuk keluar dari zona nyaman dalam karir, artinya sudah bukan rahasia umum kalau dalam bisnis dibutuhkan keberanian untuk sukses dan rugi. Sebelum laris manisnya dunia perbankan yang semarak dengan label syariahnya, Koperasi syariah (BMT), Pasar modal syariah beserta perangkat-perangkatnya dan sebagainya. Sampai menjalar dalam hal bisnis Islami. Kesemua varian usaha dalam bisnis Islami baik tersebut secara langsung menggunakan nama dan simbol agama, hal ini tidak lepas dari niat dan upaya untuk perbaikan etika dagang, etika bertransaksi dan etika bisnisnya. Artinya langkah syiar lewat jalur ekonomi.

Parelisme historis tersebut dapat berarti bahwa telah terjadi proses kembali pada awal suatu zaman baru, setelah kekuatan-kekuatan yang mengubah sejarah berjalan secara sempurna selama satu abas. Parelisme itu dapat pula berarti bahwa sekarang perubahan-perubahan memang sedang terjadi dalam skala dan kecepatan yang lebih, sementara antara perubahan struktural dan kultural tidak sejalan, sehingga terjadi *anomie*⁹ pada perangkat nilai. Anomi terjadi karena kesenjangan antara industrialisasi, teknologisasi, dan urbanisasi di satu pihak, dan konservatisme budaya tradisionalisme di lain pihak. Industrialisme



⁹ perilaku tanpa arah dan apatis: keadaan masyarakat yg ditandai oleh pandangan sinis (negatif) thd sistem norma, hilangnya kewibawaan hukum, dan disorganisasi hubungan antara manusia; gejala ketidakseimbangan psikologis yg dapat melahirkan perilaku menyimpang di berbagai manifestasi:

melahirkan budaya massa yang mengarah pada semangat kolektif dalam tata nilai, teknologisasi telah menuntut penerapan metode teknik dalam segala bidang, dan urbanisasi telah menyebabkan runtuhnya nilai-nilai komunal sebuah masyarakat tradisional. Yang mana reaksi-reaksi tersebut nampak dalam segala bidang.

Di Indonesia, terutama dalam penerapan etika perusahaan yang lebih intensif masih belum dilakukan dan digerakan secara nyata. Pada umumnya baru sampai pada tahap pernyataan-pernyataan atau sekedar *'lips-service'* belaka, karena memang desakan dari pemerintah, walaupun juga belum tampak jelas arah kebijakannya. Adapun praktek penerapan etika bisnis yang paling umum kita jumpai berupa buku saku *"code of conducts"* atau kode etik di masing-masing perusahaan. Dan pemaknaan etika bisnis hari ini pun lebih diimplikasikan pada sikap suatu perusahaan terhadap kepentingan masyarakat (dalam bentuk *social responsibility*), akan tetapi juga berkaitan dengan kepentingan perusahaan.

Tuntutan dunia bisnis yang tinggi dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang semakin profesional. Persaingan yang semakin ketat juga seakan-akan mengharuskan orang-orang bisnis dan manajemennya menjadi profesional jika mereka ingin sukses dalam profesinya. Sehingga berbisnis dalam pandangan Islam adalah bagian dari ibadah. Agar aktivitas bisnis kita selalu bernilai ibadah, maka aktifitas bisnis yang kita lakukan harus dilandasi dengan norma (ketentuan) yang sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan Allah melalui al-Qur'an dan Sunnah. Termaktub dalam konsep ekonomi Islam, bahwa berbisnis (berdagang) merupakan pekerjaan yang diharamkan oleh Allah, maka otomatis dengan mencuatnya bisnis Islami tidak lepas dari mulai lekatnya aplikasi ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini terbukti dengan semakin maraknya perkembangan bisnis halal yang sudah menjadi trend di berbagai negara, karena ada peluang bisnis yang mereka bidik. Bisnis Islami bukan sekedar lembaga keuangan syariah, melainkan restoran, perhotelan dan pariwisata. Salah satu contoh nyata di Indonesia adalah hotel Sofyan (di Jakarta) yang mengoperasikan kinerjanya dengan prinsip-prinsip Islami baik dari pelayanan, penyampaian sampai ke sumber daya manusianya yang mampu meningkatkan profitabilitasnya setelah beralih ke konsep bisnis Islami.

Yogyakarta sebagai kota Pelajar mempunyai peluang yang cukup besar untuk mengembangkan bisnis. Salah satu jenis usaha yang berkembang adalah bisnis kuliner. Perkembangan rumah makan dan industri kuliner meningkatkan lapangan pekerjaan dan investasi. Merembaknya bisnis kuliner meruakan bisnis yang cukup menjanjikan karena segmen pasarnya adalah mahasiswa. Berbagai macam jenis restoran yang memiliki menu mulai dari bercita rasa tradisional, rasa makanan khas

daerah hingga rasa ke-eropa-an hadir di berbagai sudut kota untuk memuaskan lidah konsumen yang sebagian besar adalah mahasiswa. Masing-masing restoran memberikan pilihan kepuasan terhadap konsumennya. Masalah rasa, selera, harga dan fasilitas rumah makan yang ada menjadikan magnet untuk menarik konsumen.

Tulisan ini akan fokus membahas pada salah satu bisnis kuliner bernuansa Islami dengan spesifikasi masakan eropa yakni steak dengan harga terjangkau oleh kantong mahasiswa, Waroeng Steak And Shake yang hadir pertama di Yogyakarta, dan hingga tulisan ini dibuat sudah menjamur di tanah Jawa. Kenapa harus *WaroengSteak And Shake*? Karena salah satu usaha kuliner yang kental nuansa Islami terdapat dalam bisnis kuliner tersebut.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar sosio-kultural di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- Bagaimanakah bentuk aplikasi pembudayaan dan pemberdayaan ekonomi Islam yang dilakukan dalam usaha?
- Bagaimana dampak dari konsep pembudayaan maupun pemberdayaan ekonomi Islam dalam usaha *Waroeng Steak & Shake* ?

3. Landasan Teori

a. Pembangunan Ekonomi Indonesia

Pembangunan dalam pengertian ekonomi murni adalah menunjukkan taraf kemampuan ekonomi nasional suatu negara untuk beranjak dari tahap awal yang relatif statis menuju peningkatan tahunan GNP (*Gross National Product*) secara konsisten sebesar 3 sampai 7% atau lebih, disertai perubahan struktural di bidang agraria, industri dan jasa, produksi dan lapangan kerja. Ditambah lagi sikap hidup semakin rasional dan penerapan teknologi pun meningkat.¹⁰

Studi tentang pembangunan dapat dianggap bermula dari paham klasik tentang ekonomi politik di abad ke delapanbelas, namun akhirnya dapat ditelusuri sampai pada hampir 25 abad yang lalu, ketika Plato dalam salah satu Dialognya meletakkan dasar filosofis tentang hakikat negara sebagai wadah bagi setiap warga negara untuk mencapai eudaimonia, yakni kebahagiaan sejati dan tertinggi. Melalui Adam Smith (1723-1790) yang di dalam *The Wealth of Nations* meletakkan dasar-dasar ekonomi *Laissez Faire* (Ekonomi Bebas) dan abad industri, orang tiba pada zaman pembangunan sebagai suatu gerakan internasional abad kedua puluh.¹¹ Meskipun profil dunia telah berhasil diubah melalui Perang Dunia Kedua, isu masih dikuasai oleh



¹⁰ Ndraha, Taliziduhu, *Pembangunan Masyarakat : Mempersiapkan Masyarakat Tinggal Landas, Cetakan Kedua* 1990, Rineka Cipta, hal 14.

¹¹ Ibid, hal 14.

para ahli ekonomi. Sehingga tidak salah ketika paradigma para perencana pembangunan sangat kental dengan pertumbuhan ekonomi. Sementara laju pertumbuhan ekonomi yang pesat ditandai dengan industrialisasi yang masif, yang mana identik dengan *High Science And Technology* (Ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK)). Otomatis akan membawa ke arah modernisasi, dengan menggeser budaya dan teknologi tradisional membawa implikasi sosial dan mental masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari kegagalan pembangunan fisik yang jika tanpa didukung oleh perubahan dan sikap mental masyarakat dalam menerima, menggunakan, memelihara, dan mengembangkannya, alhasil pembangunan hanya akan menghasilkan 'keringat', artinya pekerjaan yang sia-sia dan membawa kemudharatan. Kondisi inilah yang menjangkiti negara-negara kecil dan berkembang (lazim disebut negara dunia ketiga) termasuk Indonesia.

Pembangunan Nasional Indonesia adalah amanat konstitusi. Baik pembukaan, maupun batang tubuh UUD 1945, mengandung ketentuan-ketentuan tentang cita-cita bangsa. Indonesia yang setidaknya memiliki Ideologi Pembangunan (Pancasila), Hakikat Pembangunan (Pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia), dan strategi pembangunan (trilogi pembangunan : pertumbuhan ekonomi, pemerataan kesejahteraan sosial, dan stabilitas politik).¹² Maka tidak ada lisan lagi bagi aparat eksekutif Negara Indonesia salah kamar dalam menentukan arah kebijakan perekonomian Indonesia jangka panjang. Termaktub jelas dalam Pembukaan UUD 1945 tentang hakikat tujuan pokok suatu negara adalah Melindungi seluruh bangsa dan tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Perlu dicermati bahwa program pembangunan ekonomi Indonesia yang bertumpu pada pertumbuhan ekonomi, yang selama ini dijalankan dan dicanangkan pemerintah yang sebagian besar berasal dari "bantuan" atau investasi luar negeri, tidak dimanfaatkan dan dikelola dengan optimal. Bahkan, investasi di sektor industri yang modalnya berasal dari luar negeri, yang dilakukan untuk mengejar pertumbuhan yang tinggi namun tidak berbasis pada potensi dan pengembangan sumberdaya yang dimiliki dalam negeri, akhirnya pembangunan tidak menumbuhkan daya saing.

Tiga masalah utama pembangunan ekonomi adalah pengangguran, ketimpangan (kesenjangan) baik antara golongan penduduk, antar sektor kegiatan sosial ekonomi maupun antar daerah, serta kemiskinan. Dan ketiganya saling bertalian.¹³ Sehingga berangkat dari sosio-historis konsep ekonomi yang menjadi *benchmark* Indonesia adalah ekonomi kerakyatan atau ekonomi Pancasila. Namun apakah sudah mampu menjawab permasalahan di atas? Penyelewengan bahkan menggadaikan konsep ekonomi yang sudah sesuai dengan nilai-nilai kepribadian bangsa Indonesia diacak-acak oleh oknum-oknum baik akademisi, politisi sampai para birokrat yang telah tersusupi paham ekonomi sosialis maupun liberalis. Masa-masa paham sosialisme setidaknya terhenti pasca G30SPKI. Sementara mafia ekonomi liberalisme (yang sekarang dikenal dengan Neoliberalisme) yang populer dengan sebutan Mafia Berkeley, tak berbentuk namun nyata usahanya dalam menggerogoti benteng ekonomi kerakyatan yang sudah digariskan oleh pendiri bangsa. Mereka menyusupi bagan aparatur pemerintahan baik sisi eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Hal ini terbukti dengan beberapa usaha untuk mengubah pasal 33 UUD 1945 dengan alasan menyesuaikan dengan kaidah perkembangan perekonomian mutakhir, yang menuntut dilakukan pengintegrasian ekonomi nasional terhadap ekonomi internasional, terlebih pasca pembaharuan penafsiran pasal tersebut masa Orde Baru, sehingga tidak ada alasan lagi untuk terus mempertahankan pasal 33 tersebut. Tentu saja hal ini tidak lepas dari agenda Konsensus Washington, yang disusun oleh IMF, Bank Dunia, dan Departemen Keuangan Amerika, yang mana dengan agenda utama ekonomi neoliberal dalam garis besarnya meliputi empat hal ; pelaksanaan kebijakan uang ketat dan penghapusan subsidi, liberalisasi sektor keuangan, liberalisasi sektor perdagangan, dan pelaksanaan privatisasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN).¹⁴

b. Strategi Pembudayaan Dan Pemberdayaan Ekonomi Islam

Secara teoritis strategi pembudayaan dan pemberdayaan ekonomi Islam, bisa dilakukan melalui strategi enkulturasi (*enculturation*) berupa pewarisan tradisi budaya ekonomi Islam maupun lewat strategi akulturisasi (*aculturation*) berupa adopsi tradisi budaya ekonomi Islam. Strategi enkulturasi bisa dilakukan melalui pewarisan budaya berekonomi atau berperbankan Islam oleh mereka yang termasuk dalam penggiat maupun simpatisan ekonomi Islam. Sebagai contoh, dalam sebuah rumah tangga penggiat ekonomi Islam, mestilah terjadi



¹³ Sumodiningrat, Gunawan, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat : Kumpulan Esai tentang Penanggulangan Kemiskinan*, 1997, Jakarta : Bina Rena Pariwara, hal 18.

¹⁴ Baswir, Revrison, *Bahaya Neoliberalisme*, 2009, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal 12.

proses pemahaman konsep dan aplikasi praktis ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari. Para penggiat ekonomi Islam dituntut untuk secara *kaffah* menerapkan ekonomi Islam dalam kehidupan ekonominya. Dalam berhubungan dengan perbankan, ia mestilah hanya berhubungan dengan perbankan syariah, dalam melakukan aktifitas ekonomi lainnya seperti leasing (ijarah), rahn (gadai), dalam kegiatan pasar modal dan pasar uang dll ia juga selalu harus mengacu pada institusi maupun praktik perekonomian yang sesuai dengan syariah Islam. Jika praktik dan aplikasi ekonomi Islam telah diterapkan secara *kaffah* dalam rumah tangganya, maka berikutnya adalah melakukan pewarisan budaya berekonomi Islam tersebut (enkulturasi) kepada anak cucu dan *zuriyat*-nya. Jika hal ini dilakukan juga oleh para simpatisan ekonomi Islam secara serentak, maka hampir bisa dipastikan ekonomi Islam akan mengalami perkembangan yang lebih pesat. Selain itu, proses enkulturisasi ini bisa juga dilakukan lewat proses-proses pendidikan, dimulai dari pendidikan tinggi karena fakultas/jurusan/prodi/minat sudah lebih dulu ada di PT, seterusnya diturunkan lagi ke jenjang pendidikan yang lebih rendah mulai SLTA sd TK. Dalam proses pendidikan ini, proses enkulturasi akan berlangsung terus menerus setiap tahun ajaran baru dan nilai-nilai ekonomi Islam akan terus diwariskan kepada peserta didik baru.

Untuk strategi akulturisasi, proses akulturisasi berjalan revolutif melalui percampuran budaya berekonomi Islam yang sudah lebih dulu eksis dan berkembang di negara-negara Islam di luar Indonesia. Budaya berekonomi Islam yang sudah demikian berkembang di negara-negara tersebut diadopsi dan disesuaikan dengan keadaan budaya dan aturan maupun kehidupan sosial-politik dan ekonomi Islam di Indonesia, untuk akhirnya tumbuh budaya berekonomi Islam yang semakin kuat di kalangan masyarakat Indonesia.

Adapun Pemberdayaan Pemberdayaan merupakan terjemahan dari *empowerment*, sedang memberdayakan adalah terjemahan dari *empower*. Menurut Merriam Webster dan Oxford English Dictionary, kata *empower* mengandung dua pengertian, yaitu: (1) *to give power* atau *authority to* atau memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain; (2) *to give ability to* atau *enable* atau usaha untuk memberi kemampuan.

Konsep pemberdayaan lahir sebagai antitesis terhadap model pembangunan dan model industrialisasi yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut: (1) proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan penguasaan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan masyarakat pengusaha

pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum, dan ideologi yang manipulatif untuk memperkuat dan legitimasi; dan (4) kooptasi sistem pengetahuan, sistem hukum, sistem politik, dan ideologi, secara sistematis akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya (Priyono dan Pranarka: 1996). Akhirnya, yang terjadi adalah dikotomi, yaitu masyarakat yang berkuasa dan manusia yang dikuasai. Untuk membebaskan situasi menguasai dan dikuasai, maka harus dilakukan pembebasan melalui proses pemberdayaan bagi yang dikuasai (*empowerment of the powerless*).

Sehingga unsur utama dari proses pemberdayaan adalah pemberian kewenangan dan pengembangan kapasitas masyarakat. Kedua unsur tersebut tidak bisa dipisahkan, oleh karena apabila masyarakat telah memperoleh kewenangan tetapi tidak atau belum mempunyai kapasitas untuk menjalankan kewenangan tersebut maka hasilnya juga tidak optimal. (Soetomo, 2013) Dan hal ini sayangnya tidak sepenuhnya mampu di-cover oleh pemerintah, sehingga perlu antitesis perubahan pola melalui *bottom-up* dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat oleh masyarakat kelas menengah ke atas (pemilik modal) dalam membuat sentral-sentral pemberdayaan masyarakat melalui beragam wadah misalnya balai atau forum pelatihan maupun usaha mandiri (UMKM).

c. Relevansi Strategi P2 (Pembudayaan dan Pemberdayaan) dalam Pembangunan

Terminologi Pembangunan sangat tidak asing di telinga kita, terutama jika kita mengulas sejarah bangsa saat Orde Baru dengan brand kebijakan REPELITA (Rencana Pembangunan Lima Tahun)-nya. Namun apakah sejatinya definisi dari kata Pembangunan yang substansial untuk solusi kondisi Indonesia kekinian?

Pembangunan sering didefinisikan sebagai proses berkesinambungan peningkatan pendapatan riil per kapita melalui peningkatan jumlah produktivitas sumber daya. Dari sini maka lahirlah konsep-konsep mengenai pembangunan sebagai pertumbuhan ekonomi. Dimulai dari pandangan Adam Smith (1776) bapak ekonomi klasik mengemukakan bahwa pembangunan merupakan proses pertumbuhan dimulai apabila perekonomian mampu melakukan pembagian kerja (*Division of Labour*), yang nantinya meningkatkan produktivitas kemudian mengalir pada peningkatan pendapatan. Kemudian lahir variasi pandangan tentang pertumbuhan ekonomi diantaranya yang menekankan pada akumulasi modal dan peningkatan kualitas sumberdaya manusianya. Sementara model pertumbuhan yang

digulirkan oleh aliran Neoklasik adalah mulai masuknya unsur teknologi yang diyakini berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. (Wrihatnolo dkk, 2007)

Suatu realitas sejarah bahwa kiprah pembangunan di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari pengaruh-pengaruh pikiran besar dunia terutama yang berlaku di negara-negara dunia ketiga. Pengaruh tersebut masuk ke Indonesia bukan semata-mata karena unsur kesengajaan para pemegang kebijakan, namun memang diadaptasi secara sadar terutama melalui jalur-jalur 'pendoktrinan' dengan pelumas pemberian bantuan berupa hutang (pinjaman) yang tentu berasal dari Bank Dunia dan lembaga keuangan dunia lainnya. Namun paradigma hari ini adalah bahwa pembangunan yang hanya berorientasi pada akumulasi modal dan pertumbuhan yang hanya bersifat kuantitatif telah memberikan pengalaman yang ujung-ujungnya menimbulkan dehumanisasi, maka ide bahwa tujuan akhir pembangunan adalah manusianya sendiri mulai dilirik. Menurut UI Haq (1995) bahwa tujuan pokok pembangunan adalah memperluas pilihan-pilihan manusia. Yang mana mempunyai dua sisi, *pertama*, Pembentukan kemampuan manusia, *kedua*, Penggunaan kemampuan manusia untuk bekerja, untuk menikmati kehidupan atau aktif dalam kegiatan kebudayaan, sosial dan politik (Wrihatnolo dkk, 2007). Sedangkan pembangunan manusia dalam konsep holistik mempunyai 4 unsur penting; (1) peningkatan produktivitas, (2) Pemerataan kesempatan, (3) Kestinambungan Pembangunan, (4)pemberdayaan manusia. (Wrihatnolo dkk, 2007)

Salah satu metode umum yang digunakan dalam menilai pengaruh pembangunan terhadap kesejahteraan masyarakat adalah dengan mempelajari distribusi pendapatan, selain itu dampak dan hasil pembangunan juga dapat diukur dengan melihat tingkat kemiskinan (*poverty*) di suatu negara. Sehingga konsep pembangunan berkeadilan menjadi keniscayaan dalam merangsang pembangunan suatu bangsa. Diharapkan dengan konsep pemerataan kesejahteraan menjadikan masyarakat di tiap-tiap lokus berdaya. Keberdayaan masyarakat merupakan sebagai unsur-unsur yang menjadikan masyarakat tersebut bertahan, mampu mengembangkan diri dalam mencapai tujuan yakni level sejahtera. Oleh sebab itu, pemberdayaan masyarakat seolah dalam beberapa waktu terakhir menjadi wahana paling jitu sebagai upaya pembangunan dalam mewujudkan ketahanan nasional. Hal tersebut perlu dipikirkan langkah-langkah strategis dan praktis dalam memberikan rangsangan supaya masyarakat mampu menangkat kail untuk bertahan, berdaya dan mandiri.

Sedangkan pembudayaan sebagai proses injeksi atas suatu nilai. Proses pembudayaan terjadi dalam bentuk pewarisan tradisi budaya dari satu generasi kepada generasi berikutnya, dan adopsi tradisi budaya oleh orang yang belum mengetahui budaya tersebut sebelumnya. Pewarisan tradisi budaya dikenal sebagai proses enkulturasi (*enculturation*), sedangkan adopsi tradisi budaya dikenal sebagai proses akulturasi (*aculturation*). Kedua proses tersebut berujung pada pembentukan budaya dalam suatu komunitas atau masyarakat. Proses pembudayaan enkulturasi biasanya terjadi secara informal, sementara itu, proses akulturasi biasanya terjadi secara formal melalui pendidikan.

Jika menginginkan pembangunan yang holistik (manusia, ekonomi, sosial dan politik) terwujud, maka tujuan yang ingin dicapai harus dimatangkan terlebih dahulu, yakni terciptanya pembangunan berkeadilan. Maka sembari pembangunan yang bersifat “kosmetik” (bangunan gedung-gedung, teknologi dll) maka perlu ada proses pembudayaan etos kerja keras dan cerdas sehingga pribumi tidak akan kalah bersaing dari warga Tionghoa (yang punya brand pekerja keras) maupun warga asing. Serta dibarengi dengan pemberdayaan baik secara kultural melalui ‘gethok tular’ dari sentimen agama, suku, komunitas maupun lainnya. Pun harus didukung melalui kebijakan yang legal dari aparaturnegara sebagai stimulus dan juklak dalam sinergisitas pemerataan pembangunan. Sehingga tidak ada lagi yang terdiskriminasi maupun yang memonopoli perekonomian negara, menuju Indonesia yang berdaulat.

d. Etika Bisnis Islami

Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis, Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang etika bisnis. Mulai dari prinsip dasar, pokok-pokok kerusakan dalam perdagangan, faktor-faktor produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, masalah upah, barang dan jasa, kualifikasi dalam bisnis, sampai kepada etika socio-economic menyangkut hak milik dan hubungan sosial. Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan sistem ekonomi lainnya seperti kapitalisme dan sosialisme cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Keringnya kedua sistem itu dari wacana moralitas, karena keduanya memang tidak berangkat dari etika, tetapi dari kepentingan (*interest*). Kapitalisme berangkat dari kepentingan individu sedangkan sosialisme berangkat dari kepentingan kolektif.

Keraf (1998 : 23) menyatakan etika adalah sebuah cabang filsafat yang mengkaji tentang nilai dan moral manusia yang menentukan manusia dalam hidupnya. Wilayah kajian dalam etika ini adalah penekanannya pada kajian kritis terhadap nilai dan norma moral serta permasalahan yang dimunculkan dari nilai dan norma moral tersebut.¹⁵

Menurut Muhammad (2003 : 18) bisnis adalah sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Etika bisnis dapat dilihat sebagai usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip etika di bidang hubungan ekonomi antar manusia. Sekalipun tidak ada definisi terbaik untuk etika bisnis, namun terdapat konsensus bahwa etika bisnis adalah studi yang mensyaratkan penalaran dan penilaian, baik yang didasarkan atas prinsip-prinsip maupun kepercayaan dalam mengambil keputusan guna menyeimbangkan kepentingan ekonomi diri sendiri terhadap tuntutan sosial dan kesejahteraan.¹⁶

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Etika sebagai ilmu menuntut orang untuk berperilaku moral secara kritis dan rasional. Etika berusaha menggugah kesadaran manusia untuk bertindak berdasarkan kehendak sendiri dan bukan berdasar kehendak orang lain. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggungjawabkan. Kebebasan dan tanggungjawab adalah unsur pokok dari otonomi moral yang merupakan salah satu prinsip utama moralitas.

Rivai dan Buchari (2009 : 234) mendefinisikan tentang etika bisnis Islami sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pedayagunaan hartanya sesuai dengan kaidah al-Qur'an benar salah, baik buruk, serta aturan halal dan haram.¹⁷

Etika bisnis Islami dilatarbelakangi oleh ajaran Islam itu sendiri, nabi Muhamma siutus oleh Allah SWT untuk menyempurnakan akhlak atau etika. Landasan normatif dalam etika bisnis Islami sudah pasti bersumber pada al-Qur'an dan Hadits yang telah banyak memberikan acuan bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan atau mengelola bisnis secara alami.

¹⁵ Keraf, A., Sonny, *Etika Bisnis : Tuntuta dan relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998), hal 23.

¹⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2003), hal 18.

¹⁷ Rivai, Veithzal dan Andi Bukhari, *Islamic Economics : Ekonomi Syariah Bukan Opsi, tetapi Solusi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hal 234.

Rahasia kesuksesan bisnis Nabi Muhammad SAW karena beliau menggunakan etika dalam berbisnis. Dengan kata lain, Muhammad selalu mengedepankan etika dalam berbisnis. Dasar-dasar etika tersebut sudah mendapatkan legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin memperoleh pembenaran akademis di akhir abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), pelayanan yang unggul (*service excellence*), persaingan yang sehat. Semuanya sudah menjadi gambaran pribadi dan etika bisnis Muhammad SAW, ketika beliau masih muda dan melakukan bisnis dagang dengan Siti Khadijah.

4. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif, dengan melakukan strategi observasi, dilanjutkan dengan wawancara. Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis sebagai obyek penelitian adalah Waroeng Steak and Shake di Kota Yogyakarta yaitu di Jalan Kaliurang Km. 5,5 Nomor 53, Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan supervisornya. Kemudian setelah data terkumpul, diolah oleh peneliti dengan dibantu menggunakan data-data sekunder yang membahas tentang obyek penelitian (*Waroeng Steak and shake* Yogyakarta).

5. Analisis dan Pembahasan

a. Tentang Waroeng Steak & Shake

Merunut pada terminologi zaman edan yang disinggung di atas, maka *wajah* zaman edan hari ini bukanlah sekedar bangunan-bangunan gedung pencakar langit yang mulai menjamuri setiap jantung kota, maupun teknologi-teknologi yang telah banyak menggusur tenaga kerja manusia. Tidak kalah menariknya lagi ketika mulai runtuhnya sekat-sekat antar bangsa, entah melalui kesepakatan maupun canggihnya dunia internet yang mampu mentransparansikan segala dentuman peristiwa maupun perkembangan apapun yang ada di belahan dunia. Sehingga tidak heran ketika musik-musik luar negeri, makanan, dan budaya asing dengan mudah menginjeksi generasi muda. Dalam hal ini, Khas kuliner Eropa yang bercirikan dengan steak, kemudian dihidangkan di atas *hot plates* sudah bisa dipastikan sangat mahal harganya. Namun berkat kekreatifan dari pengusaha lokal Yogyakarta, kesan tersebut bisa didekonstruksinya dengan sangat *apik* tanpa mengurangi cita rasa lidah orang Indonesia (jawa pada khususnya). Yang menarik lagi adalah dengan konsep harganya yang mudah dijangkau oleh kantong mahasiswa maupun masyarakat umum golongan menengah ke bawah menjadikannya lebih merakyat. Yakni *Waroeng Steak & Shake* Yogyakarta yang diinisiasi oleh pasangan

suami istri Jody Broto Suseno dan Siti Hariyani, menjadikan masyarakat kota Gudeg ini tidak awam lagi dengan makanan ala steak. Hal ini sejalan dengan pemilihan nama dengan redaksi “Waroeng” dengan misi menghilangkan kesan mahal dan pangsa pasar yang dituju tidak lain karena Yogyakarta sebagai kota pelajar maka mahasiswa dan kalangan muda menjadi target utama, sehingga brand Waroeng Steak & Shake dibuat secara ngejreng dengan perpaduan tiga warna yakni hitam, kuning dan putih. Sebenarnya setelah bisnis WS mulai tersemai, sang pemilik (Jody bersama sang istri) melebarkan usahanya yang masih sama dalam lahan kuliner, hanya saja diversifikasi ragam makanannya yakni Bebaqaran, Bebek Pak Slamet (Waroeng Group). Hanya saja diantara usaha kuliner, WS-lah yang paling subur serta dikelola dengan konsep bisnis paling Islami.

Sesuai dengan namanya, *Waroeng Steak & Shake* (WS) mengandalkan menu steak yang disajikan dalam hot plate. Ciri khasnya steak WS adalah seluruh steak baik steak sapi, ayam, maupun seafood dibalut dengan tepung sehingga terasa gurih dan renyah. Terdapat beragam pilihan jenis steak, tetapi yang paling populer adalah *Blackpepper Steak*. Selain *Steak*, WS juga menyediakan menu lain seperti nasi paprika sapi, nasi paprika ayam, kentang goreng, *spaghetti* dan sebagainya. Sedangkan untuk minumannya, WS menyediakan aneka jus, *milkshake*, *cappucino*, *orange float*, dan *avocado float*.

Terinspirasi dari usaha *fried chicken* lokal yang sedang berkembang dan digemari banyak orang. Maka dengan konsep layaknya ayam goreng tepung tersebut Jody (si pemilik usaha steak) mengkreasi dengan produksi steak daging sapi dengan balutan tepung, supaya harganya bisa ditekan. Sehingga sebuah terobosan baru jika steak dijual dengan harga yang murah dan rasa yang tidak kalah enak dan nikmat dengan steak yang dijual dengan harga mahal. Selain itu *Waroeng Steak & Shake* selalu mengutamakan kehalalan semua bahan-bahan makanan dan semua jenis minuman. Meski dengan bahan-bahan lokal, WS mampu menyajikan citarasa tinggi khas eropa dengan harga yang menjangkau masyarakat Indonesia. Ditambah menu nasi yang menjadi makanan pendamping, cita rasa masakan yang condong dengan lidah Indonesia, pun bumbu-bumbu yang digunakan asli lokal Indonesia. Walau tidak dipungkiri pada awal usahanya mengalami jatuh bangun usaha, namun akibat kerjakeras promosinya serta semangat pantang menyerahnya lambat laun usahanya berkembang pesat. Dengan merangkul investor dari kalangan internal keluarga, teman, hingga da'i kondang Yusuf Mansur,

Edi Musyafa dan ustadz endang melalui sistem kerja sama atau kemitraan dengan pembagian keuntungan 50:50 persen, yang mana menjadikan Waroeng Steak & Shake mampu melakukan ekspansi usaha dengan membuka outlet-outlet yang memvirus di Yogyakarta bahkan sampai di seluruh Indonesia yang bebas dari konsep *frenchise* atau tidak diwaralabakan. Adapun beberapa cabang WS yang menjamur di Yogyakarta diantaranya : Jl. Cendrawasih No.30 Demangan, Jl. Colombo No.22 Samirono, Jl.Taman Siswa No.83, Jl.HOS Cokroaminoto No.49, Jl. Kaliurang Km.5,5 No.53, Jl.Affandi No.40b dan sebagainya. Selain itu WS juga telah tersebar di seluruh Indonesia di antaranya Medan, Pekanbaru, Palembang, Lampung, Bandung, Jakarta, Bogor, Semarang, Solo, Yogyakarta, Bali, Makassar dan Surabaya.

Satu hal yang unik dari Waroeng Steak & Shake (WS) ini adalah brand konsep bisnis islaminya, dengan direifikasikan berupa *spiritual company* . Yang mana sebagai wadah manajemen kesyariahan usaha (operasionalnya) maupun manajemen seluruh sumber daya manusia (sdm) internal WS dengan dibantu oleh para ustadz yang berlaku sebagai investor bisnis. Spiritual Company ini terdiri dari dakwah dan pendidikan Islam bagi seluruh SDM di internal WS. Untuk dakwah dilakukan melalui kegiatan olahraga, kegiatan sosial (donor darah dan program *ayo sedekah*), infaq karyawan dan seni budaya. Untuk pendidikan Islaminya melalui pengadaan kegiatan tausiyah rutin di outlet-outlet dan kantor, melalui update berlangganan majalah bulanan Islami, dan belajar membaca al-Qur'an bagi seluruh karyawan. Termasuk hal uniknya adalah dalam salah satu perekrutan karyawan ada point ketentuan harus bisa membaca al-Qur'an yang otomatis telah memenuhi klausul pertama tentang persyaratan karyawan yang harus Muslim. Hal tersebut sebagai pintu pertama dakwah dan manajemen dalam pengelolaan usaha yang bercitarasa Islami.

Pun dalam program *ayo sedekah*, dilaksanakan setiap tahun sekali. Setiap tahun yakni tepat pada tanggal 27 April, *Waroeng Steak & Shake* mengajak masyarakat untuk bersedekah secara bersama-sama dan dibarengi seluruh omzet penjualan WS pada tanggal tersebut disedekahkan. Yang unik dari program ayo sedekah adalah ketika objek yang dituju adalah rumah tahfidz. Tentu hal tersebut menjadi pertimbangan penting dalam rangka visi ke depan dalam peran sertanya menyelamatkan generasi bangsa dan umat menuju masyarakat yang Rabbani. Selain itu, segala fasilitas penting penunjang lain yang disediakan di WS pun memenuhi standart aturan seperti adanya toilet, westafel, dan tidak kalah penting adalah musholla sebagai fasilitas khusus bagi pelanggan Muslim sehingga

merasa tenang di saat jam-jam sholat sambil menunggu hidangan datang. Area bermain anak (di Jl. Kaliurang Km.5,5) dan area parkir yang aman. Alhasil dari keseluruhan konsep yang digagas oleh WS melalui balutan bisnis islami ini berbanding lurus dengan kenaikan omzetnya dari waktu ke waktu, karena begitu WS yang berlokasi dimanapun sudah dibuka maka akan segera diserbu oleh para pelanggannya hingga jam penutupan WS. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsep bisnis islami yang dijalankan dengan serius berbanding positif dengan kepuasan pelanggan dan berimplikasi pada kenaikan omzet.



b. Konsep Pembudayaan Spirit Ekonomi Islam

Pembudayaan merupakan proses penginjeksian suatu nilai maupun ajaran baik secara struktural maupun kultural dengan tujuan tertentu. Mengapa bisnis Islami berwajah *Waroeng Steak & Shake* ini punya aspek pembudayaan ekonomi Islam?

Seperti yang telah dikupas di atas, bahwa dalam operasionalisasi WS sangat kental dengan budaya kerja Islami, pun kental dengan pembudayaan spirit-spirit Islami baik secara verbal maupun non-verbal. Secara verbal dapat dilihat dari gambar-gambar dinding dengan pesan-pesan nilai etika Islami misal “Berdoalah sebelum makan”, “cuci tangan sebelum makan”, “Makanlah dengan tangan kanan”, dan “Bersyukurlah atas nikmat-Nya”. Mungkin terlihat sepele, namun himbauan tersebut sangat masif dalam menyuarakan nilai-nilai Islam terutama adab dalam menikmati hidangan. Himbauan verbal yang dikemas secara unik dan rapi menambah suasana outlet menjadi semarak dan khas citarasa WS Islami. Himbauan verbal berupa “No Smoking Area” semakin menjaga kesan kebersihan ala Islami, yang tidak kalah dengan *Franchise* yang telah menjamur diseluruh penjuru negeri.

Selain itu, berupa fasilitas Musholla yang menjadi simbol akan pemberian fasilitas lebih kepada pelanggan Muslim agar tidak absent dalam menjalankan ibadah sholat meskipun di saat jadwal makan. Desain toilet yang sederhana namun bersih dan komplit dengan pemisahan antara laki-laki dan perempuan menambah kesan sebagai usaha yang rapi nan ramah pengunjung atau pelanggan melalui sapaan fasilitasnya.

Pembudayaan nilai-nilai Islam sudah dimulai sejak perekrutan karyawan, yang mana salah satu point syarat diterimanya menjadi karyawan adalah bisa membaca al-Qur'an. Hal tersebut sangat luar biasa menurut penulis, berarti secara otomatis penjurangan karyawan memang dikhususkan bagi *Moeslim Only*. Sehingga penertiban yang dilakukan sedari awal ini mempermudah manajemen para karyawannya dalam hal dakwah dan pendidikan Islam yang menjadi program *spiritual company*. Ditambah ketertiban bagi seluruh pekerjanya yang dimulai dari pakaian seragam yang *match* dengan logo WS (dalam hal perpaduan 3 warnanya). Kemudian tidak ketinggalan yel-yel kekompakan bagi para pekerjanya sebagai luapan kerjasama tim baik pada saat mengawali bekerja maupun di tengah dan di akhir kerja (yang menjadi penyemangat bagi seluruh tim) sehingga dalam setiap pembagian kerjanya tidak ada yang merasa terdiskriminasi.

Himbauan secara tidak langsung berupa program ayo sedekah baik berupa kotak khusus di tempat kasir, maupun program tahunan yang mana tepat pada tanggal 27 April, *Waroeng Steak & Shake* mengajak masyarakat untuk bersedekah secara bersama-sama dan dibarengi seluruh omzet penjualan WS pada tanggal tersebut disedekahkan. Yang menjadi subyek sasaran dalam ladang gerakan sedekah WS adalah Rumah Tahfidz (pondok pesantren yang khusus bagi mereka penghafal al-Qur'an). Hal tersebut bukan tanpa alasan, dengan menyemarakkan rumah tahfidz berarti menggeirahkan dan menyelamatkan pula generasi muda untuk pro terhadap gerakan kembali pada al-Qur'an, sehingga terciptalah masyarakat Rabhani yang diidamkan. Selain sedekah tersebut disalurkan dalam kegiatan-kegiatan sosial, misal untuk donor darah, sunatan masal, penyembelihan hewan kurban saat idul adha dan sebagainya. Sehingga dari langkah-langkah tersebut, WS bukan sekedar *profit oriented* namun diimbangi dengan unsur *maslahah oriented*. Teladan yang digerakkan melalui roda bisnis islami WS ini mampu menjadi virus budidaya maupun ekspansi ekonomi Islam dengan tanma *melulu* harus menggunakan *simbol/brand* Islam secara eksplisit, namun secara aplikasinya syarat dengan nilai-nilai dalam ekonomi Islam.



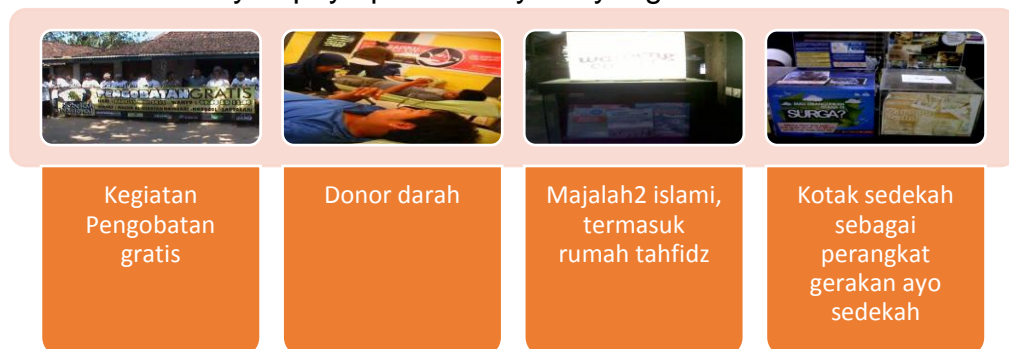
c. Konsep Pemberdayaan Spirit Ekonomi Islam

Adapun konsep Pemberdayaan yang disoroti penulis dalam aplikasi bisnis Islami *Waroeng Steak & Shake* bukanlah sesuatu yang terpisah secara utuh dari langkah-langkah pembudayaan ekonomi Islam yang telah dijalankan oleh WS, melainkan keduanya saling berhimpitan dan simultan. Adapun nilai-nilai pemberdayaan dari bisnis islaminya WS diantaranya persyaratan untuk menjadi karyawan WS haruslah Muslim dengan diperkuat point berikutnya beban harus bisa membaca al-Qur'an. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada spirit pemberdayaan tenaga-tenaga kaum muslim untuk diajak bergabung dalam mensukseskan kampanye bisnis islami dalam usaha *steak* tersebut. Hal tersebut tidak lepas dari latar sosio-ekonomi yang mana pos-pos sumber perekonomian nyatanya hanya dikepung dan dinikmati oleh segelintir orang yang punya kapital melimpah, dan sebagian besar dari mereka adalah bukan dari kalangan Muslim, sehingga melalui usaha kecil dan menjadi bagian kecil dari bisnis islami tersebut diharapkan kedepannya mampu menyemarakkan bisnis islami dan menyemai para usahawan-usahawan muslim yang berdaya dan kompeten sehingga mampu bersaing dengan mereka yang sudah menjadi 'pemain lama' dalam roda perekonomian negeri.

Selain itu dalam struktur organisasi di tiap cabangnya pun berorientasi pada struktur pemberdayaan, artinya dalam kondisi tertentu akan ada rolling dalam memberdayakan karyawan, dan upaya pengkaderan sehingga dihindari pola *monarkhi* kepemimpinan yang dapat mengganggu kinerja dan kesehatan organisasi.

Konsep pemberdayaan yang mencoba digalakkan oleh WS melalui gerakan *ayo sedekah* merupakan upaya menstimulus dan mengikutsertakan partisipasi masyarakat secara umum dalam pendirian rumah tahfidz yang mana di dalamnya banyak terdapat calon sumber daya insani yang kompeten ditambah dengan misi menghafal al-Qur'an. Diharapkan mampu memberikan multiplier manfaat baik bagi pen-sedekah sendiri baik berupa pahala (secara ukhrawi) maupun

manfaat secara langsung yang mana mensucikan harta dari pen-
sedekah. Hal ini juga berlaku untuk kegiatan sosial baik secara internal
WS maupun gerakan yang mengajak khalayak umum, misal donor
darah, sunatan massal dan sebagainya yang mana dalam gerakan
tersebut menyiratkan pemberdayaan dua sisi baik dari input
pensedekahnya maupun untuk output yang disedekahkan. Sehingga
tirai pemisah antara konsep pembudayaan dan pemberdayaan spirit
ekonomi islam dalam kampanye bisnis islami WS adalah sisi input
(untuk pembudayaan) dan efek dari aplikasi tersebutlah yang menjadi
titik sorot adanya upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh WS.



6. Kesimpulan

Waroeng Steak and Shake menjadi prioritas penulis karena selama pengamatan, WS memang bisnis atau usaha yang tidak berlabel syariah maupun Islami, namun dalam aplikasi usahanya sarat dengan nilai-nilai Islami. Baik berupa himbauan ringan secara verbal maupun tercermin dari perilaku para karyawan serta produk dan kegiatan sosial yang dijalankannya bukan semata-mata profit oriented melainkan mengadopsi dari nilai-nilai etik Islam. Hal dari aplikasi nilai-nilai Islami dalam usahanya, penulis mengategorikannya dalam 2 dimensi yakni konsep pembudayaan dan pemberdayaan ekonomi Islam dalam usahanya. Yakni melalui *spiritual company* yang mengorganisasikan kegiatan dakwah dan pendidikan islam baik di lingkungan internal WS maupun untuk sosial (lingkungan eksternal). Yang mana kedua konsep tersebut berkelindan menjadikan WS semakin kokoh dengan keprofesionalan para karyawan dan pengurusnya yang berimplikasi pada kepuasan pelanggan sehingga kembali efek multipliernya kepada internal WS dengan semakin bertambah omzetnya serta efek sosial terhadap pihak-pihak mustadz'afin (sosial) otomatis juga merasakan *impact*-nya. Dengan begitu, WS layak dijadikan cambuk bahkan teladan bagi para pengusaha yang anti bahkan malu menggunakan nilai-nilai islam dalam usahanya. Terkait konsep P2 (Pembudayaan dan pemberdayaan) oleh WS jika mampu dilakukan masif, baik oleh jejaring WS di seluruh Indonesia maupun dengan dukungan usaha-usaha islami lainnya, maka pembangunan ekonomi dengan berbasis ekonomi mandiri dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat bakal

terwujud, melalui pemberdayaan ekonomi dalam negeri. Maka otomatis akan bebas dari ketergantungan hutang dan investasi luar negeri, sehingga tahapan dari ketahanan ekonomi menuju kedaulatan ekonomi bukan lagi sekedar angan-angan belaka.



Efek internal dg branding bisnis islami



Multiplier efek bagi eksternal (di luar perusahaan)

Daftar Referensi

- Baswir, Revrison, 2009, *Bahaya Neoliberalisme*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Keraf, A., Sonny, *Etika Bisnis : Tuntuta dan relevansinya*, 1998, Yogyakarta : Kanisius.
- Kuntowijoyo, 2006, *Budaya dan Masyarakat*, (Yogyakarta : Tiara Wacana).
- Mitchell, Aileen Stewart, 1998, *Empowering People : Pemberdayaan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Kanisius).
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, 2003, Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Ndraha, Taliziduhu, *Pembangunan Masyarakat : Mempersiapkan Masyarakat Tinggal Landas, Cetakan Kedua* 1990, Rineka Cipta.
- Nurse, Ragnar, *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*, Basil Blackwell, Oxford, 1953 dalam Sumodiningrat, Gunawan, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat : Kumpulan Esai tentang Penanggulangan Kemiskinan*, 1997, Jakarta : Bina Rena Pariwara.
- Rivai, Veithzal dan Andi Bukhari, 2009, *Islamic Economics : Ekonomi Syariah Bukan Opsi, tetapi Solusi*, Jakarta : Bumi Aksara,.
- Soetomo, 2013, *Pemberdayaan Masyarakat : Mungkinkah Muncul Antitesisnya?*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sumodiningrat, Gunawan, 1997, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat : Kumpulan Esai tentang Penanggulangan Kemiskinan*, Jakarta : Bina Rena Pariwara.
- Usman, Sunyoto, 1998, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wrihatnolo, Randy R, 2007, *Manajemen Pemberdayaan*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo).