

RINGKASAN

Fenomena Shadaqah Pebisnis Kuliner Muslim

Shadaqah merupakan pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Shadaqah dapat dilakukan kapan saja, di mana saja, oleh siapa saja, dan kepada siapa saja. Oleh karena itu, shadaqah juga bisa dilakukan dengan apa saja, baik dengan harta atau materi, maupun bukan harta atau nonmateri. Al-Quran dan Hadist menganjurkan untuk melakukan shadaqah akan tetapi tidak sebagaimana kewajiban mengeluarkan zakat, dan sholat. Karena shadaqah tidak ada ketentuan dan kadarnya seperti zakat, shadaqah tidak ada ketentuan pelaksanaannya seperti ibadah sholat. Dan tidak ada dosa yang dijelaskan seandainya seseorang tidak melakukan shadaqah sebagaimana ibadah melakukan zakat dan sholat. Dikarenakan sifat shadaqah yang bukan merupakan kewajiban dan tidak ada ganjaran dosa bagi orang yang tidak melakukannya, maka shadaqah sering kali dipandang remeh oleh sebagian orang. Mereka hanya melaksanakan shadaqah ketika mereka ingat dan dalam kondisi tertentu. Padahal faktanya shadaqah memiliki banyak pengaruh yang positif kepada diri sendiri maupun perusahaan apabila shadaqah dilakukan atas nama perusahaan. Saat ini banyak usaha yang menerapkan program shadaqah dalam aktivitas usahanya, terutama usaha di bidang kuliner. Setiap usaha memiliki alasan, bentuk shadaqah tersendiri serta efek yang berbeda-beda dari program shadaqah yang dijalankan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu, dengan mengetahui fenomena shadaqah pebisnis kuliner Muslim serta dampak dari program shadaqah yang dilakukan oleh pengusaha kuliner Muslim yang menjadi informan dalam penelitian ini, maka para pengusaha Muslim yang lain mungkin bisa menerapkan program shadaqah yang sama agar semakin banyak umat Islam yang bisa merasakan manfaat dari shadaqah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode dan analisis fenomenologi. Sumber data primer penelitian ini adalah beberapa pengusaha kuliner Muslim yang menerapkan program shadaqah dalam usahanya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yaitu dilakukan analisis syar'i (analisis intuitif) untuk menelaah makna yang terkandung dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Serta analisis empiris dalam pelaksanaannya terhadap rasionalitas informan dikaji dengan menggunakan analisis kualitatif, yang bertujuan untuk melihat keadaan riil berkaitan dengan perilaku informan terhadap yang dianalisis dan dikaitkan dengan analisis intuitif.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa banyak jenis dan bentuk shadaqah yang dilakukan oleh usaha kuliner, salah satunya adalah bershadaqah dengan menggratiskan menu makanan yang ada di daftar menu usahanya secara gratis kepada pelanggan pada waktu-waktu tertentu. Bentuk shadaqah semacam ini dianggap lebih efektif dan lebih mudah untuk dilakukan daripada yang lain, akan

tetapi tidak banyak juga usaha kuliner yang menerapkan program shadaqah seperti di atas. Usaha kuliner yang menjalankan program shadaqah dalam penelitian ini kesemuanya memiliki sistem manajemen yang sama dimana mereka menjadikan usaha mereka sebagai spiritual company yang berarti dalam operasional dan manajemennya menerapkan nilai-nilai Islam. Pengaruh yang dirasakan oleh setiap usaha kuliner dari aktivitas bershadaqah juga berbeda-beda, ada yang usahanya semakin berkembang, ada yang mendapatkan kelancaran dalam menjalankan usaha, dan ada juga yang mendapatkan rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka.

SUMMARY

The phenomenon of the Sadaqah by the Muslim Culinary

Businessman

Sadaqah is a gift that given by a Muslim to others spontaneously and voluntarily without being limited by a certain time and amount. Sadaqah can be done anytime, anywhere, by anyone, and to anyone. Therefore, Sadaqah can also be done with anything, either with assets or material, or not assets or nonmaterials. The Koran and the Hadith recommend to do Sadaqah but not as the obligation to issue zakat, and prayer. Because Sadaqah has no provisions and levels such as zakat, Sadaqah does not have any implementation conditions such as prayer services. And no sin is explained if someone does not do Sadaqah as worship does zakat and prayer. Due to the nature of sadaqah which is not an obligation and there is no reward for sin for those who do not, then sadaqah is often underestimated by some people. They only carry out Sadaqah when they remember and under certain conditions. Even though the fact is that Sadaqah has a lot of positive influences on itself and the company if it is done on behalf of the company. At present many businesses are implementing the Sadaqah program in their business activities, especially businesses in the culinary field. Every business has its own reason, its own form of sadaqah and the different effects of the Sadaqah program that are carried out.

The purpose of this study is, by knowing the phenomenon of the Muslim culinary business and the impact of the Sadaqah program carried out by Muslim culinary entrepreneurs who became informants in this study, other Muslim entrepreneurs might be able to implement the same shadaqah program so that more Muslims can feel the benefits of Sadaqah. This type of research is qualitative using phenomenological methods and analysis. The primary data source of this study are some Muslim culinary entrepreneurs who implement the Sadaqah program in their efforts. This study uses data collection techniques through interviews and observation. Testing the data in this study uses a normative approach, namely syar'i analysis (intuitive analysis) to examine the meaning contained in carrying out economic activities. As well as empirical analysis in its implementation of the informants' rationality, it is assessed using qualitative analysis, which aims to look at the real situation with regard to informants' behavior towards those analyzed and associated with intuitive analysis.

From this study it was found that many types and forms of sadaqah were carried out by culinary efforts, one of which was to do sadaqah by freeing the food menu on the business menu list free of charge to customers at certain times. This form of Sadaqah is considered more effective and easier to do than others, but there are not many culinary efforts that implement the Sadaqah program as above. The culinary efforts that carry out the Sadaqah program in this study all

have the same management system where they make their business a spiritual company that means in its operations and management applying Islamic values. The influence felt by every culinary effort from the activities of bershadaqah also differs, there are those whose businesses are growing, there are those who get fluency in running the business, and there are also those who get fortune from unexpected directions.

FENOMENA SHADAQAH PEBISNIS KULINER MUSLIM

Ziauddin Sardar

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui fenomena shadaqah pada pebisnis kuliner Muslim serta dampak dari program shadaqah yang dilakukan oleh pengusaha kuliner Muslim dalam kegiatan usahanya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode dan analisis fenomenologi. Sumber data primer penelitian ini adalah beberapa pengusaha kuliner Muslim yang menerapkan program shadaqah dengan memberikan makanan yang ada di menu secara gratis kepada pelanggannya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yaitu dilakukan analisis syar'i (analisis intuitif) untuk menelaah makna yang terkandung dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Serta analisis empiris dalam pelaksanaannya terhadap rasionalitas informan yang dikaji dengan menggunakan analisis kualitatif, bertujuan untuk melihat keadaan riil berkaitan dengan perilaku informan terhadap yang dianalisis dan dikaitkan dengan analisis intuitif. Dari penelitian ini ditemukan bahwasanya alasan dari pengusaha Muslim menjalankan program shadaqah dalam usahanya adalah karena mereka ingin menjalankan usaha yang berkah dan diridhoi oleh Allah SWT. Program shadaqah yang dijalankan oleh para pengusaha kuliner Muslim ini membawa dampak yang berbeda-beda terhadap usaha kuliner yang dimilikinya akan tetapi rata-rata usaha kulinernya mengalami perkembangan dan adanya ketenangan batin serta hati yang dirasakan.

Kata kunci: shadaqah, pengusaha kuliner Muslim, spiritual company

The phenomenon of the Sadaqah by the Muslim Culinary

Businessman

Ziauddin Sardar

ABSTRACT

This research intends to find out the phenomenon of sadaqah in Muslim culinary businessmen and the impact of the Sadaqah program carried out by Muslim culinary entrepreneurs in their business activities. This type of research is qualitative using phenomenological methods and analysis. The primary data source of this research is some Muslim culinary entrepreneurs who implement the Sadaqah program by giving food that available on the menu for free to their customers. This study uses data collection techniques through interviews and observation. Testing the data in this study uses a normative approach, namely syar'i analysis (intuitive analysis) to examine the meaning contained in carrying out economic activities. As well as empirical analysis in its implementation of informant rationality studied using qualitative analysis, it aims to look at the real situation related to the behavior of informants to those analyzed and associated with intuitive analysis. From this study it was found that the reason for Muslim entrepreneurs running the Sadaqah program in their efforts is because they want to run a business that is blessed by Allah SWT. The Sadaqah program carried out by Muslim culinary entrepreneurs has had a different impact on the culinary endeavor it has, but the average culinary business is developing and there is a sense of calm and heart felt.

Keywords : sadaqah, Muslim Culinary Businessman, Spiritual Company

FENOMENA SHADAQAH PEBISNIS KULINER MUSLIM

Ziauddin Sardar

نبذة مختصرة

يهدف هذا البحث إلى معرفة ظاهرة الصدقة في رجال الأعمال المسلمين في مجال الطهي وتأثير برنامج الصدقة الذي يقوم به رواد الأعمال المسلمين في مجال أعمالهم. هذا النوع من الأبحاث هو نوعي باستخدام طرق الظواهر وتحليلها. مصدر البيانات الأساسي من هذا البحث هو بعض رجال الأعمال الطهي مسلمة تنفذ برنامج صدقة من خلال إعطاء المواد الغذائية التي تتوفر في القائمة مجاناً لعملائها. تستخدم هذه الدراسة تقنيات جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظة. يستخدم اختبار البيانات في هذه الدراسة منهجاً معيارياً ، ألا وهو التحليل syar'i (التحليل البديهي) لفحص المعنى المتضمن في تنفيذ الأنشطة الاقتصادية. بالإضافة إلى التحليل التجريبي في تطبيق العقلانية المخبرية المدروسة باستخدام التحليل النوعي ، فإنه يهدف إلى النظر في الوضع الحقيقي المتعلق بسلوك المخبرين لأولئك الذين تم تحليلهم والمرتبطين بالتحليل البديهي. من هذه الدراسة وجد أن السبب وراء رواد الأعمال المسلمين الذين يديرون برنامج الصدقة في جهودهم هو أنهم يريدون إدارة عمل يباركه الله سبحانه وتعالى. لقد كان لبرنامج صدقة الذي نفذه رجال الأعمال المسلمين في مجال الطهي تأثير مختلف على مساعي الطهي التي يمتلكها ، إلا أن متوسط أعمال الطهي تتطور وهناك شعور بالهدوء والقلب.

الكلمات الدالة : صدقة ، رجل أعمال إسلامي ، شركة روحية