

**SKRIPSI**

**PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA USAHA KEDAI  
“SETEMPAT” DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH**



**OLEH:**

**RACHMAT HIDAYAT. HS  
NIM: 18.3300.005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2023**

**PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA USAHA KEDAI  
“SETEMPAT” DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH**



**OLEH:**

**RACHMAT HIDAYAT HS**

**NIM: 18.3300.005**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2023**

**PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA USAHA KEDAI  
“SETEMPAT” DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Program Studi  
Manajemen Dakwah**

**Disusun dan diajukan oleh**

**RACHMAT HIDAYAT HS  
NIM: 18.3300.005**

**PAREPARE**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2023**

iii

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai  
"SETEMPAT" di Kabupaten Mamuju Tengah

Nama Mahasiswi : Rachmat Hidayat HS

NIM : 18.3300.005

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : B-2578/In.39.7/PP.00.9/12/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I

NIP : 197507042009011006

Pembimbing Pendamping : Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I

NIP : 197612312009011047

Mengetahui;

Dekan,

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP: 19641231 199203 1 045

**SKRIPSI**  
**PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA USAHA KEDAI**  
**“SETEMPAT” DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH**

Disusun dan diajukan oleh:

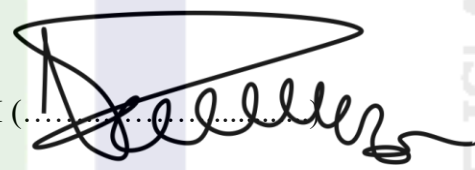

RACHMAT HIDAYAT. HS  
NIM 18.3300.005

Telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Munaqasyah  
Pada tanggal 06 Februari 2023

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	:	Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I (.....)	
NIP	:	197507042009011006	
Pembimbing Pendamping	:	Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I (.....)	
NIP	:	197612312009011047	

Mengetahui

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

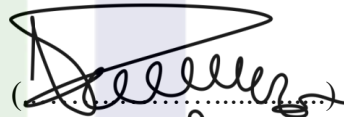


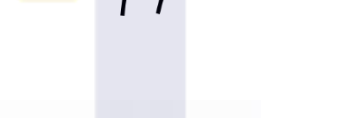


  
Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP: 19641231 199203 1 045

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai  
"Setempat" Di Kabupaten Mamuju Tengah  
Nama Mahasiswa : RACHMAT HIDAYAT. HS  
Nomor Induk Mahasiswa : 18.3300.005  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Dasar Penetapan Pembimbing : B-2578/In.39.7/PP.00.9/12/2021  
Tanggal Kelulusan : 06 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I	(Ketua)	
Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I	(Sekretaris)	
Dr. Nurhikmah, M.Sos.I	(Anggota)	
Sulvinajayanti, M. I.Kom	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



  
Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP: 19641231 199203 1 045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ  
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ أَمَا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Suharti dan Ayahanda Herman, SY, karena dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I dan bapak Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. Selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, atas pengabdianya dalam menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Muh. Taufiq Syam, M.Sos selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, serta ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah 2018-2022 yang telah meluangkan waktu dalam

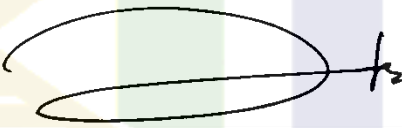
mendukung dan membimbing penulis selama di IAIN Parepare, serta telah mengembangkan prodi tercinta ini.

4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu-persatu yang selama ini telah sabar dalam mendidik dan menyampaikan materi perkuliahan.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
6. Kepada dosen PA saya ibu Prof. Dr. Siti Jamilah Amin, M.Ag. yang telah memberikan banyak arahnya terkait studi saya selama masa perkuliahan.
7. Kepada Kedai SETEMPAT atau dalam hal ini pemilik, karyawan, serta pengunjung kedai setempat yang menjadi informan di dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis
8. Kepada Saudara/i penulis Riska syafira HS dan adik saya Ramdhan Muakhirun HS yang selalu mengsupport, membantu penulis selama kuliah di IAIN Parepare.
9. Kepada teman seperjuangan prodi MD angkatan 18 Dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu semoga Allah swt. dapat menilai kebaikan ini sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.



Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt, berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan dan pahala-nya. Saya berharap semoga dengan adanya skripsi ini tidak hanya dapat memberikan manfaat bagi penulis tapi juga dapat bermanfaat bagi teman-teman para pembaca dalam menyusun, mencari rujukan bahkan dapat menambah ilmu pengetahuan kita.

Parepare, 26 Desember 2022  
Penulis

  
RACHMAT HIDAYAT. HS  
NIM: 18.3300.005

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

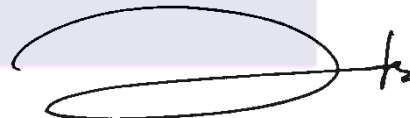
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : RACHMAT HIDAYAT. HS  
NIM : 18.3300.005  
Tempat/Tanggal Lahir : Pinrang, 05 Agustus 2000  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai  
"SETEMPAT" Di Kabupaten Mamuju Tengah  
Dasar Penetapan Pembimbing : B-2578/In.39.7/PP.00.9/12/2021

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, penulis bersedia diberikan hukuman sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Januari 2023

Penulis



**RACHMAT HIDAYAT. HS**  
**18.3300.005**

## ABSTRAK

Rachmat Hidayat. HS. *Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai “SETEMPAT” Di Kabupaten Mamuju Tengah* (dibimbing oleh bapak Iskandar dan bapak Ramli).

Kedai kopi hadir sebagai salah satu wahana dalam menciptakan proses sosial asosiatif seperti persaudaraan (*ukhuwah*) dan silaturahmi. Kebanyakan kedai kopi pada umumnya menerapkan sistem yang hampir sama, berbeda dengan kedai “Setempat” yang menerapkan strategi dakwah dalam usahanya. Untuk mencapai sasaran yang diharapkan dalam berdakwah, tentu setiap individu harus paham dan mengetahui betul metode-metode apa saja yang harus kita gunakan dalam berdakwah

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data kualitatif ini didapatkan dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kata-kata, tindakan serta data tertulis di lapangan akan dikumpulkan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi yang semuanya dimasukkan dalam catatan lapangan. Kemudian dilakukan analisis data tentang penerapan dakwah di kedai kopi ini melalui reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan penelitian.

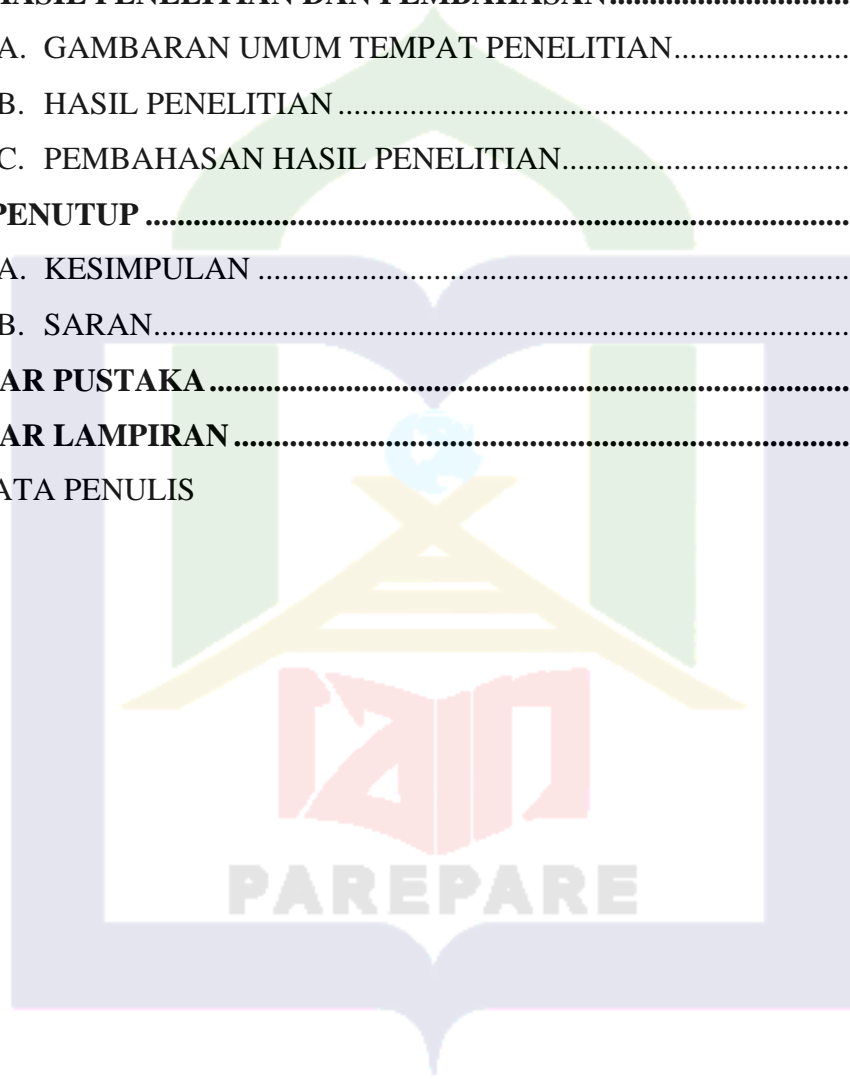
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, penerapan strategi dakwah yang ada pada kedai kopi setempat yang menerapkan *Strengths*/kekuatan sebagai pondasi dakwah yang mengedepankan pendekatan secara intens dan melihat *Weaknesses*/kelemahan dalam berdakwah serta melihat *Opportunities*/ peluang yang ada dalam memanfaatkan strategi dakwah seperti menjalin komunikasi secara terus-menerus sehingga peluang dakwah juga besar dan mempelajari *Threats*/ ancaman yang ada, agar penerapan strategi ini berjalan dengan baik serta melihat perilaku pengunjung terhadap penerapan system yang dijalankan.

Kata Kunci: Penerapan, Strategi dakwah, Kedai kopi

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN KOMISI PENGUJI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	2
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teoritis.....	9
1. Analisi SWOT.....	9
2. Teori Atribusi.....	11
C. Tinjauan Konseptual.....	17
D. Kerangka Pikir.....	26
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
C. Fokus Penelitian .....	29

D. Jenis dan Sumber Data .....	30
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data .....	31
G. Uji Keabsahan Data .....	33
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	37
B. HASIL PENELITIAN .....	38
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	53
<b>V. PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. KESIMPULAN .....	62
B. SARAN.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>I</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>II</b>
<b>BIODATA PENULIS</b>	



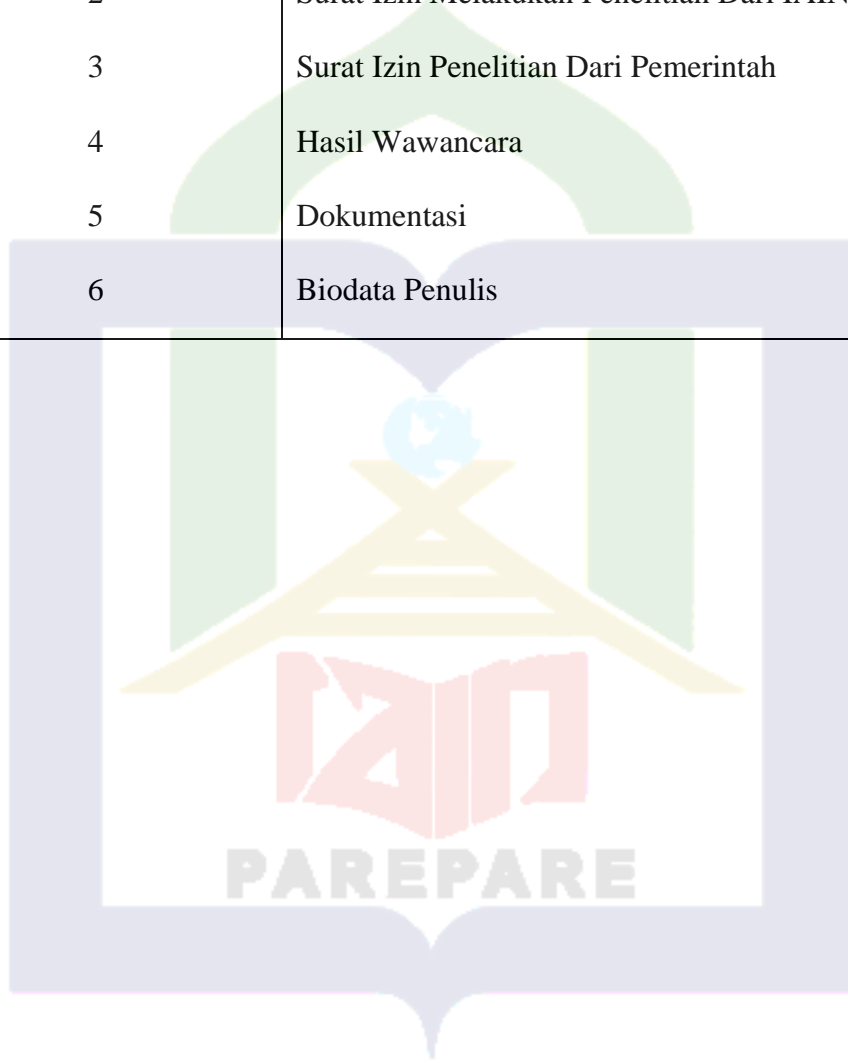
## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	28
4.1	Logo kedai Setempat	37
4.1	Tabel Analisis SWOT	39



## DAFTAR LAMPIRAN

No Lamp.	Judul Lampiran
1	Surat Penetapan Pembimbing
2	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari IAIN Parepare
3	Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah
4	Hasil Wawancara
5	Dokumentasi
6	Biodata Penulis



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia mayoritasnya adalah umat Islam, ajaran Islam secara teologis merupakan sistem nilai dan ajaran yang bersifat Ilahiyah dan transenden. Sedangkan dari aspek sosiologis, Islam merupakan fenomena peradaban, kultural dan realitas sosial dalam kehidupan manusia. Dialektika Islam dengan realitas sosial kehidupan manusia merupakan realitas yang terus menerus menyertai agama ini sepanjang sejarahnya. Sejak awal kelahirannya, Islam tumbuh dan berkembang dalam suatu kondisi yang tidak hampa budaya.<sup>1</sup>

Realitas kehidupan ini memiliki peran yang cukup signifikan dalam mengantarkan Islam menuju perkembangannya yang aktual sehingga sampai pada suatu peradaban. Realitas kehidupan masyarakat tersebut di atas menunjukkan sebuah pergerakan ke arah globalisasi yang menuntut masyarakat untuk lebih terbuka, dan bahkan individualistik. Pergerakan tersebut memberikan sebuah isyarat kepada para da'i/mubaligh untuk mengaktifkan kembali nilai-nilai agama yang relevan dengan kondisi tersebut. Hal ini memerlukan kerja aktif para da'i/mubaligh dalam menciptakan suasana keagamaan yang relevan dengan masyarakat atau komunitas kedai kopi.

Kepentingan tersebut seharusnya sudah dapat dilihat, bagaimana suatu pemeluk agama berdialektika dengan perubahan globalisasi dalam bingkai komunitas kedai kopi. Ataukah bagaimana konstruksi keagamaan komunitas kedai kopi merubah ataukah justru diubah oleh penetrasi globalisasi tersebut.

Bagi sebagian orang, minum kopi hanya sebatas penghilang kantuk, teman begadang atau teman menyelesaikan tugas-tugas. Namun pada mahasiswa, masyarakat pada umumnya atau kelompok sosial tertentu, minum kopi telah

---

<sup>1</sup> Ansar, *Model Komunikasi Di Warung Kopi Dg.Sija Kec,Somba Opu Kabupaten Gowa*  
Skripsi : UIN Alauddin Makassar 2016



menjadi simbol identitas dan gaya hidup. Ketika kedai kopi bermunculan, tradisi minum kopi telah menjadi kisah tersendiri untuk sebagian orang. Berbincang-bincang di kedai kopi tentu lebih asyik dan nyaman.

Fenomena kedai kopi sudah membudaya dan merambah ke semua lapisan masyarakat. Sehingga memiliki banyak konsumen dari berbagai jenis lapisan masyarakat yang saling berinteraksi satu sama lain, mulai dari bercerita bisnis, atau sekedar kumpul bersilaturahmi bersama teman-teman dari berbagai budaya.

Kedai kopi sebagai salah satu ruang publik yang cukup fenomenal secara tidak langsung telah menciptakan kultur plural terhadap keanekaragaman budaya, status sosial, stratifikasi sosial, egalitaritas gender bahkan deferensiasi religi sama sekali tidak berpengaruh. Dalam artian kedai kopi hadir sebagai salah satu wahana dalam menciptakan proses sosial asosiatif seperti persaudaraan (*ukhuwah*) dan silaturahmi.

Namun di sisi lain terlihat satu kenyataan yang cukup ironis dimana kebanyakan dari orang yang ketika dalam suatu urusan terkhusus di kedai kopi, kebanyakan dari kalangan orang yang berkunjung kesalah satu kedai kopi tidak memperhatikan ketika adzan berkumandang atau tidak memperhatikan ketika masuk waktu ibadah sholat wajib. Salah satu yang menjadi fenomena di masyarakat pada umumnya yakni, ketika menghabiskan waktunya untuk bersantai atau mengerjakan kerjaan di kedai kopi atau ditempat lain nya masih banyak diantara masyarakat terkhusus umat Islam pada umumnya. Salah satu contohnya di salah satu kedai “Setempat” di kab. Mamuju tengah, kedai ini biasanya di hari-hari tertentu mempunyai jam operasional yakni, diantara jam 10.00 pagi hingga jam 23.30 malam. Dimana banyak pelanggan yang datang untuk sekedar membeli minuman seperti kopi dan *non* kopi, biasanya di kedai ini melayani sistem *dine in* (Makan/Minum di tempat) dan *take away* (Membawa pergi/pulang), tetapi hampir dari semua pelanggan di tempat ini kebanyakan minum/makan di tempat. Dan berbagai macam pelanggan yang berdatangan. Dimana, kebanyakan yang datang dari pemuda sekitar yang sering meramaikan

kedai ini dan beberapa dari kalangan pekerja kantoran yang singgah hanya untuk sekedar memesan lalu membawa pulang minuman yang mereka pesan. Di kedai ini biasanya mempunyai waktu tertentu untuk ramai pembeli, biasanya waktu ramai pada saat jam 11.00 siang sampai dengan jam 16.30 sore dan pada saat setelah sholat isya hingga tempat ini tutup. Terkadang ketika asyik untuk mengobrol atau sekedar bermain *game* kebanyakan dari pengunjung ini tidak memperhatikan ketika masuk waktu sholat, maka dari itu di kedai ini ketika adzan telah berkumandang karyawan atau pegawai yang bekerja ditempat ini memberikan peringatan berupa papan atau penanda, bahwa telah masuk waktu adzan dan tidak menerima pesanan apapun ketika ada yang memesan sampai setelah waktu sholat selesai. Karena di agama kita tidak diperkenankan berbuat hal seperti itu dengan meninggalkan ibadah dengan sengaja.

Banyak cara untuk memberikan pesan dakwah, salah satunya adalah kebiasaan masyarakat di kabupaten Mamuju Tengah di kedai kopi “Setempat” yang berkumpul dan bercakap-cakap, kebiasaan tersebut bisa kita lihat pada saat di hari-hari spesial dimana pada umumnya kerabat atau keluarga berkumpul. Di hari-hari biasa sebagian masyarakat di kabupaten Mamuju Tengah menggunakan kedai kopi sebagai tempat bertemu dengan temannya. Mereka lalu duduk berjam-jam bercakap-cakap mengenai apa saja mulai dari urusan pribadi, sekolah, hingga masalah kerjaan. Banyak diantara orang yang menghabiskan sebagian waktunya di kedai kopi hingga lalai atas kewajiban dan perintah yang telah ditetapkan oleh agama terutama ummat islam. Oleh karena itu di dalam strategi dakwah kedai “Setempat” menerapkan beberapa model dakwah pada usaha yang dijalani nya seperti penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan atau dakwah *bil-lisan*, atau melalui tulisan yang baik seperti poster yang mengandung pesan dakwah atau dakwah *bit-Tadwin*, dan melakukan penyampaian dengan cara bijaksana dan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauannya sendiri tanpa ada paksaan atau *bil-hikmah*.

Berdasarkan realitas tersebut di atas peneliti mencoba mengelaborasi secara saksama potret keberagaman dan strategi dakwah (da'i/mubaligh). Latak signifikansi penelitian ini dengan Manajemen dakwah yaitu studi mengenai penerapan strategi dakwah pada usaha kedai.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan pokok masalahnya yaitu:

1. Bagaimana pengelolaan dakwah kedai “Setempat” di Kabupaten Mamuju Tengah?
2. Bagaimana penerapan strategi dakwah pada usaha kedai “Setempat” di Kabupaten Mamuju Tengah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pokok permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengelolaan yang diterapkan dalam strategi dakwah yang ada di kedai “Setempat” Kabupaten Mamuju Tengah.
2. Untuk mengetahui penerapan dakwah di kedai “Setempat” Kabupaten Mamuju Tengah.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini kiranya dapat berguna dan bermanfaat bagi diri sendiri, maupun bagi pembaca, atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil studi empirik tentang strategi dakwah melalui usaha kedai kopi.
2. Penelitian yang dihasilkan nantinya diharapkan dapat menjadi referensi bagi kalangan akademisi dan masyarakat.
3. Sebagai bahan informasi bagi calon peneliti yang bermaksud mengadakan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada tahap ini, dijelaskan penelitian-penelitian lain yang sesuai atau berkesinambungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Hal ini merupakan bagian dari upaya menelaah hasil-hasil penelitian yang terkait dengan objek penelitian yang akan dilaksanakan. Tinjauan penelitian yang relevan membantu peneliti untuk mengetahui hal-hal yang belum diteliti atau dibahas oleh peneliti lainnya serta untuk menjadi bahan renungan yang terkait dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Sudah selayaknya, peneliti menelaah penelitian relevan guna menghindari pembahasan yang berulang. Terdapat beberapa penelitian yang relevan serta berhubungan dengan kedai kopi dalam menerapkan strategi dakwah, sebagai berikut:

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fidagta Khoironi yang berjudul *Ekspresi keberagaman komunitas warung kopi (analisis profil Komunitas Warung Kopi “Blandongan” di Yogyakarta)* penelitian ini dilakukan pada Tahun 2009. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan bahwa munculnya kultur global yang meluas di Yogyakarta, secara pelan tapi pasti telah membentuk orientasi, mentalitas, gaya hidup dan bahkan terbentuknya struktur sejarah baru yang membawa pada simbol-simbol kemodernan dalam kebudayaan.<sup>2</sup>Implikasi dari penelitian ini bagi kedai “Setempat” adalah bagaimana menerapkan budaya bersosialisai dengan pendekatan *ukhuwah Islamiyah* dengan mengedepankan sisi agama dalam prespektif islam yang moderat.

---

<sup>2</sup>Fidagta Khoironi, *“Ekspresi Keberagaman komonitas warung kopi (analisis profil komonuitas warung kopi) Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2009), h. 1

Dwi Fajar Khamdani dengan penelitiannya yang berjudul Tema sosial yang didialogkan oleh komunitas Ngopi di warung kopi Sarijan Malang, penelitian ini dilakukan pada tahun 2014, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan berdasarkan data-data yang telah terkumpul serta analisis data memperoleh hasil Agama dan kepercayaan, teknologi informasi dan komunikasi.<sup>3</sup>Kaitannya antara penelitian terdahulu di warung kopi Sarijan Malang dengan penelitian selanjutnya yang akan diteliti oleh penulis yaitu di kedai “Setempat” adalah terletak pada objek penelitiannya yaitu terhadap strategi dakwah dengan tujuan memberikan pemahaman terhadap para pengunjung, agar apa yang sudah diterapkan dalam usaha tersebut bisa dijalankan dengan baik serta memberikan sebuah dampak yang positif baik bagi para pengunjung maupun pemilik usaha kedai, adapun perbedaannya terdapat pada keunggulan dan strategi yang digunakan dalam pengimplementasiannya memberikan pandangan yang benar serta aturan yang diterapkan pada usaha kedai.

Kedua penelitian di atas terdapat kesamaan dalam membahas masalah Warung Kopi. Walaupun kedua peneliti di atas membahas masalah Warung Kopi, namun tekanan analisisnya berbeda dengan yang peneliti lakukan. Dwiyanti dan Mizan Anshori lebih menekankan fungsi warung kopi sebagai fenomena sosial yang fenomenal sedangkan dalam penelitian ini menekankan pada fungsi warung kopi sebagai media silaturahmi. Dengan demikian, penelitian yang penulis lakukan ini merupakan penelitian pertama dalam aspek kelengkapan keterangan dan penjelasan serta informasi mengenai warung kopi sebagai media dakwah.

---

<sup>3</sup>Dwi Fajar Khamdani, *Tema sosial yang di dialogkan oleh komunitas mgopi di warung kopi sarijan malang, skripsi* (Malang: Fakultas sosiologi Universitas Negeri Malang

## B. Tinjauan Teoritis

### 1. Analisis SWOT

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan 4 dari 4 kata yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis *SWOT* merupakan salah satu metode yang di gunakan untuk mengevaluasi, *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Dalam suatu spekulasi bisnis.

Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks *SWOT*, yang mana pengaplikasiannya adalah:

- a. Bagaimana kekuatan (*stengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
- b. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
- c. Bagaimana kekuatan (*stengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
- d. Bagaimana mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Adapun kegunaan dari *SWOT* ialah digunakan untuk menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi sejauh mana potensi-potensi yang kita miliki sekaligus melihat seperti apa lingkungan sosial kita, kita dapat melihat sebaik apa peluang yang kita miliki dengan bekal potensi yang ada dalam diri kita, juga digunakan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal lembaga, dengan menggunakan analisis *SWOT*, maka organisasi atau perusahaan dapat mengetahui kondisi internal dan eksternal mereka, dan analisis *SWOT* ini juga dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana diri kita didalam lingkungan kita, mengetahui posisi sebuah

perusahaan/organisasi diantara perusahaan/organisasi yang lain, serta mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis yang di harapkan dengan para pesaing.<sup>4</sup>Analisis ini memberikan kita gambaran situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh pengusaha khususnya dalam mengetahui kekuatan dan kelebihan suatu usaha yang dijalani sehingga dapat memanfaatkan hal tersebut demi kemajuan suatu usaha yang dijalani.

Bukan hanya itu saja tetapi bagaimana kita dapat menganalisa apa saja kekurangan atau kelemahan suatu usaha sehingga kita dapat segera mencegah hal yang tidak di inginkan itu terjadi, dengan menganalisa itu terjadi suatu usaha yang dijalani bisa saja kita menghindari hal buruk atau yang memberikan dampak negatif pada usaha yang kita jalani dan pengusaha juga bisa memanfaatkan kekuatan usaha dengan sebaik-baiknya dan terus berusaha dan berdo'a agar bisa memberikan efek positif kepada pelanggan atau masyarakat disekitar.

Tentunya dalam menganalisa suatu strategi dakwah dalam satu usaha mempunyai kekuatan serta kelemahan masing-masing, apalagi dalam sebuah usaha kedai yang mayoritas tempat untuk berkumpul dan bersantai, sehingga masih banyak tantangan yang dimiliki dalam menerapkan strategi maupun pesan dakwah yang ingin disampaikan. Tetapi perlu di ingat bahwa dengan menganalisa suatu objek dengan menggunakan metode analisis SWOT kita bisa melihat bagaimana kekuatan mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada, bagaimana mengatasi suatu kelemahan yang mencegah keuntungan dari peluang yang ada, dan bagaimana kekuatan mampu menghadapi ancaman, serta mengatasi kelemahan yang mampu membuat ancaman menjadi nyata atau menciptakan ancaman baru.

---

<sup>4</sup>Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Tehnik Analisis SWOT* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), h.7-11

Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT sangat penting terhadap para pelanggan atau karyawan dalam mengatasi dan mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu usaha sehingga menjadikan pesan dakwah yang ingin kita sampaikan dapat berjalan dengan baik dan bisa diterima oleh para pengunjung yang ada, karena tujuan untuk menggunakan metode ini yaitu untuk menganalisa dan mengevaluasi pesan yang diterapkan dalam usaha kedai “Setempat” dalam menerapkan strategi dakwah yang dijalankan.

## 2. Teori Atribusi

Atribusi adalah upaya kita untuk memahami penyebab di balik perilaku orang lain. Dalam beberapa kasus juga penyebab dibalik perilaku kita sendiri. Dengan kata lain kita tidak hanya sekedar ingin tahu bagaimana seseorang berbuat, lebih jauh kita ingin tahu mengapa mereka berbuat demikian.<sup>5</sup>

Dalam menghadapi situasi-situasi di lingkungan sekitar. Teori atribusi merupakan bidang psikologi yang mengkaji tentang kapan dan bagaimana orang akan mengajukan pertanyaan “mengapa” atau prinsip menentukan bagaimana atribusi kausal dibuat dan apa efeknya. Atribusi kausal pada intinya yaitu menjelaskan antara sebab akibat terhadap dua peristiwa. Teori ini dikenal sebagai penyebab internal dan eksternal, penyebab internal ini mengacu pada aspek perilaku individu, sesuatu yang ada dalam diri seseorang seperti sifat pribadi, persepsi sendiri. Penyebab eksternal mengacu pada lingkungan yang di pengaruhi perilaku seperti kondisi sosial, pandangan masyarakat nilai-nilai sosial. Teori atribusi ini mengacu pada konsep pengembangan cara penilaian manusia yang berbeda.

Manusia senantiasa berusaha memaknai keadaan diri dan lingkungannya. Salah satu cara yang lazim untuk mamaknai pengalaman

---

<sup>5</sup>Hj Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press,2007), h.5



adalah dengan melakukan atribusi atau atribusi kausal, yaitu menjelaskan sebab dari berbagai tindakan atau peristiwa yang menimpa diri dan orang lain. Sebab adalah jawaban terhadap pertanyaan mengapa tentang kejadian atau pengalaman tertentu. Sebab lebih merupakan hasil konstruksi subjektif perseptor untuk menjelaskann kaitan antara suatu tindakan dan hasilnya.<sup>6</sup> Teori atribusi menjelaskan tentang pemahaman akan reaksi seseorang terhadap peristiwa di sekitar mereka, dengan mengetahui mengetahui alasan-alasan mereka atas kejadian yang di alami.

#### A. Teori-teori awal tentang atribusi

Teori Atribusi dari Heider Heider dikenal sebagai bapak teori atribusi. Heider percaya, bahwa orang itu seperti ilmuwan amatir, berusaha untuk mengerti tingkah laku orang lain dengan mengumpulkan dan memadukan potongan-potongan informasi sampai mereka tiba-tiba pada sebuah penjelasan masuk akal tentang sebab-sebab orang lain bertingkah laku tertentu.<sup>7</sup> Kerangka kerja konseptual yang digunakan orang untuk menafsirkan, menjelaskan, dan meramalkan tingkah orang lain digambarkannya sebagai "*naive theory of action*". Dalam ke rangka kerja ini, konsep intensional memainkan peranan yang penting, akan tetapi, Heider juga mengadopsi teori Lewin yang membuat perbedaan antara penyebab pribadi dan situasi. Heider juga menyatakan bahwa orang menggunakan perbedaan ini dalam menjelaskan tingkah laku. Di satu sisi, pertentangan mengenai konsep intensional dan perbedaan situasi di sisi yang lain, belum terselesaikan hingga saat ini. Heider tidak memperjelas hubungan keduanya dan ia lebih fokus kepada perbedaan pribadi situasi pada studi selanjutnya. Menurut Heider, ada dua sumber atribusi terhadap tingkah laku. Pertama, adalah atribusi internal atau disposisional. Kedua, adalah atribusi eksternal atau lingkungan. Pada

---

<sup>6</sup> Supratiknya, Menjelaskan Keberhasilan dan Kegagalan, Jurnal Psikologi Fakultas psikologi UGM, 2005 vol 32, no 1, h. 1

<sup>7</sup> Sarlito W Sarwono, Psikologi Sosial, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta, 2009, h. 31

atribusi internal kita menyimpulkan bahwa tingkah laku seseorang disebabkan oleh kekuatan internal atau disposisi (unsur psikologis yang mendahului tingkah laku). Pada atribusi eksternal kita menyimpulkan bahwa tingkah laku seseorang disebabkan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan (*environmental forces*). Kekuatan-kekuatan lingkungan ini terdiri dari faktor situasi yang menekan, sehingga memunculkan perilaku-perilaku tertentu. Kekuatan-kekuatan internal (*personal forces*) dilihat sebagai hasil dari kemampuan (*ability*), power dan usaha yang ditunjukkan seseorang. Jadi perilaku (*behavior*) adalah fungsi dari *environmental forces* ditambah dengan *Personal forces*

Teori Inferensi korespondensi dari Edward E. Jones Teori umum atribusi yang dikemukakan oleh Heider kemudian diperluas oleh Edward E. Jones. Edward E Jones dan koleganya mempelajari kekuatan disposisional dan lingkungan pada atribusi kausal.<sup>8</sup> Mereka menganalisa kondisi-kondisi yang memunculkan atribusi disposisional, atau apa yang mereka sebut dengan istilah inferensi korespondensi, yaitu kasus di mana pengamat memutuskan bahwa disposisi khusus dari aktor adalah penjelasan yang cukup masuk akal bagi perilaku atau tindakan aktor. Edward E Jones dan koleganya mengidentifikasi ada empat faktor yang secara umum mempengaruhi proses atribusi, yaitu:

- Kekuatan faktor lingkungan. Kekuatan relatif dari kekuatan-kekuatan lingkungan secara langsung mempengaruhi tipe atribusi yang dibuat oleh pengamat. Atribusi disposisional terjadi dalam suatu situasi di mana kekuatan lingkungan dipersepsi tidak kuat.
- Efek perilaku aktor pada pengamat Seberapa jauh perilaku aktor memiliki efek atau pengaruh pada pengamat akan juga mempengaruhi tipe atribusi yang dibuat tentang aktor. Dalam kasus ini, Edward E

---

<sup>8</sup> Tri Daya Kisni dan Hudaniah, *Psikologi Sosial*, UMM Press, 2009, h. 43

Jones mengemukakan dua istilah yaitu *hedonic relevance* dan *personalism*. *Hedonic relevance* menggambarkan derajat atau seberapa jauh suatu tindakan dari aktor memberi akibat menyenangkan atau mengecewakan pengamat. *Personalisme* menunjukkan pada derajat atau seberapa jauh seorang pengamat mempersepsi bahwa tindakan itu diarahkan secara khusus padanya. Ketika *hedonic relevance* dan *personalism* meningkat, kemungkinan pengamat membuat atribusi disposisional juga akan meningkat. Keyakinan pengamat bahwa dia membuat atribusi yang benar juga meningkat.

- Harapan mengenai perilaku itu Suatu tindakan yang memang diharapkan akan menceritakan sedikit kepada kita tentang aktor daripada tindakan yang dilakukan adalah tindakan yang tidak diharapkan. Artinya tindakan yang tidak diharapkan (tidak sesuai dengan peran, atau tidak diinginkan, ekstrem, atau tidak konsisten dengan perilaku terdahulu) cenderung diatribusi sebagai perilaku yang disebabkan oleh faktor disposisional.
- Tindakan-tindakan alternatif yang ada. Jika tindakan itu menunjukkan hasil yang unik, maka orang cenderung mengatribusikan tindakan itu pada faktor – faktor disposisional.<sup>9</sup>

Teori “*Social Scientist*” dari Kelley Teori inferensi korespondensi terbatas analisisnya pada suatu tindakan, akan tetapi teori Harold Kelley menggunakan informasi tambahan dalam mempertimbangkan atribusi kausalitas. Ada tiga jenis informasi yang digunakan orang untuk sampai pada atribusi kausalitas, yaitu aktor, situasi di mana tindakan atau kejadian itu berlangsung (waktu, modalitas, lingkungan khusus), dan stimulus (objek yang menjadi sasaran perilaku aktor). Sebagaimana Heider, Kelley melihat kita

---

<sup>9</sup>Tri Daya Kisni dan Hudaniah, *Psikologi Sosial*, h.43-46

bertindak sebagai psikolog naif yang menggunakan semua informasi untuk memutuskan apakah perilaku seseorang disebabkan faktor internal atau eksternal. Untuk membuat atribusi yang akurat tentang perilaku aktor dalam situasi tertentu, kita ingin tahu terlebih dahulu:

- a) Bagaimana aktor berperilaku dalam situasi ini
- b) Bagaimana orang-orang lain berperilaku dalam situasi ini,
- c) Bagaimana aktor berperilaku sebelumnya dalam situasi ini<sup>10</sup>

Menurut Kelley, pengamat seperti ilmuwan sosial yaitu ia akan menganalisa data (pada orang/aktor, situasi, dan faktor stimulus) dan mencari pada dimensi-dimensi yang mana variasi-variasi terjadi. Untuk itu, seseorang dapat menganalisis kekhususan (*distinctiveness*) tentang perilaku aktor (apakah aktor berperilaku secara berbeda dalam situasi yang lain?), konsistensi (pernahkah aktor berperilaku dengan cara yang sama dalam situasi ini pada kesempatan yang lain?), dan konsensus (apakah orang lain berperilaku yang sama dengan cara yang sama pada situasi ini?) Jika *distinctiveness* rendah (tidak khusus), konsistensi tinggi, dan konsensus rendah, maka kemungkinan perilaku aktor diatribusikan pada faktor disposisional. Sebaliknya, jika perilaku itu khusus (*distinctiveness*), konsistensi rendah, dan konsensus tinggi, maka perilaku aktor cenderung diatribusikan pada faktor stimulus atau faktor eksternal. Bagaimanapun proses atribusi tidak selalu rasional. Orang yang relatif perkembangan kognitifnya berfungsi pada konkrit (dilawankan dengan tingkat abstrak) kurang dapat membuat atribusi yang baik berdasarkan pada faktor-faktor yang dikemukakan oleh Kelley. Demikian juga ada perbedaan individu dalam cara bagaimana orang menggunakan tiga tipe informasi itu (konsensus, *distinctiveness*, dan konsistensi) dalam atribusi mereka. Orang nampaknya memberi tekanan yang kecil pada informasi konsensus daripada informasi *distinctiveness* atau konsistensi ketika membuat atribusi tentang

---

<sup>10</sup> Tri Daya Kisni dan Hudaniah, *Psikologi Sosial*, h.46

suatu tindakan.<sup>11</sup>Di sisi yang lain, peran dari faktor yang ada (aktor, situasi, stimulus) dapat menghasilkan pengaruh yang akan dipotong (nampak menjadi kurang penting) jika sebab lain juga ada, seperti perbedaan status, persyaratan atau tuntutan peran, atau hasil yang unik

Teori Atribusi Diri dari Bem Salah satu hipotesis yang paling menarik dalam teori atribusi adalah bahwa orang sampai kepada persepsi keadaan intern mereka sendiri dengan cara yang sama jika mereka sampai pada persepsi tentang keadaan orang lain. Teori atribusi tentang diri banyak dikaji oleh Bem, yang menyatakan bahwa atribusi diri atau persepsi diri adalah suatu proses saat seseorang merasa tidak yakin dengan sikapnya sendiri, sehingga ia menyimpulkan sesuai dengan sikap orang lain terhadap dirinya melalui observasi Terhadap perilaku yang ditampilkan oleh dirinya sendiri dan situasi saat perilaku itu terjadi. Menurut Bem, jika kita mengamati perilaku kita sendiri dalam situasi di mana tidak ada paksaan eksternal yang kuat, maka kita asumsikan bahwa kita hanyalah meng ungkapkan sikap sejati kita sendiri dan membuat atribusi internal. Sebaliknya jika ada tekanan ekstern yang kuat atas diri kita untuk melakukan sesuatu, maka kita mempersepsikan itu disebabkan oleh faktor ekstern.<sup>12</sup>Ada dua faktor lain yang mempengaruhi terbentuknya atribusi diri. Pertama, pengaruh pem benaran yang berlebihan. Pengaruh ini terjadi ketika hadiah atau pujian yang ber asal dari eksternal akan mengarahkan seseorang untuk menghilangkan faktor-faktor yang penting dalam atribusi dirinya. Kedua, ketidaksadaran tentang alasan dalam melakukan sesuatu, yaitu jika seseorang dalam men jelaskan perilakunya sendiri sering tidak ber dasarnya pada proses terjadinya pemberian informasi yang tepat, tetapi lebih menekankan pada intuisi mereka

---

<sup>11</sup> Tri Daya Kisni dan Hudaniah, *Psikologi Sosial*, h. 48

<sup>12</sup>Tri Daya Kisni dan Hudaniah, *Psikologi Sosial*, h.49

tentang kemungkinan penyebab perilaku itu terjadi. Oleh karena itu orang sering salah menafsirkan tentang penyebab terjadinya perilaku.

Atribusi erat kaitannya dengan komunikasi antara pribadi, karena dalam mencari suatu kesimpulan kita memanfaatkan situasi dimana harus harus kita melakukan komunikasi yang memiliki skala kecil, salah satunya yaitu komunikasi antara pelanggan dan karyawan atau karyawan dan *owner*. Tujuannya agar tercipta keakraban, dapat lebih luas mendapatkan pandangan atau informasi yang lebih antara pelanggan dan karyawan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa atribusi karyawan terhadap para pelanggan sangat penting dalam mendukung urusan transaksi dan interaksi, karena kepuasan pelanggan adalah prioritas dalam hal membangun sebuah usaha.

## C. Tinjauan Konseptual

### 1. Strategi

Istilah Strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu Angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar.<sup>13</sup> Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai.

---

<sup>13</sup>Fandy tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 3

Menurut Chandler, “Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya”. Sedangkan menurut Porter “strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”. Selain itu juga ada definisi yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad, yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut: “strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.<sup>14</sup> Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan. Menurut Hax dan Majluf mencoba menawarkan rumusan secara konprehensif tentang strategi yaitu:

- a. Strategi ialah suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu dan integral
- b. Strategi menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam artian sasaran jangka panjang, program bertindak, dan prioritas alokasi sumber daya
- c. menyeleksi bidang yang akan digeluti organisasi
- d. Strategi mencoba mendapatkan keuntungan yang mampu bertahan lama, dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi, dan kekuatan serta kelemahannya
- e. Strategi melibatkan tingkat hierarki dari organisasi<sup>15</sup>

<sup>14</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.16.

<sup>15</sup> J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik*, (Gramedia Widiasarna Indonesia, 2015), h.6

Dari pendapat para ahli di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif.

## 2. Dakwah

### a. Pengertian Dakwah

Kata dakwah secara bahasa berasal dari kata *da'ā-yad'ū-da'watan*, yang memiliki kesamaan makna dengan *al-nidā'*, yang berarti menyeru atau memanggil. Sedangkan pengertian dakwah secara istilah menurut beberapa pakar adalah sebagai berikut:

- Ibn Taimiyah menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintah-Nya.<sup>16</sup>Dari pandangan tersebut kita bisa pahami bahwa ajaran yang diperintahkan oleh Allah melalui utusannya patut kita taati dan kita amalkan.
- Syekh Ali Mahfudz menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka kepada kebiasaan baik dan melarang mereka kepada kebiasaan buruk supaya beruntung di dunia dan akhirat.<sup>17</sup>Oleh karena itu kebaikan yang kita lakukan akan mendapat imbalan di dunia apalagi di akhirat kelak.

<sup>16</sup>Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h.2.

<sup>17</sup>Ismail dan Hotman, *Filsafat Dakwah.*, h. 27-28.



- Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah adalah upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dunia dan akhirat
- Hamzah Ya'qub menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- Prof. Dr. Hamka menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan *amar ma'ruf nahi munkar*.<sup>18</sup> Kita bisa pahami dalam berdakwah seruan yang mengarahkan dalam hal yang baik perlu kita terapkan dalam kehidupan atau aktifitas sehari-hari.

Jadi, dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian dakwah adalah upaya menyeru atau mengajak manusia menujukan Allah SWT, yang memerintahkan manusia berbuat *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Sebagaimana yang diperintahkan Allah dalam QS Al-Jumu'ah/62:9

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا نُودِيَ لِلصَّلٰوةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْاۤ اِلَيْهَا ذِكْرِ اللّٰهِ وَذُرُوْا الْبَيْعَ ۗ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْۤ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Terjemahnya:

”wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan shalat pada hari jumat, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui”<sup>19</sup>

<sup>18</sup>Saputra, *Pengantar ilmu.*, h.1-2.

<sup>19</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahnya, *Adds-Ins Microsof Word Indonesia* (Terjemah Kemenag 2019) Versi 32-2.0 (Departemen Agama RI Al-Hikmah Al-Quran dan Terjemahnya, 2010), h.553

## b. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari keislaman seseorang. Karena dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan kaidah ajaran Islam. Inti dari tujuan dakwah adalah mengarah padaperubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat. Maka dari itu, seharusnya dalam berdakwah harus bersikap dinamis dan progresif. Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar dan diridai Allah swt agar bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.

Adapun tujuan dakwah secara khusus adalah sebagai berikut:

- Mengubah paradigma berpikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup sesungguhnya.
- Menginternalisasikan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam.
- Wujud dari internalisasi ajaran Islam tersebut adalah seorang muslim memiliki keinginan untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.<sup>20</sup> Setelah memahami tujuan dakwah, selanjutnya kita perlu mamahami fungsi dakwah agar dakwah dapat dijalankan sesuai petunjuk Allah dan praktik dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah. Adapun fungsi dakwah adalah sebagai berikut:
- Mengesakan Tuhan pencipta alam semesta

Artinya adalah memberi pemahaman dan penjelasan kepada umat manusia untuk menyembah Allah SWT dan menolak berbagai ideologi, paham dan keyakinan hidup yang menyimpang dari syari"at. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Ahzab/33:45-46

---

<sup>20</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h.51-52

يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيَا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ  
 وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾

Terjemahnya:

“Hai Nabi, sesungguhnya kami mengutusmu untuk menjadi saksi dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan. Dan untuk jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi.”<sup>21</sup>

- Mengubah perilaku manusia

Mengubah perilaku manusia dari perilaku jahiliyah menuju perilaku yang Islami. Secara fitrah, manusia memiliki potensi mengenal dan beriman kepada Allah swt serta lahir dalam keadaan suci. Tetapi, perubahan manusia tersebut, yakni tidak sesuai dengan nilai-nilai Islami adalah dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Untuk itu dakwah perlu disampaikan kepada umat manusia.

- Menegakkan kebaikan dan mencegah kemunkaran

Dalam proses penegakan amar ma“ruf nahi munkar perlu diperhatikan rambu-rambu yang diajarkan oleh syari“at Islam, yaitu dilakukan secara evolutif dan penuh kesabaran, lemah lembut, serta memiliki dasar keilmuan yang akan dicapai. Selain itu juga perlu memperhatikan prinsip-prinsip dakwah seperti yang dilakukan Rasulullah saw.<sup>22</sup>

<sup>21</sup>Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan terjemahnya, *Adds-Ins Microsof Word Indonesia* (Terjemah Kemenag 2019) Versi 32-2.0 (Departemen Agama RI Al-Hikmah Al-Quran dan Terjemahnya, 2010), h.424

<sup>22</sup>Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, h.55-58.

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa pengertian dakwah adalah suatu usaha manusia secara sadar dalam rangka menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam secara lisan maupun tulisan sebagai realisasi amar ma'ruf nahi munkar untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Sebagai proses penyampaian ajaran Islam, dakwah mempunyai persamaan dengan proses komunikasi, baik dilihat dari segi proses maupun komponennya.

Oleh karena proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah muballigh yaitu orang yang dikenal sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (message) kepada pihak komunikan. Dakwah tampak dalam wujud dan realitas, yang teramati, terpahami, dan terasakan dalam sejarah, gagasan ulama yang tertuang dalam referensi dan perilaku ke-Islaman yang terus berlangsung selama manusia hidup di muka bumi ini. Semua itu merupakan perilaku ke-Islaman berupa internalisasi, transmisi, transformasi, dan difusi pesan ilahiyah dalam kehidupan manusia dalam rangka beribadah kepada Allah swt, yang melibatkan unsur-unsur dalam berbagai konteks di sepanjang ruang dan waktu.

### 3. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik yang digunakan dalam aktivitas dakwah<sup>23</sup>. Asmuni menambahkan strategi dakwah yang dikutip oleh Ahmad Anas dalam bukunya yang berjudul *Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktis Dakwah sebagai Solusi Problematikan Kekinian*. Dakwah harus memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a) Asas filosofis, yaitu asas yang membicarakan tentang hal yang erat hubungannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah;

---

<sup>23</sup>Asmuni Syukri, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas,2006), h.9

- b) Asas psikologi, yaitu asas yang membahas tentang masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia begitu juga sasaran dakwah yang memiliki karakter kejiwaan yang unik, sehingga ketika terdapat hal yang masih asing pada diri *mad'u* tidak diasumsikan sebagai pemberontakan atau distorsi terhadap ajakan;
- c) Asas sosiologi, yaitu asas yang membahas masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik, masyarakat setempat dan mayoritas agama di daerah setempat.
- d) Asas kemampuan dan keahlian (*achievement and professional*), yaitu asas yang lebih menekankan pada kemampuan dan profesionalisme subjek dakwah dalam menjalankan misinya. Latar belakang subjek dakwah akan dijadikan ukuran kepercayaan *mad'u*.
- e) Asas efektifitas dan efisiensi, yaitu asas yang menekankan usaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan planning yang telah ditetapkan sebelumnya<sup>24</sup>

Oleh karena itu di dalam strategi dakwah kedai “Setempat” menerapkan beberapa model dakwah pada usaha yang dijalani nya seperti penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan atau dakwah *bil-lisan*, atau melalui tulisan yang baik seperti poster yang mengandung pesan dakwah atau dakwah *bit-Tadwin*, dan melakukan penyampaian dengan cara bijaksana dan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauannya sendiri tanpa ada paksaan atau *bil-hikmah*.

#### a. Pentingnya Strategi Dakwah

---

<sup>24</sup>Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematikan Kekinian*, (Cet, I; Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), h.184.

Pentingnya strategi dakwah adalah untuk mencapai tujuan, sedangkan pentingnya suatu tujuan adalah untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Fokus perhatian dari ahli dakwah memang penting untuk ditujukan kepada strategi dakwah, karena berhasil tidaknya kegiatan dakwah secara efektif banyak ditentukan oleh strategi dakwah itu sendiri. Dengan demikian strategi dakwah, baik secara makro maupun mikro mempunyai fungsi ganda, yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan-pesan dakwah yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran dakwah untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani "Cultur Gap" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai dan norma-norma agama maupun budaya. Bahasan ini sifatnya sederhana saja, meskipun demikian diharapkan dapat menggugah perhatian para ahli dakwah dan para calon pendakwah yang sedang atau akan bergerak dalam kegiatan dakwah secara makro, untuk memperdalaminya. Jika kita sudah tau dan memahami sifat-sifat mad'u, dan tahu pula efek apa yang kita kehendaki dari mereka, memilih cara mana yang kita ambil untuk berdakwah sangatlah penting, karena ini ada kitannya dengan media yang harus kita gunakan. Cara bagaimana kita menyampaikan pesan dakwah tersebut, kita biasa mengambil salah satu dari dua tatanan di bawah ini:

**1) Dakwah secara tatap muka (*face to face*)**

- a) Dipergunakan apabila kita mengharapkan efek perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari mad'u.
- b) Sewaktu menyampaikan memerlukan umpan balik langsung (*immediate feedback*).
- c) Dapat saling melihat secara langsung dan bisa mengetahui apakah mad'u memperhatikan kita dan mengerti apa yang kita sampaikan, sehingga umpan balik tetap menyenangkan kita.

- d) Kelemahannya mad'u yang dapat diubah tingkah lakunya relative, sejauh bisa berdialog dengannya.

## 2) Dakwah melalui media.

- a) Pada umumnya banyak digunakan untuk dakwah informatife.
- b) Tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku.
- c) Kelemhannya tidak persuasive.
- d) Kelebihannya dapat mencapai mad'u dalam jumlah yang besar<sup>25</sup>

## 4. Pengertian Kedai kopi

Kopi pada dasarnya merupakan sesuatu yang menarik untuk dibicarakan, karena kopi menjelma menjadi sesuatu yang selalu diburu dan digemari dari dulu hingga saat ini di Indonesia. Apabila kita berbicara mengenai kopi, maka tidak terlepas dengan tempat yang menawarkan atau menjual aneka minuman kopi yaitu kedai kopi.

Keberadaan kopi yang semakin dicari pada saat ini mendorong lahirnya kedai-kedai kopi dengan segala hal bernuansa modern yang menawarkan kopi dengan berbagai jenis, rasa dan penyajiannya. Kedai-kedai kopi bernuansa modern (coffee shop) dengan berbagai nama terkenal di dunia bermunculan di kota-kota Indonesia, namun keberadaan coffee shop tersebut belum mampu memusnahkan keberadaan kedai-kedai kopi tradisional yang telah duluan hadir.

Minum kopi mungkin merupakan satu dari sedikit kata kerja yang bisa mewakili banyak aktivitas. Mulai dari menyantap makanan dan minuman, negosiasi bisnis, tukar pikiran dalam pekerjaan, reuni dengan kawan lama, sampai bincang-bincang non formal di pinggir jalan. Minum kopi di kedai

---

<sup>25</sup> Asbaniyah, *Pengertian Strategi Dakwah*, (online) (<http://md2011-asbaniyah.blogspot.co.id>), diakses tanggal 03 September 2022

kopi (ngopi) juga adalah aktivitas yang tak peduli status sosial, tanpa membedakan perbedaan jenis kelamin, strata sosial, usia atau apapun yang dapat menjadi penyekat kepopuleran sebutan ngopi ini.

Kedai kopi tidak membedakan pengunjungnya baik aki-laki maupun perempuan, kaya atau miskin, tua ataupun muda, dari orang tidak terhormat hampir terhormat-bahkan yang katanya terhormat semua bisa beraktivitas di kedai kopi.

Aktivitas di kedai kopi (ngopi) yang menjadi salah satu kebutuhan bagi sebagian masyarakat yang ingin mengisi waktu luang setelah menjalani rutinitas. Pada awalnya, kedai kopi hanyalah sebagai tempat pengisi waktu luang, tempat melepas lelah baik secara individu maupun komunal atau berkelompok. Pada saat ini kedai kopi sudah mengalami pergeseran makna, mengunjungi kedai kopi pada saat ini bukan hanya sebagai tempat sebagian orang melakukan aktivitas konsumsi semata akan tetapi mengunjungi kedai kopi juga sudah menjadi salah satu gaya hidup bagi sebagian masyarakat Mamuju Tengah bahkan masyarakat kota pada umumnya saat ini. Gaya hidup masyarakat kota Mamuju Tengah dengan menghabiskan waktu di kedai kopi ini tidaklah memakan waktu yang sebentar.

Seringkali keberadaan masyarakat di kedai kopi memakan waktu yang cukup lama dan itu semua mereka lewati pastinya dengan beberapa aktivitas. Dilihat dari keragaman aktivitas dan latar belakang serta status pengunjung kedai kopi, maka kedai kopi menunjukkan perannya sebagai ruang publik bagi masyarakat khususnya kota Mamuju Tengah. Peran kedai kopi sebagai ruang publik inilah yang menurut dugaan penulis menyebabkan kenyamanan tersendiri bagi masyarakat khususnya masyarakat Mamuju Tengah.

Kenyamanan yang berkelanjutan dan berlangsung turun temurun tersebut membuat aktivitas masyarakat di kedai kopi (ngopi) seolah menjadi suatu gaya hidup dalam masyarakat Mamuju Tengah. Seperti diketahui bersama, bahwa gaya hidup merupakan gambaran keseluruhan diri seseorang



dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Gaya hidup menggambarkan pola aksi dan interaksi seseorang dengan lingkungannya dalam artian gaya hidup dikenali dengan melihat aktivitas, minat dan pandangan (opini) seseorang dalam kehidupan kesehariannya.

#### **D. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir merupakan konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah di idenifikasikan penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pikir peneliti harus menguraikan konsep atau variable penelitiannya secara lebih rinci. Tidak hanya mendefenisikan variabel tadi, tetapi juga menjelaskan keterkaitan di antara variabel tadi. Dalam menguraikan kerangka berpikirnya, peneliti tidak sekedar memfokuskan pada variabel penelitiannya saja tetapi juga harus menghubungkan konsep penelitian dalam kerangka yang lebi luas lagi. Misalnya, jika peneliti ingin mengetahui apakah ada korelasi antara motifasi dan kepuasan kerja, maka peneliti menguraikan, apa itu motivasi, apa itu kepuasan kerja, bagaimana hubungan antara variabel itu, lalu bagaimana keterkaitannya dengan organisasi secara menyeluruh.<sup>26</sup>

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi dakwah pada usaha kedai “Setempat” seperti halnya strategi usaha di kedai kedai pada umumnya, pada usaha kedai ini tentunya memiliki tantangan dan masalah tersendiri yang dimana strategi yang diterapkan agak berbeda pada usaha kedai yang lainnya, maka dari itu peneliti menggunakan teori analisis SWOT, dalam menganalisis strategi apa saja yang ada pada kedai “Setempat”.

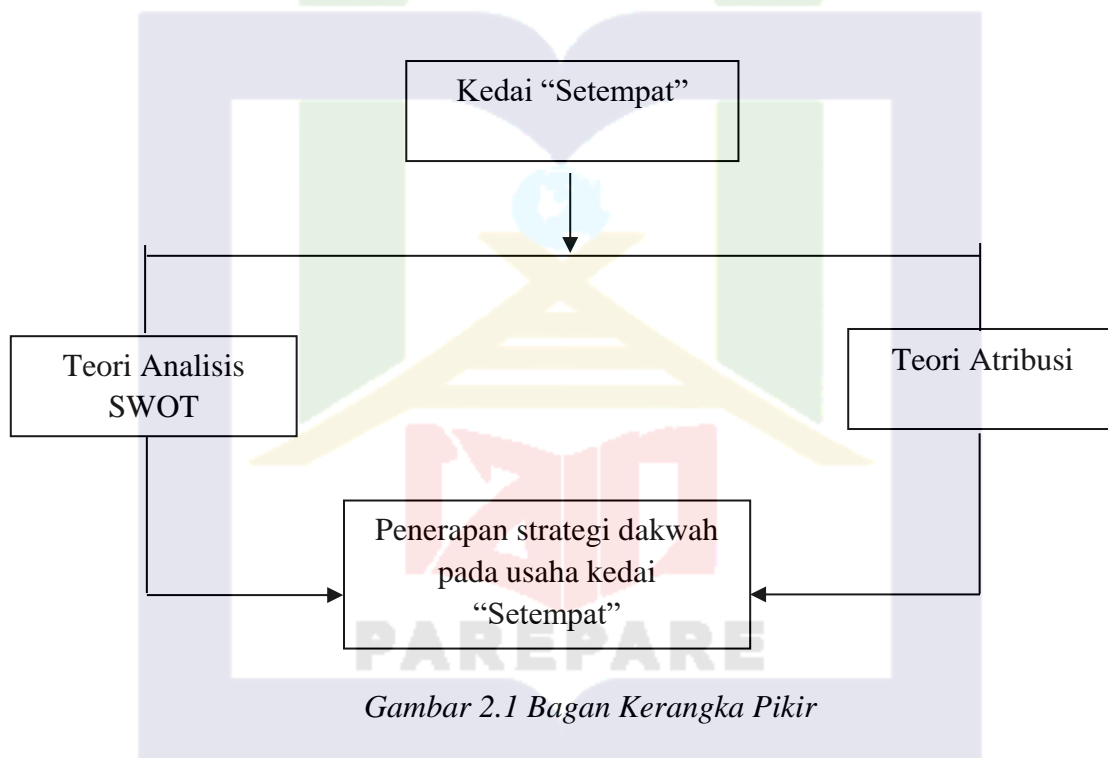
Penelitian ini menggunakan fungsi analisis SWOT yang terdiri dari 4 usur utama, yaitu *strength* (kekuatan) yang dimana hal ini sangat penting dalam menguatkan suatu strategi pada usaha kedai, *weakness* (kelemahaan), untuk meminimalisir kelemahan pada usaha kedai, *Opportunity* (peluang)

---

<sup>26</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian:Skripsi,Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah* (Kencana 2012) h.76

untuk mengetahui peluang pada usaha kedai dan *Threats* (Ancaman) untuk memungkinkan ancaman sebelum dan setelah strategi usaha di terapkan.

Setelah peneliti melakukan analisis dan mengetahui kemungkinan-kemungkinan masalah yang akan terjadi dalam proses strategi usaha pada kedai Sehingga peneliti menggunakan teori Atribusi dengan teori ini peneliti dapat mengetahui penyebab internal dan eksternal, penyebab internal ini mengacu pada aspek perilaku individu, sesuatu yang ada dalam diri seseorang seperti sifat pribadi, persepsi sendiri.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis untuk penelitian ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian,

jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Menurut Miles dan Huberman data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup sekitar. Dengan data kualitatif kita mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Data kualitatif sendiri lebih condong kepada mengatur kita untuk mendapatkan penemuan yang kita tidak duga sebelumnya dan membantu para peneliti untuk melangkah sedikit lebih kedepan dari praduga dan kerangka kerja awal.<sup>27</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menguraikan hasil dan pembahasan penelitian dengan metode deskriptif kualitatif masalah objek yang ada dilapangan tentang permasalahan yang ada dilapangan terkait dengan penerapan strategi pada usaha kedai kopi.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

1. Lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian berkaitan dengan masalah yang diangkat adalah kedai “Setempat” yang berlokasi di Kabupaten Mamuju Tengah.
2. Setelah penyusunan proposal penelitian dan telah diseminarkan serta telah mendapat surat izin penelitian, maka penulis akan melakukan penelitian yang akandilaksanakan selama  $\pm 30$  hari.

---

<sup>27</sup>Ulber Silahi, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung, 2012, h..284-285

### C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan strategi dakwah pada usaha kedai “Setempat”

### D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang berarti data yang terbentuk dari kata dan kalimat, bukan angka. Data ini diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data, seperti observasi, analisis dokumen dan wawancara serta bentuk lain berupa pengambilan gambar melalui pemotretan, rekaman maupun video. Adapun sumber data dari penelitian ini terdapat 2 jenis sumber yakni:

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang didapatkan dari informan mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang diteliti oleh penulis. Data primer adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang atau yang lainnya yang menjadi subjek penelitian (sumber informasi pertama, *firs hand* dalam mengumpulkan data penelitian).<sup>28</sup>

Data yang diperoleh secara langsung dari informan yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti yaitu Penerapan strategi dakwah pada usaha kedai “Setempat” di kabupaten Mamuju Tengah. Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah hasil wawancara dengan Owner dan Pengunjung baik itu pengunjung tetap maupun tidak tetap.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, laporan, jurnal dan lain-lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang

---

<sup>28</sup> Dewi Sadiah. *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.87.

diperoleh dari arsip dan macam literatur seperti buku-buku, dokumen, maupun referensi yang terkait dan relevan dengan penelitian ini.<sup>29</sup> Dan hal yang harus diperhatikan jika ingin menggunakan data sekunder sebagai sumber data penelitian adalah pastikan bahwa data tersebut memang benar valid dan relevan untuk masa sekarang.

### E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Untuk memperoleh data sesuai dengan sumber yang telah dijelaskan sebelumnya, maka ada tiga teknik metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### 1. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Aktivitas observasi tidak hanya mengamati saja. Jika hanya mengamati tanpa menganalisa seperti turis. Begitupun sebaliknya, jika hanya menganalisa tanpa melihat dapat disebut mengkhayal. Oleh sebab itu, observasi adalah usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan sistematis dengan menggunakan prosedur yang terstandar. Teknik ini menuntut pengalaman empiris peneliti ketika berinteraksi dengan objek penelitian sehingga hasil pengalaman tersebut dapat dituangkan untuk menambah data penelitian.<sup>30</sup>

Penulis terjun langsung melakukan pengamatan secara langsung kegiatan di kedai kopi “Setempat” di kabupaten Mamuju Tengah. Dimulai

---

<sup>29</sup>Haris Herdiansyah. *Wawancara, observasi dan focus groups: sebagai instrument penggalan data kualitatif*, (cet ke-1: Jakarta: rajawali, 2013), h. 29

<sup>30</sup>Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian, suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002). h. 197.

dari jam beroperasinya kedai “setempat” yaitu jam 04.00 sore sampai tutup beroperasi pada jam 12 malam.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara merupakan percakapan antara dua orang dimana salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu.<sup>31</sup>

Wawancara adalah komunikasi antara dua orang atau lebih yang didalamnya terdapat proses tanya jawab dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan atau valid. Wawancara yang digunakan peneliti, yaitu wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan spontan, artinya kemampuan mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang dikemukakan kepada narasumber.

## 3. Dokumentasi

Aktivitas dokumentasi bukan hanya sekedar mengambil sebuah gambaran tetapi lebih dari itu. Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau file yang terdiri dari dokumen pribadi seperti buku harian, surat pribadi, autografi, dokumen resmi seperti memo, pengumuman laporan rapat, aturan lembaga masyarakat dan lain-lain. Dokumen yang dianalisa dalam penelitian ini adalah buku panduan kurikulum dan buku sejarah singkat. Berdasarkan teori teknik pengumpulan data di atas, penulis menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi untuk memperoleh data penelitian yang valid

---

<sup>31</sup>Asmadi Alsa. *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif serta kombinasinya dalam penelitian psikologi*, (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2007), h. 40.

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data berupa catatan atau dokumen yang tersedia serta pengambilan gambar disekitar objek penelitian yang akan dideskripsikan kedalam pembahasan yang akan membantu dalam penyusunan hasil akhir penelitian.<sup>32</sup> Teknik ini suatu teknik mengumpulkan data yang bertujuan menghadirkan catatan penting yang berkaitan dengan suatu permasalahan yang diteliti, maka akan didapatkan data yang menyeluruh, legitimasinya jelas dan berdasar pada data atau fakta lapangan

#### **F. Teknik Analisis Data**

Selain dari ketiga teknik pengumpulan data diatas, adapun teknik analisis data dari Penelitian deskriptif kualitatif yang berusaha menggambarkan, mempresentasikan serta menafsirkan tentang hasil penelitian secara detail atau menyeluruh sesuai data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan dari hasil observasi dan interview serta dokumentasi. Mendeskripsikan data kualitatif adalah dengan cara menyusun dan mengelompokkan data yang ada, sehingga memberikan gambaran nyata terhadap informan. Metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, perinsip angka, dan metode statistik<sup>33</sup>. Proses analisis yang akan dilakukan oleh peneliti adalah analisa interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yakni diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian,

---

<sup>32</sup>Vivit Nur Arista Putra, “*Manajemen Pembelajaran di Pondok Pesantren Takwinul Mubhallighn Yogyakarta*” (Skripsi: Yogyakarta; administrasi pendidikan, 2013), h. 50-52.

<sup>33</sup>Dedy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*, (Bandung: ReamajaRosda Karya, 2001), h.155.

permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.<sup>34</sup>

Reduksi data adalah teknik analisis kualitatif yang memiliki fungsi menyederhanakan, menggolongkan, dan menyeleksi data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah mengumpulkan data atau informasi secara tersusun, yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang sudah ada disusun dengan menggunakan teks bersifat naratif, selain itu dapat berupa matriks, grafik, dan lain-lain.<sup>35</sup>

Penyajian data yakni suatu proses dalam penyusunan laporan hasil penelitian yang berfungsi apabila data yang telah dikumpulkan dapat dianalisa sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Hal tersebut dilakukan dengan alasan supaya memudahkan peneliti untuk merencanakan tindakan selanjutnya.

## 3. Menarik Simpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup>Ahmad Rijali. “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal Alhadharah, Vol.17, No.33, Januari 2018, h.91.

<sup>35</sup>Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik dan Kulitatif*, (Bandung: Tarsito, 2009), h.129-130.

<sup>36</sup>Ahmad Rijali. *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah, Vol.17, No.33, Januari 2018, h.94.



Penarikan kesimpulan dalam teknik analisis kualitatif adalah mengumpulkan data yang diperoleh dilapangan dan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan kembali dan meninjau ulang catatanlapangan. Kesimpulan awal adalah kesimpulan sementara yang sewaktu-waktu dapat berubah apabila diperoleh data baru yang lebih valid.

### G. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi Uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.<sup>37</sup>

#### 1. Uji Kredibilitas (Credibility)

Dalam penelitian kualitatif, data dapat dinyatakan kredibel apabila adanya persamaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

#### 2. Uji Transferabilitas (*Transferbility*)

Pada penelitian kualitatif, nilai transferabilitas tergantung pembaca, sampai sejauh mana hasil penelitian tersebut dapat diterapkan pada konteks dan situasi social yang lain. Jika pembaca memperoleh gambaran dan pemahaman jelas tentang laporan penelitian (konteks dan fokus penelitian), maka hasil penelitian itu dapat dikatakan memiliki teransferabilitas tinggi.

#### 3. Uji Dependabilitas (*Dependability*)

Uji Dependabilitas dapat dilakukan melalui kegiatan audit terhadap seluruh proses penelitian. Hasil penelitian tidak dapat dikatakan *dependable* jika peneliti tidak dapat membuktikan bahwa telah dilakukannya rangkaian proses penelitian secara nyata.

---

<sup>37</sup> Muhammad Kamal Zubair, et al., eds. *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, IAIN Parepare Tahun 2020. h.24

#### 4. Uji Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif lebih diartikan sebagai konsep *intersubjectivitas* (konsep transparansi), yang merupakan bentuk ketersediaan peneliti dalam mengungkapkan kepada public mengenai bagaimana proses dan elemen-elemen dalam penelitiannya, yang selanjutnya memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk melakukan *assessment*/penilaian hasil temuannya sekaligus memperoleh persetujuan diantara pihak tersebut. Penelitian ini sumber yang akan diwawancarai yaitu pemilik kedai Setempat, karyawan kedai Setempat, dan para pengunjung kedai Setempat yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah. Setelah peneliti mewawancarai pemilik kedai Setempat maka data yang diperoleh akan dianalisis oleh peneliti untuk mengambil sebuah kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan mengenai fokus penelitian yakni penerapan strategi dakwah yang ada di Kedai tersebut.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Kedai Setempat

Kedai kopi adalah sebuah tempat yang pada dasarnya menyediakan minuman kopi ataupun minuman panas lain. Kedai kopi berfungsi yang sama dengan sebuah tempat seperti, dan restoran, tetapi berbeda dari sebuah cafeteria, kedai kopi turut dikenal sebagai kafe. Kedai merupakan sebuah tempat yang di mana tempat ini dijadikan sebagai pusat interaksi social. Salah satunya di kedai kopi setempat yang merupakan sebuah tempat usaha sederhana yang menyajikan berbagai macam minuman dan makanan.



*Gambar 4.1 Logo Kedai Setempat*

Kedai Setempat merupakan kedai kopi yang terletak di Kabupaten Mamuju Tengah tepatnya di Jl. Poros Palu – Mamuju Tengah Kec. Tobadak, Kabupaten Mamuju Tengah, Sulawesi Barat tepat di samping perumahan BTN GREEN CITY 2. Kedai Setempat ini berdiri pada Ahad 11 April 2021. Ownernya bernama Bapak Tri Sugianto. Jumlah karyawan yaitu sebanyak 3 orang. Konsep yang diterapkan di kedai ini cukup unik dan cukup minimalis bisa dibilang tempat ini konsepnya *take away* (membawa pulang) tetapi untuk

kumpul dan ngobrol dengan teman juga bisa konsep *dine in* (makan ditempat) juga tersedia<sup>38</sup>.

Di kedai ini jumlah menunya cukup banyak, selain minuman yang disediakan ada juga makanan berat maupun cemilan. Beberapa menu andalan yang tersedia di kedai Setempat ini yaitu Es Kopi Gula Aren dan Kopi Susu panas dan masih banyak lagi menu-menu *best seller* lainnya. Kedai ini buka setiap hari mulai pukul 10.00 sampai 23.30 WITA. Kekurangan di kedai ini yaitu hanya terbatasnya kursi dan meja untuk nongkrong dan tidak memiliki kamar kecil (WC).

Fasilitas yang disediakan antara lain:

- *Free Wifi*
- *Sound system*
- *Stop kontak panjang*
- *Parkiran luas*<sup>39</sup>

## **B. HASIL PENELITIAN**

### **1. Pengelolaan Dakwah Pada Usaha Kedai “SETEMPAT” Di Kabupaten Mamuju Tengah**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat penerapan strategi dakwah pada usaha kedai setempat. Maka, untuk menjelaskannya, penulis akan mendasarkannya pada teori Analisis SWOT. Dalam teori ini, terdapat 4 fungsi analisis SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Maka dari itu, penulis akan memaparkan keempatnya berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis.

---

<sup>38</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat) wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>39</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat) wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

Pelaksanaan penelitian ini terlebih dahulu dilakukan dengan cara mencari informasi dari beberapa sumber baik dari owner kedai setempat yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah, pengunjung atau pembeli yang datang ke kedai setempat, bahkan karyawan di kedai setempat untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini peneliti telah melakukan wawancara terhadap beberapa informan guna mengumpulkan serta mendaparkan data yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu penerapan strategi dakwah pada usaha kedai “setempat” yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah.

Peneliti melakukan observasi terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian di kedai setempat yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah. Observasi yang dilakukan pada saat penulis mengerjakan proposal skripsi guna mencari beberapa masalah yang terjadi, kemudian penulis menajakan kesiapan owner kedai, pengunjung kedai dan karyawan kedai. Masing-masing informan diwawancarai dengan menggunakan pedoman wawancara yang sama, kemudian peneliti kembangkan berdasarkan data yang telah diperoleh.

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh peneliti yang dikemukakan pada bab IV mengenai hal-hal yang telah didapatkan berdasarkan wawancara dari instrument penelitian yang telah dilakukan dengan informan. Hal-hal yang dimaksud adalah sebagai berikut:

PAREPARE

<i>Strengths / Kekuatan</i>	<i>Weakness / Kelemahan</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekuatan ialah rangkaian aktivitas yang menjadi kekuatan dalam bisnis yang kita jalani atau yang kita kerjakan. pada strengths atau kekuatan ini dapat mempermudah untuk melihat faktor internal dan faktor eksternal yang ada di sekitar.</li> <li>• Pemilik kedai Setempat membangun kedekatan terlebih dahulu kepada para pengunjung yang datang ke kedai ini mengenalkan minuman favorit dan kopi yang kita punya untuk nantinya bagaimana para pengunjung ini berusaha untuk kembali lagi karena pelayanan yang kita berikan memuaskan sehingga nantinya interaksi kita dapat berlangsung secara terus-menerus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• strategi ini diambil untuk mengatasi kelemahan perusahaan yang beresiko mencegah datangnya keuntungan sekaligus berpotensi mendatangkan kerugian.</li> <li>• Kelemahan yang ada di kedai setempat ini kewalahan menangani pelanggan yang datang pada saat waktu salat pesanan belum selesai ada orang lain lagi yang datang memesan, kadang ini yang buat kita kewalahan, tetapi biasanya kami menanyakan kepada pengunjung kalau pesannya di kerjakan setelah waktu salat, biasa ada yang menunggu, biasanya juga dia tidak jadi membeli</li> </ul>
<i>Opportunity / Peluang</i>	<i>Threat / Ancaman</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluang dalam sebuah usaha menjadi komponen yang penting dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi peluang dalam bisnis atau penrapan yang sedang kita kerjakan.</li> <li>• peluang dakwah melalui kedai ini sebenarnya tidak sulit dengan mengedepankan keakraban dan interaksi secara terus-menerus sehingga peluang dakwahnya besar. Bukan hanya itu sedekah juga penting untuk keberhasilan sebuah dakwah melalui sistem yang ada di sebuah usaha kedai kopi ini. Peluang dakwah yang dalam sebuah usaha kedai kopi tentunya sangat memungkinkan melalui perbuatan yang nyata dan interaksi yang baik.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancaman dalam sebuah bisnis atau proyek yang kita jalani tentu tidak bisa dihindari. Melalui analisis SWOT terutama dengan melihat faktor ancaman yang dijalani kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi ancaman dalam bisnis yang dikerjakan.</li> <li>• Kami harus lebih hati-hati saat menyampaikan suatu kebenaran, apalagi kalau sudah masuk rana agama, tetapi saya tekankan kepada pegawai saya untuk tetap melakukan suatu aturan, kalau ada yang tidak berkenan nanti saya yang hadapi dengan cara lebih masuk akal</li> </ul>

Gambar 4.1 Tabel Analisis SWOT

a. *Strengths / Kekuatan*

Owner kedai setempat dalam perannya terkait dengan menerapkan strategi dakwah di kedai setempat, melaksanakan fungsi manajemen yang pertama yaitu kekuatan. Kekuatan ialah rangkaian aktivitas yang menjadi kekuatan dalam bisnis yang kita jalani atau yang kita kerjakan. pada strengths atau kekuatan ini dapat mempermudah untuk melihat faktor internal dan faktor eksternal yang ada di sekitar. Kekuatan apa yang dilakukan oleh owner kedai setempat termuat di dalam wawancara yang dilakukan penulis terhadap Owner kedai Setempat.

“Kita membangun kedekatan terlebih dahulu kepada para pengunjung yang datang ke kedai ini mengenalkan minuman favorit dan kopi yang kita punya untuk nantinya bagaimana para pengunjung ini berusaha untuk kembali lagi karena pelayanan yang kita berikan memuaskan sehingga nantinya interaksi kita dapat berlangsung secara terus-menerus”.<sup>40</sup>

Dari wawancara di atas, penulis mendapat informasi bahwa awal mula Owner kedai Setempat menerapkan strategi dakwah dengan melakukan pendekatan dengan mengenalkan produk yang di sediakan melakukan interaksi secara lembut dan jelas sehingga owner kedai setempat berusaha untuk pengunjung ini dapat kembali lagi.

“Menurut tanggapan pribadi saya, pelayanan ditempat ini bisa dibilang hampir sama dari kedai-kedai yang lain, tetapi disini ada sedikit perbedaan kalo ditempat lain biasanya kalo kita pesan sama barista nya kadang tidak terlalu ada interaksi antar pelanggan dan pembeli, tetapi kalau disini bisa dibilang barista nya sangat dekat dengan pelanggan contohnya sebelum kita memesan dia menanyakan kabar hari ini, minuman yang cocok diminum dijam tertentu kadang juga sering mengajak sholat ketika sudah masuk waktunya, meskipun kadang kita ini belum bisa melaksanakan, makanya itu yang membedakan sedikit dari tempat lain.”<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>41</sup> Andy apy (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

Dari kutipan wawancara di atas salah satu pengunjung tetap yang ada di kedai Setempat bahwa kedai setempat ini sedikit berbeda dengan kedai-kedai lain yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah pasalnya ia beranggapan bahwa di kedai ini interaksi antar karyawan dan para pengunjung ini sangat dekat sehingga komunikasi bisa berjalan dengan baik sehingga pengunjung merasa nyaman dengan sistem pelayanan yang diberikan

“Dalam menerapkan sistem yang sesuai dengan SOP yang diberikan oleh pemilik kedai ini, saya sebagai karyawan disini sangat mengikuti arahan dari SOP yang ditetapkan di kedai ini, salah satunya tadi seperti ketika masuk waktu Sholat kami berhenti melayani para pengunjung sampai sudah selesai waktu sholat karena ini juga bisa saya jadikan waktu istirahat.”<sup>42</sup>

Melalui pernyataan karyawan atau barista di kedai setempat ini bahwa kekuatan dalam menerapkan strategi dakwah yaitu dengan menerapkan aturan atau standar operasional (SOP) yang diterapkan oleh pemilik kedai Setempat seperti ketika sudah memasuki waktu sholat tidak ada lagi pelayanan yang diberikan sampai waktu sholat selesai

“Kami disini kadang merasa tidak enak juga ketika masuk waktu sholat kadang baristanya disini meninggalkan kerjanya seperti kayak ada yang menjangkal kalau kita tidak ikut sholat meskipun itu sesekali kita pergi kadang juga tidak, yah namanya juga manusia yang iman nya masih naik turun.”<sup>43</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, maka terlihat adanya proses strategi dakwah yang dilakukan oleh karyawan kedai setempat yaitu menerapkan strategi dakwah dengan tindakan dakwah *Bil Hal* yakni mengutamakan sikap atau perilaku yang nyata. Salah satu sikap yang baik apabila

---

<sup>42</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>43</sup> Andi Apri (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai setempat Kabupaten Mamuju Tengah



dicontohkan terhadap orang lain akan berdampak kepada lingkungan disekitar

“Tentu sebagai pelaku usaha, saya sebisa mungkin untuk mencontohkan hal yang baik terhadap pembeli yang datang”<sup>44</sup>

Dalam wawancara diatas karyawan dikedai setempat ingin memberikan salah satu sikap yang baik kepada para pengunjung yang datang agar pengunjung yang datang.

b. *Weaknesses* / Kelemahan

Tentunya dalam menganalisa suatu strategi dakwah dalam satu usaha mempunyai kekuatan serta kelemahan masing-masing, apalagi dalam sebuah usaha kedai yang mayoritas tempat untuk berkumpul dan bersantai, sehingga masih banyak tantangan yang dimiliki dalam menerapkan strategi maupun pesan dakwah yang ingin disampaikan. Bagaimana strategi ini diambil untuk mengatasi kelemahan perusahaan yang beresiko mencegah datangnya keuntungan sekaligus berpotensi mendatangkan kerugian.

“Tentunya kalau kita menjalankan usaha apalagi dengan sistem yang sedikit berbeda banyak sekali kendala yang terjadi seperti kalau sudah memasuki waktu sholat itu disini kan aturannya kalo sudah masuk waktu sholat diwajibkan untuk meninggalkan pekerjaan, tetapi biasa kita terkendala apabila sebelum masuk waktu sholat itu kan biasa kita mengerjakan pesanan sementara kita kerjakan itu pesanan masuk waktu sholat kemudian ada pengunjung lain lagi yang ingin memesan.”<sup>45</sup>

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat dilihat adanya kelemahan dalam menerapkan pengelolaan dakwah pada usaha kedai setempat, pemilik kedai sebisa mungkin mengantisipasi kelemahan yang ada dengan cara berkomunikasi dengan para pengunjung yang ada

---

<sup>44</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>45</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

“Kami juga biasa kewalahan menangani itu, apalagi kalau pesannya banyak kemudian masuk waktu sholat, pesanan belum selesai ada orang lain lagi yang datang memesan, kadang ini yang buat kita kewalahan, tetapi biasanya kami menanyakan kepada pengunjung kalau pesannya di kerjakan setelah waktu sholat, biasa ada yang menunggu, biasanya juga dia tidak jadi beli.”<sup>46</sup>

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat dilihat adanya kelemahan dalam menerapkan pengelolaan dakwah pada usaha kedai setempat. Dalam melakukan sebuah penerapan dakwah yang dilakukan oleh owner serta karyawan di kedai setempat. Namun, dengan komunikasi yang baik serta berinteraksi dengan cara yang melibatkan perasaan para pengunjung terkadang mengerti dengan keadaan yang ada adapula yang tidak mengerti dengan keadaan. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pengunjung yang kadang sesekali datang membeli melalui pernyataannya.

“Biasa juga kudapat pas saya datang ingin membeli baristanya tidak ada didalam kedai tapi, bagusnya dia pasang kertas dengan tulisannya itu Maaf Istirahat sholat, jadi saya mengerti kalo baristanya ini lagi sholat.”<sup>47</sup>

Melalui hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa dengan melakukan dakwah *bit-tadwin* atau dengan metode menuliskan penjelasan mengenai seruan yang ingin disampaikan. Sehingga para pengunjung yang datang ketika hendak membeli dan melihat bahwa karyawan tidak ada ditempat bisa melihat informasi tersebut dan tidak menimbulkan sebuah kesan yang buruk terhadap sebuah kedai atau restoran.

Begitupun halnya dengan karyawan kedai setempat, mereka harus terus melakukan hal yang sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh pemilik kedai yang dimana tiap saat memasang informasi ketika hendak melaksanakan sholat agar para pengunjung dapat mengetahui informasi

---

<sup>46</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>47</sup> Syarif (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

tersebut. Hal ini seperti yang dilakukan oleh barista atau karyawan di kedai setempat

“Memang tiap masuk waktu sholat, tiap saya tinggalkan kedai untuk istirahat dan sholat saya memasang itu papan informasi dan mengunci kedai saat saya tinggalkan biar pengunjung tahu tetapi, kadang juga ada yang tidak perhatikan makanya biasa dia kesal karena lama menunggu.”<sup>48</sup>

Dari pernyataan di atas, dapat dilihat terdapat suatu dinamika dalam menerapkan dakwah *bit-tadwin* yang dimana kadang para pengunjung tidak melihat informasi tersebut. Namun, juga dapat dilihat, bahwa hal ini merupakan bentuk keberagaman dan rasa saling menghargai demi mewujudkan keberhasilan dakwah.

“Memang benar, kadang ada pelanggan yang biasa tidak melihat itu makanya biasa agak kesal karena menunggu lama tapi kadang juga ada yang tidak melihat itu tapi tetap biasa-biasa saja karena dia sudah tahu meskipun tidak melihat papan informasinya karena dia suda tahu sistem disini”<sup>49</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, maka dapat dilihat bahwa owner kedai setempat sudah menekankan ke karyawannya untuk selalu meningkat untuk memberikan informasi agar pelanggan tidak merasa bingung terhadap pelayanan di kedai setempat ini. Salah satu keberhasilan dari sebuah pengelolaan yang baik apabila kita mengevaluasi akan adanya kelemahan yang kita terapkan agar apa yang menjadi tujuan yang kita ingin kan berhasil

“Kita juga tentunya terus berevaluasi dan belajar akan dampak yang ada, karena usaha sebenarnya tidak gampang, selalu ada kesalahan, maka dari itu kita terus berevaluasi terhadap kelemahan yang kita miliki”

---

<sup>48</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>49</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

Wawancara diatas menunjukkan bagaimana reaksi dari pemilik yang terus melakukan evaluasi terhadap kelemahan-kelemahan yang menjadi pondasi agar usaha yang dijalani dapat berhasil.

c. *Opportunities / Peluang*

Peluang dalam sebuah usaha menjadi komponen yang penting dari sini kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi peluang dalam bisnis atau penrapan yang sedang kita kerjakan. Dalam hal ini kedai setempat menerapkan strategi dakwah di dalam usaha berdakwah dengan memanfaatkan interaksi atau hubungan keakraban baik antar pemilik, barista, serta pelanggan yang ada. Di kedai skopi ini terjadi komunikasi terus menerus sehingga peluang berdakwah juga besar, terlebih lagi tidak adanya kasta atau kelas sosial membuat dakwah mudah tersampaikan.

“Saya melihat orang yang datang kesini terdapat karakter yang berbed-beda dan dari kalangan yang beda juga 70% di dominasi sama anak muda, 30% nya itu orang tua bisa dibilang sudah bapak-bapak lah. Saya menerapkan sistem seperti ini berdasarkan pengalaman saya dulu saat saya masih bekerja ditempat orang yang sama persis menerapkan sistem seperti ini, yang dimana pada saat waktu sholat semua meninggalkan pekerjaannya, tentunya di satu sisi saya ingin juga menyampaikan dakwah sedikit melalui usaha yang saya jalani ini, hitung-hitung ini sebagai amal jariyah saya kedepannya”.<sup>50</sup>

Mengenai proses dari sistem yang diterapkan di kedai ini tidak lain dari sebuah pengalaman yang telah dilewati oleh sang pemilik, dimana hal ini ia terapkan agar para pengunjung sedikit bertambah pengetahuannya.

“Kalau kata Qurais Syhihab “Dakwah dikatakan berhasil ketika jama’ah atau mad’u itu bertambah pengetahuannya atau bertambah kesadaraanya” maka dari itu saya bikin sistem seperti ini dikedai ini biar sedikit yang terpenting adalah sedikit pengetahuan pengunjung yang bertambah”<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>51</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

Dari hasil wawancara di atas, pemilik kedai setempat ini mengaku bahwa dakwah itu bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tidak harus dilakukan diatas mimbar saja.

“Awalnya saya juga dulu orang yang masih sering meninggalkan waktu sholat tetapi disini saya sedikit sadar karena sistem yang diterapkan di kedai ini”<sup>52</sup>

Dari wawancara diatas, karyawan di kedai setempat mengaku bahwa dengan adanya sistem seperti ini ia sedikit demi sedikit sadar akan pentingnya sholat. Bukan hanya itu saja strategi dakwah yang diterapkan di kedai ini tetapi di kedai ini juga ternyata ada diskon terkhusus di hari jumat dengan istilah “Jum’at berkah”.

“Benar, tiap hari jumat setelah sholat jumat itu disini ada diskon bayar seikhlasnya khusus minuman kopi susu panas, dan diskon 20% untuk minuman dingin”<sup>53</sup>

Dari pernyataan salah satu pengunjung diatas, bahwasanya di kedai setempat memiliki program “jum’at berkah” dengan memberikan diskon bayar seikhlasnya untuk kopi susu panas dan diskon 20% untuk minuman dingin.

“Saya sebenarnya mau menjadikan kedai ini sebagai sarana dakwah tetapi yang tidak terlalu ekstrim, yang biasa saja tetapi bisa tersampaikan.”<sup>54</sup>

“Kalau untuk sistem sedekah yang khusus di hari jum’at itu saya terinspirasi dari tempat saya juga dulu bekerja dan banyak lah mungkin kedai yang menerapkan ini tetapi, saya juga selalu menyumbangkan tiap bulan hasil dari usaha saya ke pesantren”<sup>55</sup>

Dari pernyataan pemilik kedai setempat ini, peluang dakwah melalui kedai ini sebenarnya tidak sulit dengan mengedepankan keakraban dan interaksi secara terus-menerus sehingga peluang dakwahnya besar. Bukan hanya itu sedekah juga penting untuk keberhasilan sebuah dakwah melalui sistem yang ada di sebuah

---

<sup>52</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>53</sup> Andi apry (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>54</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>55</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

usaha kedai kopi ini. Peluang dakwah yang dalam sebuah usaha kedai kopi tentunya sangat memungkinkan melalui perbuatan yang nyata dan interaksi yang baik.

d. *Threats / Ancaman*

Ancaman dalam sebuah bisnis atau proyek yang kita jalani tentu tidak bisa dihindari. Melalui analisis SWOT terutama dengan melihat faktor ancaman yang dijalani kita bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi ancaman dalam bisnis yang dikerjakan, apalagi dengan menerapkan strategi dakwah didalam usaha yang dijalani, salah satunya adanya perbedaan umur saat kita menyapaikan suatu dakwah pelanggan yang lebih tua atau mungkin lebih tinggi jenjang pendidikannya merasa seperti digurui.

“Kami juga terkadang melihat siapa dan bagaimana orang yang ingin kita hadapi. biasanya saya sebisa mungkin untuk memahami suasana hati orang lain saat datang berkunjung, apakah dia lagi senang atau sebaliknya.”<sup>56</sup>

Dari wawancara di atas, dapat ditangkap bahwa upaya ancaman yang datang ketika menerapkan suatu strategi dakwah pada usaha dikedai pemilik dari usaha tersebut sangat mewanti-wanti agar pegawainya tidak melakukan suatu hal yang bisa membuat orang lain tersinggung atau membuat orang lain merasa bahwa tempat ini tidak cocok untuk di datangi kembali.

“Biasanya, barista saya, saya beritahu jangan lupa untuk selalu melihat siapa yang datang kesini, jangan sampai dia lagi emosi datang terus kamu ajak becanda atau kamu ajak ngobrol yang tidak sesuai dengan isi hati nya.”<sup>57</sup>

Informasi dari pegawai yang bekerja dikedai setempat ini mengenai ketakutannya terhadap ancaman yang ia peroleh apabila menerapkan salah satu

---

<sup>56</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>57</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

sistem dari penerapan strategi dakwah yakni pada saat waktu sholat ia meninggalkan kedai pada saat waktu kerja untuk melaksanakan sholat yaitu adanya aksi pencurian yang tidak di inginkan.

“Hal itu pernah terjadi baru-baru ini, tetapi waktu pas saya pulang kerja, saya sudah mengunci sekitar jam dua belas malam, tapi waktu itu saya tidak langsung pulang, saya istirahat sebentar sekitar sejam kemudian saya baru pulang, besok paginya saya melihat gemboknya sudah rusak dan salah satu alat untuk press gelas cup itu hilang.”<sup>58</sup>

Melalui hasil wawancara di atas, maka dapat dilihat ketakutan atas ancaman yang pernah di alami oleh salah satu pegawai dikedai setempat, karena hal ini sudah pernah terjadi maka ia sangat berhati-hati lagi terhadap ancaman tersebut, apalagi pada saat masuk waktu sholat yang mengharuskan ia meninggalkan kedai dengan keadaan kosong.

“Saya pribadi kadang was-was saat meninggalkan kedai apalagi dengan keadaan tidak ada orang, walaupun sudah dikunci tetapi pikiran akan hal itu kadang jadi pikiran saya, karena saya merasa ini tanggung jawab saya disini.”<sup>59</sup>

Ketakutannya terhadap hal itu pegawai dikedai setempat juga merasa bahwa ancaman yang lain juga kadang menjadi hal besar yang patut untuk dihindari apalagi dengan penerapaaan dakwah yang menjadi sistem dikedai ini.

“Kalau masalah penerapan dakwah ini kadang juga saya merasa sedikit hati-hati contohnya kalau ada orang tua yang memesan minuman, kemudian waktu sholat masuk, kadang saya beritahu kalo pesannya dikerja saat selesai waktu sholat, biasanya ia malah bilang kalau ini baru adzan, itu kadang yang jadi kehati-hatian saya saat memberikan satu tanggapan. Biasanya saya langsung bilang saja kalau sudah jadi aturan dikedai ini.”<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>59</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>60</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

Pegawai yang ada di kedai setempat ini menerangkan bahwa upaya nya dalam hal menerapkan sebuah aturan yang ada, agar semua pelanggan yang datang merasa tidak salah paham dalam hal penerapan strategi ini

“Kami harus lebih hati-hati saat menyampaikan suatu kebenaran, apalagi kalau sudah masuk rana agama, tetapi saya tekankan kepada pegawai saya untuk tetap melakukan suatu aturan, kalau ada yang tidak berkenan nanti saya yang hadapi dengan cara lebih masuk akal.”<sup>61</sup>

Melalui hasil wawancara di atas, penulis melihat hal yang senada dengan apa yang dimaksudkan oleh pegawai dan pemilik kedai, yakni adanya suatu pandangan terhadap masalah pengunjung yang kadang tidak selaras dengan aturan yang ada di kedai setempat ini, tetapi pemilik dan pegawai tetap menjalankan apa yang menjadi aturan yang dibuat di kedai ini dengan memberikan suatu pemahaman yang sebisa mungkin untuk para pengunjung dapat terima tetapi ada juga para pengunjung yang sudah terbiasa dengan aturan yang ada di kedai ini dan ia bisa menerima dan tidak menjadi masalah akan hal seperti itu.

“Kalau saya sendiri tidak menjadi masalah akan aturan yang dibuat disini, karena saya tahu juga kewajibannya umat Islam kalau sudah masuk waktunya sholat segala urusan ditinggalkan, kalau saya tidak jadi masalah akan hal itu, malah saya biasa sengaja datang kesini kalo waktu sholat sudah selesai.”<sup>62</sup>

Melalui hasil wawancara di atas, penulis menemukan persoalan-persoalan yang ada di tengah manajemen di kedai setempat. Hal ini disebabkan oleh pengunjung yang baru datang dan tidak terbiasa dengan pelayanan atau sistem yang dibuat oleh manajemen kedai setempat ini tetapi untuk pengunjung yang sudah lama mereka tidak menjadikan itu sebuah hal yang harus dijadikan

---

<sup>61</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>62</sup> Andi Apri (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah



sebuah masalah karena mereka sudah tahu mengenai akan pentingnya melaksanakan ibadah sholat.

## **2. Perilaku Konsumen Terhadap Pengelolaan Strategi Dakwah Dikedai “SETEMPAT”**

Pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai opini atau pendapat para pengunjung dikedai setempat mengenai penerapan dakwah yang di terapkan dalam usah kedai setempat. Opini sangatlah berkaitan dengan sikap seseorang, karena opini adalah ekspresi tentang sikap atau masalah yang bersifat kontroversial, yang menimbulkan pendapat berbeda-beda. Memandang sesuatu dengan cara berbeda tentu akan melahirkan peenyikapan yang berbeda pula. Jika sesuatu dianggap sebagai musuh maka akan melahirkan kebencian, semangat untuk mengalahkan, dan bahkan jika perlu memusnahkan.

Kehidupan modern yang serba terbuka seperti sekarang ini memaksa orang hidup bersama orang yang berbeda-beda latar belakangnya, baik suku, warna kulit, adat kebiasaan, latar belakang pendidikan, dan bahkan juga agama yang dianut. Hal itu akan berbeda jika orang yang beragama lain dianggap sebagai sasaran berdakwah, dalam berdakwah agar berhasil, maka harus mendekat, memberi simpatik, atau menunjukkan kebaikan agama yang diperkenalkan itu, mungkin saja pada awalnya agama yang di perkenalkan itu dianggap tidak menarik, tetapi tugas pendakwah harus mengubah pandangan perilaku itu.

Dalam hal ini peneliti telah melakukan observasi dan wawancara mengenai apa yang terjadi dikedai setempat terhadap pengunjung menanggapi sistem dakwah yang diterapkan di kedai setempat ini.

“Kalau masalah itu, saya sendiri awalnya kaget mengenai sistem tersebut. Karena ditempat lain tidak begini, awalnya saya datang kesini

beranggapan kalau sama saja dari kedai-kedai yang lain ternyata disini sedikit berbeda”<sup>63</sup>

“Awalnya agak kaget karena, pas mau pesan pegawai nya bilang kalo tidak melayani dulu, kalau masuk waktu sholat, jadi disitu saya berfikir kalo ditempat ini sedikit berbeda dari yang lain”<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil penelitian perilaku pengunjung kedai tersebut dalam menanggapi suatu keadaan yang dimana sedikit berbeda, tetapi sistem ini sedikit mempengaruhi perilaku kita terhadap apa yang telah diterapkan di kedai ini karena manusia senantiasa berusaha memaknai keadaan diri dan lingkungannya. Salah satu cara yang lazim untuk memaknai pengalaman adalah dengan melakukan atribusi, yaitu menjelaskan sebab dari berbagai tindakan atau peristiwa yang menimpa diridan orang lain.

“Terkadang kita juga biasa langsung ikut untuk melaksanakan sholat, karena kebetulan disini mesjidnya tidak terlalu jauh”<sup>65</sup>

“Cara penyampain pegawai disini untuk menyuruh kita ikut melaksanakan sholat sebenarnya seperti tidak langsung, kayak ada singgungan, seperti menaru papan informasi bertulsikan waktu sholat, dan kadang mereka kasih tau kita kalo pelayanan nya dilanjutkan kalo sudah sholat, jadi kita merasa ada ketidak enakn kalo tidak ikut, meskipun kadang tidak pergi juga”<sup>66</sup>

Bisa kita simpulkan bahwa para perilaku pengunjung terhadap strategi dakwah yang diterapkan di kedai ini cukup berjalan efektif, tidak banyak yang tergerak hatinya untuk melaksanakan ibadah tetapi ada beberapa orang yang tergerak hatinya, karena tujuan awal pemilik kedai juga bagaimana ada beberapa orang setidaknya paham akan pentingnya ibadah tepat waktu.

### **3. Penerapan Strategi Dakwah di Kedai “Setempat”**

#### **a. Perumusan Strategi Dakwah di Kedai “Setempat”**

Berdakwah di kedai dengan berbagai macam karakter orang yang berbeda

---

<sup>63</sup> Syarif (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>64</sup> Syarif (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>65</sup> Andi Apy (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>66</sup> Andi Apy (Pengunjung Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

merupakan pekerjaan yang berat dan penuh tantangan yang besar yang akan dihadapi, para karyawan dan pemilik kedai yang menerapkan strategi dakwah pada usaha di kedai kopi harus mampu mendorong para pengunjung yang datang untuk *beramar makruf nahi mungkar* (mengajak pada kebaikan dan meninggalkan kemungkaran). Dengan demikian berbagai elemen dan komunitas dalam masyarakat sebagai ladang untuk berdakwah tanpa terabaikan begitu saja.

Dalam hal ini setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara sehingga dapat diketahui bahwa pemilik kedai kopi tertarik terhadap pesan dakwah yang ia sampaikan melalui usaha kedai kopi yang dijalani disebabkan oleh pengalaman yang telah dilewati dan menjadikan ini sebagai sarana dakwah yang melibatkan para pegawai atau karyawan yang bekerja ditempat tersebut. Untuk mengetahui lebih jelas berikut pemaparan para informan sebagai berikut:

“Saya menerapkan sistem seperti ini berdasarkan pengalaman saya dulu saat saya masih bekerja ditempat orang yang sama persis menerapkan sistem seperti ini, yang dimana pada saat waktu sholat semua meninggalkan pekerjaannya, tentunya di satu sisi saya ingin juga menyampaikan dakwah sedikit melalui usaha yang saya jalani ini, hitung-hitung ini sebagai amal jariyah saya kedepannya”<sup>67</sup>

Sama halnya dengan karyawan yang bekerja di kedai Setempat ini ia juga mengatakan bahwa selama ia bekerja ditempat ini, ada suatu dampak atau manfaat yang ia dapat salah satunya ia bisa lebih mengatur waktunya untuk bekerja dan melaksanakan ibadah sholat tepat waktu.

“Awalnya saya juga dulu orang yang masih sering meninggalkan waktu sholat tetapi disini saya sedikit sadar karena sistem yang diterapkan di kedai ini”<sup>68</sup>

Dalam hasil wawancara para informan diatas, dapat disimpulkan bahwa mereka tertarik menerapkan strategi dakwah dikedai ini awal mulanya karena suatu pengalaman yang berdampak baik untuk dirinya sehingga mereka membuka peluang untuk secara tidak langsung menyampaikan dakwah melalui

---

<sup>67</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>68</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

sebuah kedai. Maka dari itu mereka tidak khawatir mengenai apa pelanggan suka atau tidak suka dengan sistem yang mereka kerjakan, karena selama ia menjalani sistem tersebut banyak dari kalangan pengunjung yang datang tidak memperlakukan hal tersebut.

#### **b. Implementasi Strategi Dakwah Di Kedai “Setempat”**

Implementasi dakwah di kedai merupakan suatu kegiatan yang bisa dibilang tidak terlalu sulit untuk di terapkan. Karena berdakwah melalui kedai kopi kita hanya butuh sebuah tindakan yang positif dan melakukan sesuatu sesuai dengan tuntutan agama, contoh kecilnya dengan melaksanakan sholat tepat pada waktunya, seperti yang diterapkan oleh pemilik dan karyawan yang ada di kedai Setempat.

“Benar, kami menyempatkan waktu untuk shalat ketika sudah masuk waktunya dan kita juga sudah memberitahu kepada pelanggan dan memberikan informasi kalau biasanya disini, tidak melayani kalau sudah waktunya shalat”<sup>69</sup>

Jadi apa yang telah dijelaskan dalam wawancara yang dilakukan oleh pemilik kedai bahwa implementasi dakwah yang dilakukan di kedai ini telah diterapkan sehingga, ini menjadi contoh yang baik khususnya bagi para pengunjung di kedai Setempat.

“Saya menerpkan ini karena, ini sudah aturan yang ditetapkan oleh bos, dan tentu ini juga adalah kewajiban kalau kita sebagai orang muslim”<sup>70</sup>

Hasil wawancara yang dilakukan oleh karyawan atau seorang barista yang bekerja di kedai ini menegaskan bahwa, apapun yang telah menjadi sebuah aturan didalam sebuah pekerjaan itu harus di patuhi atau di taati, dengan

---

<sup>69</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

<sup>70</sup> Muh Ramdhan (Karyawan Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

demikian, bisa disimpulkan bahwa apabila penerapan dakwah yang diterapkan dalam sebuah usaha dapat berjalan dengan baik dan dapat tersampaikan dengan baik pula maka, kita harus memberikan sebuah sikap yang mencerminkan kebaikan-kebaikan agar para pengunjung yang ada di kedai bisa menerapkan atau mencontohkan apa yang kita kerjakan.

### c. Evaluasi Strategi Dakwah Di kedai “Setempat”

Evaluasi merupakan suatu usaha untuk mengukur dan memberi nilai secara objektif pencapaian hasil-hasil yang telah direncanakan sebelumnya dimana hasil evaluasi tersebut dimaksudkan menjadi umpan balik untuk perencanaan yang akan dilakukan di depan. Istilah evaluasi yang mempunyai arti yang berhubungan, masing-masing menunjuk pada aplikasi beberapa skala nilai terhadap hasil kebijakan dan program secara umum, istilah evaluasi dapat disamakan dengan penaksiran (*appraisal*), pemberian angka (*rating*) dan penilaian (*assessment*) kata-kata yang menyatakan usaha untuk menganalisis hasil kebijakan dalam arti yang lebih spesifik, evaluasi berkenaan dengan produksi informasi mengenai nilai atau manfaat hasil kebijakan.<sup>71</sup> Evaluasi yang dilakukan oleh pemilik serta karyawan kedai setempat dalam menilai apa yang telah mereka terapkan dalam sebuah sistem penerapan dakwah terhadap pengunjung ini bisa dibilang sedikit berhasil karena, tidak sedikit para pengunjung yang meniru atau mencontohkan apa yang dilakukan oleh karyawan yang bekerja di kedai setempat tersebut.

“Terkadang saya melihat satu, dua orang pengunjung yang memang sudah lama datang kesini, kadang sesekali mereka ikut juga untuk melakukan ibadah shalat, kalau ada teman disitu biasanya saya ajak juga untuk ikut”<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Farida Yusuf tayibnapi, *Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi Untuk Program Pendidikan dan Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta 2008), h. 178

<sup>72</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik bahwa para pengunjung terkadang menerpakan hal sama dengan apa yang dilakukan oleh karyawan di kedai setempat ini, dan tak hanya itu terkadang karyawan yang ada di kedai tersebut mengajak untuk mengikuti ibadah shalat kepada teman atau orang yang mereka kenal untuk melaksanakan ibadah shalat. Hal ini adalah sebuah penilaian yang positif terhadap pengelolaan dakwah yang telah diterapkan dalam kedai tersebut yang dimana ini menjadi salah satu efek dakwah yang cukup berhasil meskipun masih ada yang belum bergerak dalam penyampaian dakwah yang di terapkan di kedai ini.

“Biarpun hanya satu, dua orang yang ikut untuk melaksanakan shalat, itu sudah cukup bagi saya yang penting ada dulu orang yang sudah mengikuti, yah mudah-mudahan makin banyak nantinya orang yang ikut”.

Pemilik kedai sangat berharap ini menjadi awal agar bagaimana apa yang telah ia terapkan bisa banyak di ikuti oleh orang-orang yang datang di kedainya, agar bukan hanya menjadi sebuah sistem tapi supaya ini menjadi sebuah kebiasaan yang harus dilakukan.

### **C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang merujuk pada tinjauan teori serta analisis yang dilakukan oleh penulis, maka terdapat beberapa poin penting untuk dibahas yang terkait dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis.

#### **1. Pengelolaan Dakwah Di Kedai Setempat**

Pada pengelolaan dakwah pada usaha kedai yang dilakukan oleh pemilik kedai serta karyawan yg ada di kedai setempat, telah terlaksana fungsi-fungsi analisi *SWOT* yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dalam pelaksanaan fungsi kekuatan, pemilik kedai setempat membuka diri dalam bentuk komunikasi dan interaksi menerima saran yang datang dari pengunjung yang membeli di kedai tersebut menguatkan proses

strategi dakwah. Setelah itu, melihat kelemahan yang ada pada sistem tersebut sehingga tidak terjadi hal yang tidak sesuai dengan sistem yang diterapkan.

Dalam hal kekuatan pada bisnis, khususnya pada penerapan strategi dakwa pada usaha kedai setempat pemilik dan karyawan bisa melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kekuatan dalam strategi yang diterapkan dalam sebuah bisnis, pemilik serta karyawan di kedai tersebut sudah optimal dalam menjalankan sistem tersebut dengan menerapkan pendekatan yang baik serta berinteraksi dengan pengunjung yang datang, karena hal ini harus diperhatikan agar pesan dakwah yang di sampaikan bisa tersampaikan dengan baik. Tentu pemilik kedai dalam menarapkan strategi ini masih banyak hal yang perlu dibenahi agar banyak pesan-pesan dakwah yang disampaikan bisa diterima dan menambah pengetahuan para pengunjung kedai tentang pentingnya ibadah. Kekuatan dakwah yang diterapkan pada usaha kedai tidaklah gampang tetapi dengan contoh perbuatan yang positif bisa mempengaruhi orang disekitar.

“Hal yang juga penting untuk diperhatikan dalam proses kekuatan berdakwah pada usaha kedai cara berkomunikasi dalam menyampaikan dakwah, etika dan adab yang baik dalam berinteraksi sama pengunjung yang datang, menciptakan kenyamanan pelanggan, serta kemampuan dakwah dan pengetahuan karyawan tentang dakwah sehingga pelanggan dan karywan tidak merasa digurui tentang dakwah yang disampaikan”<sup>73</sup>

Namun, perlu juga pemilik kedai memperhatikan karywan yang baru atau yang belum paham mengenai dakwah yang masih butuh bimbingan dalam hal berdakwah dikedai.

Selanjutnya, memperhatikan suatu kelemahan yang ada pada sistem penerapan dakwah dikedai, memperhatikan sasaran dakwah membuat para

---

<sup>73</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

pengunjung nyaman. Karena pada dasarnya dakwah itu kegiatan yang mengajak manusia untuk menjahui keburukan serta melakukan kebaikan. Pada saat ini dakwah bukan hanya melalui mimbar atau pengajian, karena sudah banyak para da'I yang memanfaatkan berbagai media sebagai sarana dakwah salah satunya lewat usaha, beberapa kelemahan dakwah pada masa kini adalah kurangnya semangat belajar masyarakat dan Semangat dakwah para da'I juga sangat penting serta keikhlasan dalam berdakwah.

Namun, hal ini kiranya dapat diatasi karena sistem penerapan dakwah yang sudah jelas. Sistem yang telah tersistematis akan membantu karyawan dan pemilik kedai dalam mengatasi permasalahan khususnya kelemahan dari dakwah.

Berikutnya ialah peluang dalam menerapkan system strategi dakwah dikedai. Berdasarkan hasil penelitian, penulis menilai bahwa peluang yang diterapkan dalam berdakwah bisa dibilang cukup efektif terlaksana karena dakwah dikedai kopi juga berarti berdakwah dengan memanfaatkan interaksi atau hubungan keakraban baik antara pemilik, barista, pelanggan. Dikedai kopi terjadi komunikasi terus menerus sehingga peluang berdakwah juga besar, terlebih lagi tidak adanya kasta atau kelas social membuat dakwah mudah tersampaikan. Awal mulanya, sangat banyak orang yang beranggapan bahwasanya kedai kopi, dan warkop itu hanya sebagai tempat hiburan atau tempat nongkrong semata. Faktanya, sangat banyak pemuda atau mahasiswa melakukan diskusi keislaman atau diskusi umum dikedai kopi, sehingga sisi positif yang dimiliki oleh kedai kopi tidak menutup kemungkinan untuk dijadikan sebagai salah satu tempat berdakwah.

Oleh karena itu, berkembang pesatnya kedai-kedai kopi perlu dimanfaatkan para da'I atau para pengusaha dengan cara berdiskusi dan berinteraksi seputar keIslaman atau diskusi umum lainnya. Apabila kedai kopi dapat kita manfaatkan dengan baik, maka wawasan serta pengetahuan kita akan makin bertambah, orang-orang yang memiliki pandangan negative bisa



saja akan berkurang, karena mengetahui para remaja yang berada di kedai tidak hanya bersenang-senang semata, melakukan diskusi seputar Islam.

Fungsi analisis terakhir yakni ancaman. Dalam hal ancaman ini, pemilik kedai setempat serta karyawan telah mengantisipasi sebuah ancaman dalam menerapkan strategi dakwah dengan sangat baik. Ketika berdakwah sangat penting peran dari da'I untuk keberhasilan sebuah strategi dakwah. Seseorang yang konsisten terhadap keberibadiah yang baik maka akan terbangun kesan pada masyarakat bahwa orang tersebut adalah sosok yang baik dan hebat.

“Berdakwah tidak selalu berhasil dilakukan dalam waktu yang singkat, mengubah pandangan dan keyakinan seseorang dan apalagi kalau orang yang dimaksud ini dalam jumlah yang banyak, maka pasti memerlukan waktu yang lama. Dalam berdakwah agar berhasil, maka kita harus mendekat, memberi simpatik, dan mencotohkan perbuatan sikap yang baik”<sup>74</sup>

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menilai bahwa kekuatan dakwah yang diterapkan di kedai ini cukup efektif melihat pemilik kedai menerapkan pendekatan yang cukup baik berinteraksi secara langsung secara terus menerus. Menjadikan kedai sebagai tempat untuk menyambung tali silaturahmi dan tempat berbagi informasi akan pentingnya sebuah dakwah.

Dakwah adalah kegiatan untuk meningkatkan iman seseorang atau kelompok. Sehingga ketika dakwah dilakukan oleh pendakwah dengan melakukan pendekatan, strategi, metode, pesan, dan media yang digunakan, maka akan timbul beberapa respon dari orang yang menerima dakwahnya.

---

<sup>74</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

#### a) Efek Dakwah Terhadap Pengunjung Kedai

Efek dakwah terhadap pengunjung di kedai setempat yang dimana melalui teori atribusi bagaimana kita memahami penyebab dibalik perilaku orang atau dengan kata lain bagaimana kita mengetahui lebih jauh mengenai mengapa mereka berbuat demikian, bagaimana dampak dari pesan yang disampaikan oleh pemilik kedai dan dampak dari pengelolaan dan penerapan yang dilakukan oleh pemilik kedai. Atribusi erat kaitannya dengan dengan komunikasi antar pribadi, karena dalam mencari suatu kesimpulan kita memanfaatkan situasi dimana kita harus melakukan komunikasi yang memiliki skala kecil, salah satunya yaitu komunikasi antar pelanggan dan karyawan atau karyawan dengan pemilik, Tujuannya agar tercipta keakraban dan mendapatkan pandangan dan inofasi yang lebih antar pelanggan dan karyawan.

“Dakwah yang di kelola dan diterapkan di kedai ini bisa dibilang cukup berhasil karena, dengan adanya penerapannya seperti pelayanan yang berhenti ketika memasuki waktu shalat para pengunjung sedikit mengerti dan tergerak akan pentingnya sebuah amalan-amalan yang di kerjakan tepat waktu”<sup>75</sup>

Selain itu, efek yang ditimbulkan juga kepada para pelanggan ini sedikit ada perubahan, yang dimana para pengunjung merasa sungkan apabila melihat karyawan serta pemilik kedai melaksanakan dan meninggalkan pekerjaan ketika memasuki waktu shalat. Karena dalam teori atribusi ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses atribusi yang pertama yaitu kekuatan faktor lingkungan dimana pemilik kedai dan karyawan menerapkan strategi dakwah secara terus menerus, kemudian tindakan-tindakan alternatif yang ada. Selain itu dampak yang ditimbulkan terhadap pengunjung yakni bagaimana menerapkan dan mengedepankan amalan sedekah jariyah yang dimana, di kedai ini menerapkan sistem bayar seikhlasnya pada saat hari jum'at, hal ini menyebabkan pengunjung untuk secara tidak langsung bersedekah

---

<sup>75</sup> Tri Sugianto (Pemilik Kedai Setempat), wawancara; pada tanggal 12 Desember 2022 di Kedai Setempat Kabupaten Mamuju Tengah

dengan membeli suatu produk yang dijual melebihi harga yang ditetapkan, meskipun beberapa dari pengunjung malah membeli dengan harga yang lebih rendah dari harga yang telah ditetapkan.

## 2. Strategi Dakwah pada usaha Kedai

Berdakwah di kedai dengan berbagai macam karakter orang yang berbeda merupakan pekerjaan yang berat dan penuh tantangan yang besar yang akan dihadapi, para karyawan dan pemilik kedai yang menerapkan strategi dakwah pada usaha di kedai kopi harus mampu mendorong para pengunjung yang datang untuk *beramar makruf nahi munkar* (mengajak pada kebaikan dan meninggalkan kemungkaran). Dengan demikian berbagai elemen dan komunitas dalam masyarakat sebagai ladang untuk berdakwah tanpa terabaikan begitu saja.

Strategi dakwah yang diterapkan dalam usaha kedai bukan berarti menghilangkan fungsi komersial kedai dan menjadikannya seperti masjid atau majelis taklim. Kedai kopi tetap dipertahankan fungsinya sebagai tempat nongkrong dan bersantai sambil meminum secangkir kopi, tetapi disana disisipkan nilai berbasis syariat Islam namun bagaimana aktivitas dakwah menjadikan kedai kopi mampu mengajak pengunjungnya untuk *beramar makruf nahi munkar* walaupun dalam ruang lingkup yang kecil. Dan berdakwah di kedai kopi ini memberikan eektivitas di tengah masyarakat salah satunya.

### a. Dilihat aspek kualitas

Sangatlah jelas perbedaan antar pengunjung yang datang di kedai setempat ini yang paham tentang sistem yang diterapkan, ketika masuk waktu sholat dan Ketika ada system sedekah (bayar seikhlasnya) di kedai setempat ini sangat jelas pengunjung yang sudah paham pasti merasa tidak enak apabila melihat karyawan di kedai ini melaksanakan sholat dan mereka tidak ikut untuk melaksanakan sholat pula, dan untuk system sedekah (bayar seikhlasnya) pengunjung yang paham pasti merasa tidak enak apabila membayar dengan harga yang murah tetapi, bagaimana cara mereka

memberikan yang terbaik atau harga yang mahal untuk sebuah cangkir kopi agar ini menjadi ladang pahala bagi mereka.

Peran penting sebagai seorang dai atau tokoh sangatlah menjamin pada keberhasilan hidup yang lebih mempunyai makna. Seseorang yang secara konsisten dan dalam waktu yang lama berperilaku baik atau berprestasi menonjol maka akan terbangun kesan pada masyarakat bahwa orang tersebut adalah sosok yang baik dan hebat.<sup>76</sup>

Hal yang baik sering sekali dicontohkan oleh para karyawan dan pemilik kedai seperti yang dilakukan oleh karyawan yang bekerja di kedai setempat yang dikatakan dalam wawancaranya. Sebagai seorang karyawan tentunya sangat mempunyai peran dalam berinteraksi secara baik di bidang akhlak, saya awali dari diri sendiri untuk memperbaiki sikap dan perilaku terhadap sesama, karena dalam kehidupan sehari-hari kita tak lepas dari interaksi antar sesama manusia. Artinya saling berhubungan antar satu dengan yang lain. Contoh dasarnya saja kalau menghadapi pengunjung yang datang kita langsung melemparkan senyuman.

#### b. Dilihat Dari Aspek Kuantitas

Pelaksanaan dakwah di kedai kopi membawa perubahan pada para pengunjung yaitu mereka merasa senang dan antusias ketika para karyawan memberikan contoh atau perilaku yang baik sehingga apa-apa yang dilakukan dan disampaikan oleh karyawan dan pemilik kedai dilaksanakan oleh pengunjung. Perubahan itu nampak saat seringnya rutinitas penerapan dakwah yang ada di kedai setempat dapat terealisasi dengan baik. Diantara efektifitas dakwah di kedai setempat, ketika azan berkumandang tidaknya dihentikan aktivitasnya dan diajak “jamaah” dengan pendekatan dakwah *halliah* (dakwah perbuatan) dimana dibiasakan menjalankan shalat berjamaah. Apa yang dilakukan oleh karyawan di kedai setempat terkait dengan upaya meningkatkan kesadaran para pengunjung.

---

<sup>76</sup> Achmad Mubarak Psikologi Dakwah (Jakarta: Pustaka Firdaus 2002), h.127

### A. Perilaku Yang Bernilai Dakwah Di Kedai

Di era globalisasi ini kebanyakan orang sibuk dengan urusan mereka masing-masing, baik urusan pribadi maupun urusan pekerjaan, jika telah menyangkut urusan pekerjaan kebanyakan dari mereka tidak menghiraukan waktu, bahkan bisa di bilang pekerjaan adalah prioritas utama.

Masyarakat kita hari ini sudah mengalami banyak perkembangan baik itu dari teknologi yang semakin pesat sehingga menimbulkan pengikisan nilai-nilai dakwah di masyarakat. Dakwah tidak lagi berjalan dengan efektif jika hanya di lakukan secara tradisional. Kurangnya minat masyarakat dalam hal-hal yang berbau dakwah Kurangnya minat masyarakat dalam hal-hal yang berbau dakwah sebagaimana dakwah pada umumnya seperti pengajian, berdakwah diatas mimbar, masjid, musolla bahkan tabligh akbar.

Oleh karena itu, dalam meningkatkan sedikit kesadaran masyarakat terhadap dakwah pemilik kedai serta karyawan dikedai setempat menerapkan strategi dakwah melalui usaha kedai kopi sebagai wadah untuk menyampaikan dakwah.

Kedai kopi adalah salah satu tempat yang banyak diminati oleh sebagian orang agar lebih giat dalam beraktifitas. Menjadi rutinitas yang tak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari dan berlangsung bertahun-tahun secara terus menerus tanpa melalui undangan, dalam hal ini sudah tercipta hubungan silaturahmi yang baik antar masyarakat meskipun diluar kesadaran. kedai kopi juga bisa berfungsi sebagai hiburan karena dengan berkumpul bersama bisa sejenak menenangkan pikiran dari segala kepenatan.<sup>77</sup>

Di kedai kopi ini pemilik kedai serta karyawan yang bekerja mengutamakan dalam mencontohkan akhlak yang baik, memberi praktek nyata dan memberi contoh akhlak mulia. Saat ini banyak orang yang pintar

---

<sup>77</sup> Fidagta Khoirina, Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009)

berbicara dan menyampaikan teori dengan lancar, namun hanya sedikit orang yang menjalankan ucapannya dalam praktek nyata. Pemilik kedai dan karyawan kedai mengajak pengunjung untuk selalu melakukan kebaikan dengan memberikan contoh langsung kepada mereka, karena dengan memberi contoh itulah membawa hikmah atau manfaat pada masyarakat secara langsung diantaranya:

a. Mencontohkan akhlak yang baik (potret keteladanan)

Kedudukan akhlak dalam kehidupan manusia menempati tempat yang penting, baik sebagai individu maupun masyarakat dan bangsa. Jatuh bangunnya suatu bangsa tergantung pada bagaimana akhlak masyarakat yang menghuninya<sup>78</sup>. Perilaku kita yang baik, jujur serta disiplin akan hal yang bersifat sederhana akan menjadi cerminan terhadap lingkungan sekitar, terlebih lagi dalam hal usaha yang diterapkan yang melibatkan banyak orang dan menjadikan suatu usaha yang kita terapkan sebagai salah satu jalan untuk berdakwah tentunya sangat menjadi hal yang harus diperhatikan dalam mencontohkan akhlak yang baik.

b. Silaturahmi yang berkesinambungan

Manusia tidak akan pernah lepas dari kesalahan dan dosa. Biasanya, hal ini bisa menyebabkan suatu hubungan terputus. Untuk menyambungkan tali yang sudah terputus, umat muslim dianjurkan untuk bersilaturahmi. Salah satu hal yang menjadikan suatu usaha berhasil yaitu memperluas interkasi dan silaturahmi secara terus menerus.

c. Membudaya saling menghormati antar setiap pengunjung yang datang

Budaya yang diterapkan dalam usaha yang dijalani seperti kedai kopi tempat atau pusat interaksi social yang melibatkan pengunjung dan karyawan tentunya menjadi hal yang harus diperhatikan. Menghormati

---

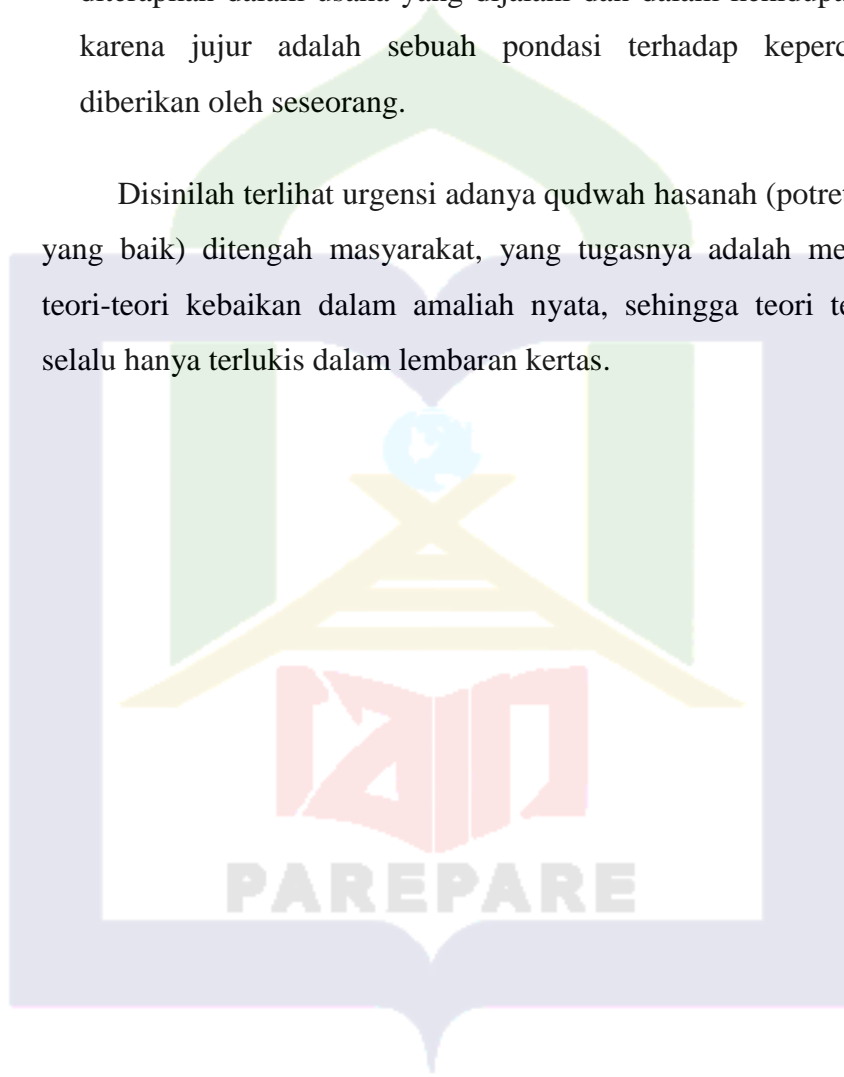
<sup>78</sup> Yatimin Abdullah, Study Akhlak dalam Prespektif Al Qur'an, (Jakarta: Amzah, 2007), h. 1.

setiap pengunjung yang datang memberikan kenyamanan serta interaksi yang baik.

d. Budaya sikap jujur dan budaya salam.

Budaya sikap yang jujur tentunya harus diperhatikan dan harus diterapkan dalam usaha yang dijalani dan dalam kehidupan sehari-hari karena jujur adalah sebuah pondasi terhadap kepercayaan yang diberikan oleh seseorang.

Disinilah terlihat urgensi adanya *qudwah hasanah* (potret keteladanan yang baik) ditengah masyarakat, yang tugasnya adalah menerjemahkan teori-teori kebaikan dalam amaliah nyata, sehingga teori tersebut tidak selalu hanya terlukis dalam lembaran kertas.



## **BAB V PENUTUP**

### **A. SIMPULAN**

Setelah proses penelitian terhadap Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai “SETEMPAT”, dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan dari pemilik kedai, karyawan kedai, serta pengunjung yang datang di kedai, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengelolaan dakwah pada usaha kedai yang dilakukan oleh pemilik kedai serta karyawan yg ada di kedai setempat, telah terlaksana fungsi-fungsi analisis *SWOT* yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dalam pelaksanaan fungsi kekuatan, pemilik kedai setempat membuka diri dalam bentuk komunikasi dan interaksi menerima saran yang datang dari pengunjung yang membeli di kedai tersebut menguatkan proses strategi dakwah. Setelah itu, melihat kelemahan yang ada pada sistem tersebut sehingga tidak terjadi hal yang tidak sesuai dengan sistem yang diterapkan. Seperti adanya silaturahmi yang berkesinambungan, membudayakan saling menghormati antar setiap pengunjung yang datang, membudayakan sikap jujur di kedai kopi bahkan membiasakan untuk melaksanakan ibadah tepat pada waktunya.
2. Penerapan Strategi dakwah melalui kedai ini sebenarnya tidak sulit dengan mengedepankan keakraban dan interaksi secara terus-menerus sehingga peluang dakwahnya besar. Dalam hal ini kedai setempat menerapkan strategi dakwah di dalam usaha berdakwah dengan memanfaatkan interaksi atau hubungan keakraban baik antar pemilik, barista, serta pelanggan yang ada. Di kedai kopi ini terjadi komunikasi terus menerus sehingga peluang berdakwah juga besar, terlebih lagi tidak adanya kasta atau kelas sosial membuat dakwah



mudah tersampaikan.

## **B. SARAN**

- a. Penulis sangat mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, khususnya mahasiswa IAIN Program Studi Manajemen Dakwah, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi sebagai literatur bacaan bagi mahasiswa dalam mengerjakan skripsi atau karya tulis lainnya yang berkaitan dengan penerapan strategi pada usaha di kedai.
- b. Kepada pemilik kedai dan karyawan agar terus-menerus berkreatif dalam menciptakan suasana serta kenyamanan, kebersihan sebab itu tidak kalah pentingnya dalam menciptakan suasana berinteraksi antar pengunjung di kedai setempat.
- c. Kepada para calon peneliti yang akan meneliti judul atau topik permasalahan terkait, agar menggunakan hasil penelitian ini dengan bijak sebagai sumber inspirasi dan referensi agar memudahkan penelitian kedepannya, dan diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan objek peneliti yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'anul Al-Karim*

Ansar, *Model komunikasi di warung kopi Dg. Sija kesomba opu kabupaten Gowa* skripsi: UIN Alauddin Makassar 2016

Alsa, Asmadi *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif serta kombinasinya dalam penelitian psikologi*, (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2007),

Arikunto, Suharsimi *Prosedur penelitian, suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002).

Asbaniyah, *Pengertian Strategi Dakwah*, (online) (<http://md2011-asbaniyah.blogspot.co.id>), diakses tanggal 03 September 2022

Basit, Abdul Filsafat Dakwah (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013),

Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi *"Tehnik Analisis SWOT"* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020)

Herdiansyah, Haris *Wawancara, observasi dan focus groups: sebagai instrument penggalan data kualitatif*, (cet ke-1: Jakarta: rajawali, 2013),

Ismail dan Hotman, *Filsafat Dakwah*

Kalimah Siti dan Nur Fadilah, *Marketing Syariah: Studi Analisis Produk Kenzie di Gudo Jombang*, Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 04 Nomor 2 April 2018

Kementerian Al-Quran dan Terjemahan, *Adds-Ins Microsof Word Indonesia* (Terjemah Kemenag 2019) Versi 32-2.0 (Departemen Agama RI Al-Hikmah Al-Quran dan Terjemahnya, 2010),

Khamdani, Dwi Fajar *Tema sosial yang di dialogkan oleh komunitas mgopi di warung kopi sarijan malang, skripsi* (Malang: Fakultas sosiologi Universitas Negeri Malang

Khoironi, Fidagta *"Ekspresi Keberagaman komonitas warung kopi (analisis profil komonuitas warung kopi) Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2009).

- Mulyana, Dedy *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*, (Bandung: ReamajaRosda Karya, 2001)
- Mubarok Achmad, *Psikologi Dakwah* (jakarta: Pustaka Firdaus 2002), h.127
- Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik dan Kulitatif*, (Bandung: Tarsito, 1988),
- Noor, Juliansyah *Metodologi Penelitian: SkripsiTesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah* (Kencana 2012)
- Putra, Vivit Nur Arista “*Manajemen Pembelajaran di Pondok Pesantren Takwinul Mubhallighn Yogyakarta*” (Skripsi: Yogyakarta; administrasi pendidikan, 2013),
- Roudhonah Hj., *ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007),
- Rijali, Ahmad *Analisis Data Kualitatif*, [Jurnal Alhadharah](#), Vol.17, No.33, Januari 2018
- Sadiyah, Dewi *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)
- Salam, Muslim *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif Menggugat Doktrin Kualitatif*, (Makassar: Masagena Press, 2011),
- Salusu, J *Pengambilan Keputusan Strategik* (Gramedia Widiasarna Indonesia, 2015)
- Saputra, *Pengantar ilmu*.
- Silahi, Ulber *Metode Penelitian Sosial*, Bandung, 2012,
- Sukayat, Tata *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)
- Tasmara, Toto *Komunikasi Dakwah*
- Tjiptono, Fandy *strategi pemasaran* (Yogyakarta ANDI 2008)
- Umar, Husein *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Zubair Kamal Muhammad, et al., eds. *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, IAIN Parepare Tahun 2020. h.24



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

PAREPARE



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
Jalan Amal Bakri No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B- 2578 /In.39.7/PP.00.9/12/2021

Parepare, 6 Desember 2021

Hal : **Surat Penetapan Pembimbing Skripsi An. Rachmat Hidayat HS**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. **Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I**
2. **Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I**

Di-  
Tempat

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

Nama : Rachmat Hidayat HS  
NIM : 18.3300.005  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA USAHA KEDAI "SETEMPAT" DI KABUPATEN MAMUJU TENGAH

Untuk itu kami memberi amanah Kepada Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan, sebelumnya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr.Wb*

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan  
Dakwah



**SURAT PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Sorang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-3516/In.39/FUAD.03/PP.00.9/11/2022

Parepare, 11 November 2022

Lamp : -

Hal : **Izin Melaksanakan Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala Daerah Kabupaten Mamuju Tengah  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Mamuju Tengah  
Di-

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan bahwa:

Nama : RACHMAT HIDAYAT. S  
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 05 Agustus 2000  
NIM : 18.3300.005  
Semester : IX  
Alamat : Jalan Lingkar Kelurahan Lapadde Kota Parepare

Bermaksud melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul Skripsi :

**PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA USAHA KEDAI "SETEMPAT" DI  
KABUPATEN MAMUJU TENGAH**

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di Wilayah Kab. Mamuju Tengah terhitung mulai bulan **November 2022 s/d Desember 2022**.  
Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb*

Dekan,  
  
Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP. 19641231 199203 1 045

**SURAT IZIN MELAKUKAN PENELITIAN DARI IAIN PAREPARE**



PEMERINTAH KABUPATEN MAMUJU TENGAH

**DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU SATU PINTU,  
KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH**

Alamat : Komplek Benteng KTM Kec. Tobadak Kab. Mamuju Tengah 91564  
Email : dpmpitp.mateng@gmail.com

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor : 007/139/DPMPITSP-KUKM/XI/2022

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
  2. Peraturan Bupati Mamuju Tengah Nomor 41 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Mamuju Tengah.
  3. Surat dari Universitas Tomakaka Mamuju : 346/KPS/ADM/FISIPOL/UNIKA-25/X/2022 Tentang Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian

**MEMBERITAHUKAN BAHWA :**

- a) Nama : RACHMAT HIDAYAT.S
- b) NIM : 183300005
- c) Program Studi : Manajemen Dakwah (S1)
- d) Alamat : Polohu, Desa Babana Kec. Budong-Budong
- e) No. HP : 082271014785
- f) Untuk :
  1. Melakukan Penelitian/Pengumpulan Data dengan Judul "Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai Setempat di Kabupaten Mamuju Tengah"
  2. Lokasi Penelitian : Kedai Setempat di Kabupaten Mamuju Tengah
  3. Waktu/Lama Penelitian : Bulan November 2022 s/d Desember 2022.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya Kami menyetujui Kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan diharapakan melapor kepada Bupati Mamuju Tengah, Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kab. Mamuju Tengah.
2. Penelitian tidak Menyimpang dari Izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) Eksemplar copy hasil penelitian Kepada Bupati Mamuju Tengah Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kab. Mamuju Tengah.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat Izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan : Tobadak  
Pada Tanggal: 23 November 2022  
Kepala Dinas



**HJ. ASMIRAH DIAMAL S.E., M.Si.**  
Pangkat: Pembina Utama Muda  
NIP:19790623 200212 2 003

- Tembusan di sampaikan Kepada Yth :
1. Bupati Mamuju Tengah (Setgal Laporan) di Tobadak ;
  2. Rektor Universitas Tomakaka Mamuju di Mamuju ;
  3. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Tobadak ;
  4. Peninggal

**PAREPARE**

**SURAT IZIN PENELITIAN DARI PEMERINTAH**

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik " CAFÉ SETEMPAT " Menerangkan bahwa sesungguhnya saudara :

Nama : RACHMAT HIDAYAT HS  
NIM : 18.3300.005  
Universitas : IAIN PAREPARE  
Prodi Jurusan : MANAJEMEN DAKWAH  
Keterangan : Telah Melakukan Penelitian dengan menggunakan, Observasi, dokumentasi, Wawancara.

Mahasiswa tersebut benar-benar melaksanakan kegiatan penelitian di " Café Setempat ". Pada tanggal 12 Desember 2022. Dengan judul penelitian :

**"Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai "Setempat" Di Kabupaten Mamuju Tengah"**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mamuju, 20 Desember 2022  
Pemilik Café  
  
TRI SUGIANTO



**SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH  
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN  
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : RACHMAT HIDAYAT. HS  
NIM : 18.3300.005  
FAKULTAS : USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH  
PRODI : MANAJEMEN DAKWAH  
JUDUL : PENERAPAN STRATEGI DAKWAH PADA  
USAHA KEDAI “SETEMPAT” DI KABUPATEN  
MAMUJU TENGAH

**PAREPARE**

## HASIL WAWANCARA

### Informan 1

TRI SUGIANTO (PEMILIK KEDAI SETEMPAT)

P: Sejak kapan kedai setempat dibangun?

I: Kedai Setempat ini berdiri pada Ahad 11 April 2021 Kedai Setempat ini berdiri pada Ahad 11 April 2021

P: Dalam sehari, berapa perkiraan jumlah pelanggan kedai setempat?

I: Saya melihat tidak terlalu banyak orang yang datang di kedai ini, kecuali hari hari tertentu seperti hari libur, kalau untuk perkiraan pengunjung yang datang saya tidak terlalu tahu berapa jumlahnya yang jelas hari biasa dan hari libur dan apalagi hari jumat itu biasanya ramai yang datang, di hari jumat kan ada jumat berkah atau sedekah.

P: Berdasarkan pengalaman bapak, dari kalangan mana saja pelanggan kedai setempat?

I: Kalau saya melihat yang datang disini kebanyakan anak-anak muda lah biasanya juga ada bapak-bapak yang hanya untuk menikmati kopi baru pulang, kadang juga dia hanya sekedar membungkus lalu di bawa pulang, mungkin 70% anak muda yang datang atau nongkrong 30% nya bapak-bapak

P: Apa latar belakang bapak menerapkan program atau aturan pelayanan berhenti Ketika masuk waktu shalat?

I: Saya menerapkan sistem seperti ini berdasarkan pengalaman saya dulu saat saya masih bekerja ditempat orang yang sama persis menerapkan sistem seperti ini, yang dimana pada saat waktu sholat semua meninggalkan pekerjaannya, tentunya di satu sisi saya ingin juga menyampaikan dakwah sedikit melalui

usaha yang saya jalani ini, hitung-hitung ini sebagai amal jariyah saya kedepannya

P: Bagaimana cara bapak menerapkan system tersebut?

I: Kita membangun kedekatan terlebih dahulu kepada para pengunjung yang datang ke kedai ini mengenalkan minuman favorit dan kopi yang kita punya untuk nantinya bagaimana para pengunjung ini berusaha untuk kembali lagi karena pelayanan yang kita berikan memuaskan sehingga nantinya interaksi kita dapat berlangsung secara terus-menerus.

P: Bagaimana respon dari karyawan terhadap sistem tersebut?

I: Tentunya tidak jadi masalah bagi mereka, memang di awal mereka agak kaget semnjak saya bikin sisitem begitu, tetapi perlahan dia bisa menjalankan dengan baik, dan banyak yang berubah juga dari mereka”

P: Bagaimana pengaruh system tersebut kepada pelanggan?

I: Kalau saya melihat sendiri pengaruhnya sedikit ada terhadap pelanggan yang datang apalagi yang nongkrong, kadang mereka sesekali ikut untuk melaksanakan shalat dan ada juga yang mengabaikan, tetapi saya yakin perlahan pasti dia sadar

P: Apakah selama ini ada kendala terkait pelaksanaan sistem tersebut?

I: Untuk kendala sendiri tentunya banyak kendala yang dihadapi salah satunya soal pelanggan yang kadang sedikit kesal karena biasa tidak melihat ada orang yang jaga Ketika ingin membeli, meskipun sudah ada informasi yang di pajang”

P: Apa bapak mencoba menjadikan kedai kopi sebagai sarana dakwah?

I: Iya betul, Saya sebenarnya mau menjadikan kedai ini sebagai sarana dakwah tetapi yang tidak terlalu ekstrim, yang biasa saja tetapi bisa tersampaikan

P: Selama melaksanakan strategi dakwah di kedai kopi, bagaimana bapak mengatasi kendala yang di hadapi?

I: Kami harus lebih hati-hati saat menyampaikan suatu kebenaran, apalagi kalau sudah masuk rana agama, tetapi saya tekankan kepada pegawai saya untuk tetap melakukan suatu aturan, kalau ada yang tidak berkenan nanti saya yang hadapi dengan cara lebih masuk akal

## **Informan 2**

**MUH. RAMDHAN (KARYAWAN KEDAI SETEMPAT)**

P: Sudah berapa lama anda bekerja di kedai ini?

I: Saya bekerja di tempat ini, 3 bulan setelah tempat ini dibuka pada saat tahun 2021

P: Apa tanggapan anda mengenai system yang ada di kedai setempat?

I: Cukup menarik akan hal yang seperti ini, karena kalau di lihat dari tempat lain agak berbeda tapi bagi saya ini tidak masalah

P: Apakah ada kendala yang di alami saat menerapkan system tersebut?

I: Masalah kendala kadang ada kendala sedikit saat melakukan penerapan system ini kadang kalau ada orang tua yang memesan minuman, kemudian waktu sholat masuk, kadang saya beritahu kalo pesannya dikerja saat selesai waktu sholat, biasanya ia malah bilang kalau ini baru adzan, itu kadang yang jadi

kehati-hatian saya saat memberikan satu tanggapan. Biasanya saya langsung bilang saja kalau sudah jadi aturan kedai ini.

P: Bagaimana tanggapan anda mengenai pelayanan yang berhenti Ketika masuk waktu shalat?

I: Tidak jadi masalah karena ini juga sudah kewajiban

P: Bagaimana tanggapan anda tentang system bayar seikhlasnya Ketika hari jumat?

I: tanggapan saya mengenai ini saya rasa ini system yang sangat bagus karena ini juga bagian dari dakwah yaitu bersedekah

P: Apakah ada perubahan tersendiri dari anda Ketika menerapkan system seperti ini? I: Iya tentunya Awalnya saya juga dulu orang yang masih sering meninggalkan waktu sholat tetapi disini saya sedikit sadar karena sistem yang diterapkan di kedai ini.

P: Berdasarkan pengamatan anda, dalam menghadapi pengunjung yang datang apakah ada yang tidak suka terhadap sistem yang diterapkan di kedai ini?

I: Masalah ini tentunya saya melihat semua pelanggan menurut saya tidak ada yang jadi masalah selama itu kebaikan yang dikerjakan.

P: Bagaimana cara Anda menerapkan system tersebut?

I: Menerapkan sistem yang sesuai dengan SOP yang diberikan oleh pemilik kedai ini, saya sebagai karyawan disini sangat mengikuti arahan dari SOP yang ditetapkan di kedai ini, salah satunya tadi seperti ketika masuk waktu Sholat kami berhenti melayani para pengunjung sampai sudah selesai waktu

sholat karena ini juga bisa saya jadikan waktu istirahat.

### **Informan 3**

ANDI APRY (PELANGGAN TETAP KEDAI SETEMPAT)

P: Apakah anda salah satu pelanggan yang sering nongkrong di kedai ini?

I: Bisa dibilang seperti itu hamper tiap hari saya disini

P: Apa saja yang anda kerjakan di kedai ini selain berkumpul dengan kerabat?

I: Biasanya selain berkumpul dengan teman saya berdiskusi membaca buku, kadang juga bermain game.

P: Apa yang anda ketahui tentang system yang ada di kedai ini?

I: Yang saya ketahui itu seperti Ketika jam shalat itu tidak ada pelayanan sama setiap hari jumat ada diskon dan bayar seikhlasnya untuk beberapa minuman.

P: Bagaiman anda melihat penerapan system yang ada di kedai ini?

I: Menurut saya, ini sesuatu yang beda dari tempat lain, bagi saya ini system yang cukup baik

P: Apa ada perbedaan kedai ini dari kedai yang lain yang pernah anda kunjungi?

I: Menurut tanggapan pribadi saya, pelayanan ditempat ini bisa dibilang hampir sama dari kedai-kedai yang lain, tetapi disini ada sedikit perbedaan kalo ditempat lain biasanya kalo kita pesan sama barista nya kadang tidak terlalu ada interaksi antar pelanggan dan pembeli, tetapi kalau disini bisa dibilang barista nya sangat dekat dengan pelanggan contohnya sebelum kita memesan dia menanyakan kabar hari ini, minuman yang cocok diminum dijam tertentu kadang juga sering mengajak sholat ketika sudah masuk

waktunya, meskipun kadang kita ini belum bisa melaksanakan, makanya itu yang membedakan sedikit dari tempat lain

P: Apakah anda juga ikut shalat berjamaah Ketika melihat karyawan di sini melaksanakan shalat?

I: Tentunya saya kalau disini nongkrong tepat masuk waktu shalat saya juga ikut melaksanakan.

#### **Informan 4**

##### **SYARIF (PELANGGAN TIDAK TETAP)**

N: Apakah anda salah satu pengunjung yang sering ke kedai ini?

I: Tidak, karena saya kadang datang ketempat ini hanya sekali kali kalau ada waktu saja.

N: Apakah Anda tahu tentang system di kedai ini?

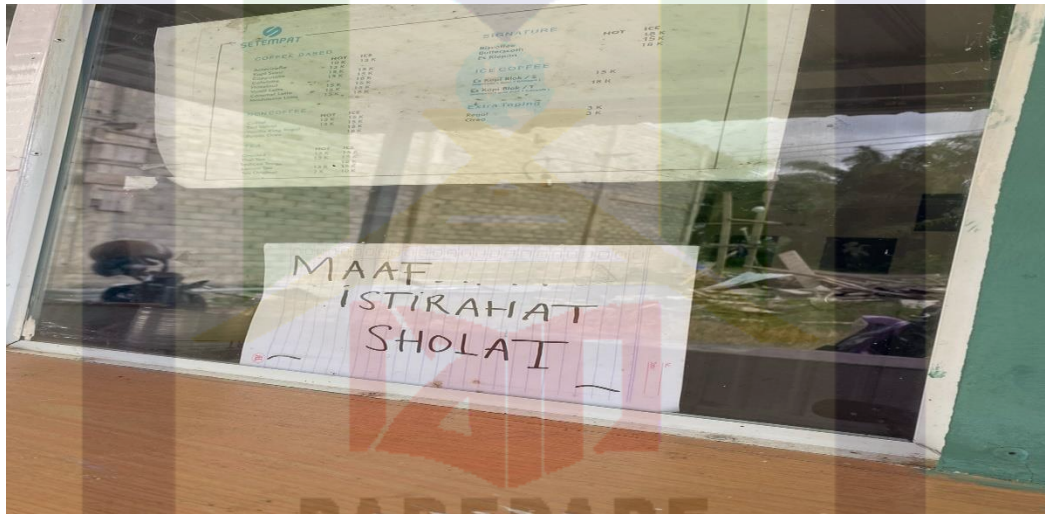
I: Iya, mungkin semua orang yang pernah beli di tempat tahu kalau disini system nya berbeda dari tempat lain

N: Bagaimana anda menanggapi hal tersebut?

I: menurut saya ini satu hal yang positif, melihat system yang diterapkan di kedai ini.



**DOKUMENTASI KEDAI SETEMPAT**

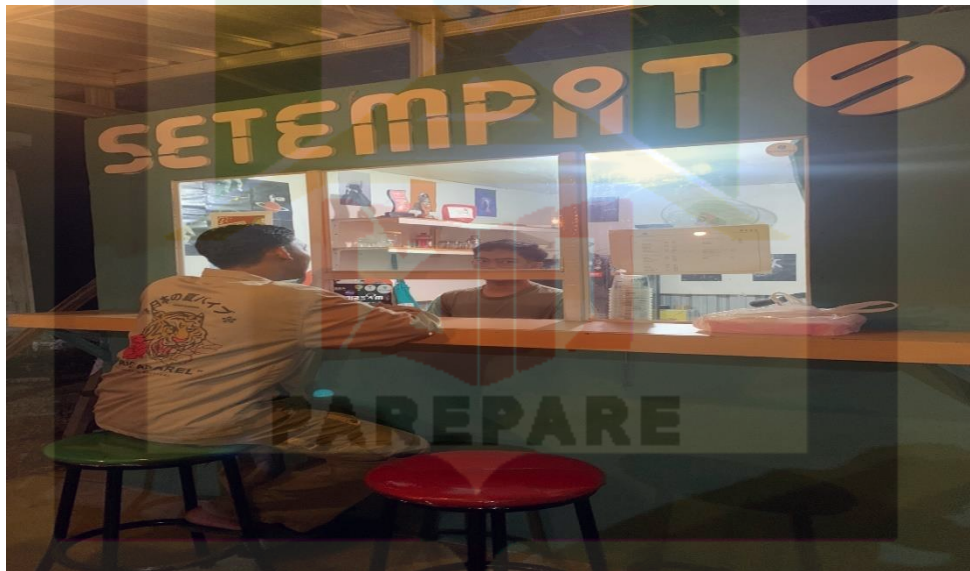


**DOKUMENTASI INFORMASI ISTIRAHAT SHALAT**





**DOKUMNTASI WAWANCARA DENGAN PEMILIK KEDAI SETEMPAT  
BAPAK TRI SUGIANTO**



**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN SALAH SATU BARISTA ATAU  
PEGAWAI DI KEDAI SETEMPAT**



**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN SALAH SATU PELANGGAN DI  
KEDAI SETEMPAT**



**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN SALAH SATU PELANGGAN DI  
KEDAI SETEMPAT**

## BIOGRAFI PENULIS



Penulis ini bernama lengkap **Rachmat Hidayat. HS**, lahir di Kota Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 5 Agustus 2000. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara yaitu dari pasangan **Herman SY** dan **Suharti** Penulis sekarang bertempat tinggal di Mamuju Tengah Kecamatan Tobadak. Penulis memulai pendidikannya di SD 2 BUDONG-BUDONG (2012), kemudian melanjutkan pendidikannya di MTS AL-IKHWAN TOPOYO (2015), melanjutkan pendidikannya di MAN PINRANG (2018), kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) pada tahun 2018 sampai dengan penulisan skripsi ini. Penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Dengan ketekunan serta motivasi dan doa tulus dari keluarga, bantuan dosen pembimbing, dosen penguji, dosen FUAD, serta teman-teman Manajemen Dakwah 2018. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Semoga skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai “SETEMPAT” Di Kabupaten Mamuju Tengah” semoga ini dapat memberi manfaat seluas-luasnya.