
Analisis Model Dakwah Keislaman Pada Usaha Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Di PT. Jatinom Indah Di Desa Jatinom, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Jawa Timur)

Mohtar Rasyid¹ Arif Rachman Eka Permata²

Lecturerst Master of Economics, Trunojoyo University of Madura¹

Student Master of Economics, Trunojoyo University of Madura²

mohtar.rasyid@gmail.com¹, arifrachman2594@gmail.com²

DOI: <https://doi.org/10.21107/dinar.v5i2.5000>

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi keberadaan perusahaan yang memiliki dampak positif terhadap masyarakat dan masuk kategori pemberdaya masyarakat. Bentuk usaha yang sudah PT membuat ruang lingkup dan eksistensi usaha ini besar. Dalam aktifitas usaha PT.Jatinom Indah memiliki fokus di bidang peternakan khususnya ayam. Saat ini mulai berkembang dibidang lain seperti parwisata, sawit, properti, dan rumah potong hewan. Aktifitas usaha membutuhkan banyak karyawan. Penyerapan tenaga kerja masuk pada kategori pemberdayaan masyarakat, ditunjang program pelatihan pengembangan SDM. Dalam pengelolaan usaha dan SDM banyak nilai-nilai islam teridentifikasi diimplementasikan. Seperti pengajian rutin, persyaratan karyawan muslim, santunan, program mengaji, dan pendirian lembaga pengelolaan dana sosial.

Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, lokasi studi kasus terfokus pada PT.Jatinom Indah, jenis data yaitu primer dan sekunder. Metode pengumpulan data wawancara dan studi pustaka. Dan metode analisis data yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif. Pembahasan dalam penelitian ini terfokus pada analisis model dakwah keislaman yang terdapat dalam aktifitas pemberdayaan masyarakat di PT.Jatinom Indah, selanjutnya akan dipetakan dan dibahas secara rinci pada setiap kegiatan dalam perusahaan yang mengandung dakwah keislaman tersebut dengan teori dakwah dalam aktifitas ekonomi. Dengan adanya gambaran model dakwah bisa menjadi acuan untuk usaha lain, harapannya manfaat kepada masyarakat tidak hanya dalam bentuk materi tetapi bekal kerohanian.

Kata Kunci: *Dakwah keislaman, PT.Jatinom Indah, Masyarakat.*

Pendahuluan

Masalah kemiskinan dan kaum fakir bukanlah masalah baru. Sejak dahulu, berbagai agama dan aliran filsafat mencoba memecahkannya untuk mengakhiri penderitaan kaum fakir. Bagi negara-negara berkembang yang mayoritasnya terdiri dari negara-negara muslim, kemiskinan merupakan masalah sehari-hari yang hampir tidak disadari (Wargadinata, 2011). Badan Pusat Statistik mencatat pada September 2017 tingkat penduduk miskin di Indonesia sebesar 17,38% terbagi menjadi daerah perkotaan dan pedesaan. Di perkotaan mencapai 7,26%, sedangkan di pedesaan justru lebih besar yang mencapai 10,12% (BPS, 2018). Hal ini juga menunjukkan bahwa kesenjangan di Indonesia juga masih sangat tinggi.

Dalam mengatasi masalah-masalah tersebut adalah dengan pembentukan usaha riil atau UMKM. Bisnis memiliki nilai-nilai yang baik dalam menciptakan kemandirian individu dalam perekonomian (Alma & Priansa, 2014: 111). Selain itu upaya lain untuk mengatasi kemiskinan adalah melalui pengembangan atau pemberdayaan. Pengembangan ekonomi rakyat ini dapat melalui program pemberdayaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Pemberdayaan merupakan upaya untuk membangun sumber daya insani dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran serta pola pikir akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya (Sun'an & Senuk, 2015: 121). Pemberdayaan merupakan salah satu kegiatan sosial yang banyak dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Kegiatan atau aktivitas yang bersifat sosial ini akhirnya dijadikan sebagai kegiatan yang bisa dikatakan wajib bagi perusahaan yang banyak memberikan dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya.

Bisnis juga suatu aspek muamalah yang diatur dalam Islam. Dimana dalam Islam bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan al-Hadist). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis) (Veithzal Rivai dkk, 2012: 13).

Saat ini bisnis di Indonesia sudah mulai berkembang dan sangat pesat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Banyak sekali bermunculan pabrik, perdagangan besar, perdagangan kecil, dan perusahaan jasa, baik perseorangan maupun persekutuan. Salah satu bisnis atau usaha yang sedang berkembang adalah PT. Jatinom Indah, perusahaan tersebut bergerak dibidang peternakan yaitu pada peternakan ayam. Usaha ini berlokasi di bagian timur pulau jawa yakni Kabupaten Blitar dan terletak pada Kecamatan Kanigoro.

Dalam sebuah penelitian perusahaan tersebut dikatakan telah berhasil memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan dengan berbagai program produktif dan padat karya. Penyediaan lapangan pekerjaan yang menyelesaikan masalah pengangguran,

dengan adanya lapangan pekerjaan masyarakat yang awalnya tergolong miskin karena menganggur, kini mampu melakukan aktifitas ekonomi dan mulai lepas dari kemiskinan. Peningkatan kualitas SDM diutamakan dengan pelatihan dan sosialisasi kerja yang rutin. Adanya kegiatan kerjasama dengan peternak kecil untuk sama-sama mengembangkan usaha.

Dari sekian banyak kegiatan pemberdayaan ada hal lain yang menarik dalam perusahaan, yaitu salah satu tujuan pendirian usahanya merupakan sebagai media dakwah keislaman. Tujuan dakwah ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan, dikutip dari pemilik perusahaan bahwa perusahaan harus memiliki pegangan atau pondasi yang kuat, harus kuat dalam materil dan rohaniah, selain itu harus bermanfaat kepada sesama manusia. Mengingat bahwa semua umat Islam berperan sebagai *da'i* yang berkewajiban mengembangkan dan menyebarkan ajaran Islam. Maka setiap umat islam juga berkewajiban membangun barisan dakwah secara rapi agar dakwah islamiyah yang dijalankan tepat sasaran serta berjalan dengan baik dan sesuai keinginan bersama (Ishaq, 2016). Secara umum gambaran dakwah yang dilakukan dalam perusahaan ini secara eksplisit dalam bentuk kegiatan keagamaan rutin dan wajib, menyediakan media dakwah, menyediakan wadah untuk pengelolaan dana sosial.

Dakwah juga merupakan suatu kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (Islam) kepada obyek (individu, kelompok, atau masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem sosial yang harmonis, damai dan pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat (Ishaq, 2016). Dakwah Islam adalah tugas suci yang dibebankan kepada setiap muslim di mana saja ia berada, sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat (Munir, 2003). Mengingat Islam merupakan sebuah agama dakwah, artinya Islam adalah agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah, bahkan maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya (Nur, 2017). Dengan kata lain, bisa disimpulkan bahwa dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana model dakwah keislaman yang dilakukan oleh sebuah lembaga usaha, dalam hal ini adalah PT. Jatinom Indah. Oleh karena itu, peneliti memberikan judul dalam penelitian ini dengan judul "Analisis Model Dakwah Keislaman Pada Usaha Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Di PT. Jatinom Indah Di Desa Jatinom, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Jawa Timur)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis model dakwah keislaman yang terdapat di PT. Jatinom Indah Kab. Blitar.

Tinjauan Pustaka

1. Dakwah Keislaman

Dakwah (Arab: دعوة, *da'wab*; "ajakan") adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak Islam (Ismatulloh, 2015). Kata dakwah merupakan *masdar* (kata benda) dari kata kerja *da'a yad'u* yang berarti panggilan, seruan atau ajakan. Ilmu dakwah adalah suatu ilmu yang berisi cara dan tuntunan untuk menarik perhatian orang lain supaya menganut, mengikuti, menyetujui atau melaksanakan suatu ideologi, agama, pendapat atau pekerjaan tertentu. Orang yang menyampaikan dakwah disebut "*da'i*" sedangkan yang menjadi objek dakwah disebut "*mad'u*". Setiap Muslim yang menjalankan fungsi dakwah Islam adalah "*da'i*". Tujuan utama dakwah ialah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridai oleh Allah (Zulkarnaini, 2015).

Dakwah adalah tugas kenabian dan kerasulan yang harus diteruskan oleh umat Islam sebagai bagian dari tanggung jawab teologis (*mas'uliyah diniyah*). Sebab dengan dakwah, Islam diharapkan akan dapat berkembang dengan pesat dan baik. Dengan dakwah pula, tatanan masyarakat muslim dapat tertata dengan baik.

Dakwah harus memerankan fungsi *tauhidul ummah* (mempersatukan ummat), *tansiqul ummah* (mensinkronkan gerakan dakwah), *taswiyatul manhaj* (menyamakan persepsi pola keagamaan Ahlussunnah wal Jama'ah), dan *himayatul ummah* (melindungi ummat dari akidah dan pemikiran sesat, muamalat yang haram, dan konsumsi yang haram, termasuk membentengi ummat Islam menghadapi rongrongan dari luar seperti upaya pemurtadan, dan sebagainya).

Esensi dakwah adalah mengingatkan, membimbing dan mengajak manusia untuk: (1) berbuat baik dalam segala hal sesuai dengan tuntunan Allah SWT dan Rasul-Nya; (2) meninggalkan segala hal yang dilarang dan bertentangan dengan tuntunan Allah SWT dan Rasul-Nya; dan (3) mewujudkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai Allah SWT. Memahami esensi dari dakwah sering dimaknai sebagai upaya untuk memberikan solusi Islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, politik, sains, teknologi, dan sebagainya. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara, metode dan konten yang tepat dan pas.

Dakwah harus tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Aktual dalam arti mampu memecahkan masalah kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti kongkrit dan nyata, sedangkan kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang

dihadapi oleh masyarakat. Agar tercapai sasarannya, dakwah harus dilaksanakan dengan memperhatikan *da'i, maddah, wasilah dan manhaj*.

Fenomena yang terjadi saat ini, kebanyakan dakwah dilaksanakan secara kurang terencana dan gencar dilaksanakan hanya berkaitan dengan perayaan hari-hari besar Islam atau bahkan di momen-momen politik. Hal ini pun masih menyisakan masalah seperti kompetensi *da'i*, kurangnya atensi (perhatian) *mad'u* pada materi-materi dakwah yang membuka wawasan umat, materi yang tidak mendalam dan tidak komprehensif, bahkan tidak jarang menonjolkan pencitraan diri atau kelompoknya, pemahaman radikal dan menyerang kelompok lain yang berbeda pemahaman, atau sebaliknya dengan pemahaman liberal yang cenderung permisif serba membolehkan dan menggampangkan. Untuk itu diperlukan sekelompok orang yang secara terus menerus mengkaji, meneliti dan meningkatkan aktivitas dakwah secara profesional.

Dengan menggunakan pemahaman dakwah secara luas ini, maka pengelolaan dakwah tidak lagi cukup dengan dakwah yang dilakukan oleh orang per-orang, tetapi juga dilakukan oleh institusi atau lembaga dakwah. Sekalipun demikian, tetap masih disadari bahwa aktivitas institusi atau lembaga dakwah tidak akan mampu menggarap semua bidang, saluran dan segi-segi dakwah itu keseluruhannya. Setiap institusi atau lembaga dakwah mesti memilih beberapa bidang dan saluran yang dijadikan sebagai program permanen dan garapan rutusnya. Seorang *da'i* dalam melaksanakan dakwahnya harus senantiasa mengedepankan karakter lemah lembut (*layyinah*), sukarela tanpa paksaan (*tathawwu'iyah*), toleran terhadap perbedaan (*tasamuhiyah*) dan menyayangi objek dan sesama pelaku dakwah (*tawaddudiyah wa tarahumiyah*).

2. PT. Jatinom Indah

PT. Jatinom Indah merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang peternakan yakni peternakan ayam petelur. Berdasarkan jenis bisnisnya, PT. Jatinom Indah termasuk ke dalam jenis bisnis agraris. Bisnis agraris merupakan sebuah bisnis atau usaha yang bergerak di bidang pertanian, peternakan dan perhutanan. PT. Jatinom Indah tidak mengkalim bahwa perusahaan ini merupakan usaha yang berbasis syariah namun dalam operasional kegiatan usahanya diselingi dengan hal-hal ataupun kegiatan-kegiatan yang bernilai Islami. Dalam perekrutan karyawannya, PT. Jatinom Indah lebih menekankan pada masyarakat yang beragama muslim namun hal tersebut tidak tercantum dalam standar operasional perusahaan guna menghindari diferensiasi sosial di masyarakat. Selain itu di setiap kantor juga disediakan rak yang berisikan buku-buku tentang keagamaan yang bertujuan agar dapat dibaca oleh para karyawan.

3. Masyarakat

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab *syaraka* yang

berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga-warganya dapat saling berinteraksi. Definisi lain, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu: 1) Interaksi antar warga-warganya, 2). Adat istiadat, 3) Kontinuitas waktu, 4) Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga, 5) terdapat pemimpin, 6) Terdapat stratifikasi sosial (Koentjaraningrat, 2016: 116).

Masyarakat terbentuk oleh beberapa unsur penting di dalamnya. Unsur-unsur masyarakat tersebut pertama adalah sekumpulan orang banyak yaitu sekelompok orang banyak yang berada di suatu tempat tertentu. Adapun karakteristik orang banyak adalah; terbentuk karena adanya suatu pusat perhatian bersama, terjadi tanya-jawab di sekitar objek yang menjadi pusat perhatian, proses terbentuknya membutuhkan waktu lama dan adanya perasaan sebagai satu kesatuan.

Kedua golongan yaitu pengelompokan dilakukan di dalam masyarakat berdasarkan karakteristik yang dimiliki, baik objektif maupun subjektif. Ciri-ciri suatu golongan mencakup terdapat perbedaan status dan peran, terdapat pola interaksi yang beragam, terjadi distribusi hak dan kewajiban masing-masing anggota, terdapat sanksi dan penghargaan. Ketiga yaitu Perkumpulan (Asosiasi) merupakan kesatuan banyak individu yang terbentuk secara sadar dan punya tujuan tertentu yang ingin dicapai. Pembentukan asosiasi dilakukan berdasarkan minat, kepentingan, tujuan, pendidikan, agama, dan profesi.

Keempat adalah kelompok yang merupakan unsur masyarakat yang lebih kecil. Adapun beberapa karakteristiknya adalah sebagai berikut; terdapat struktur, kaidah, dan pola tertentu. terdapat interaksi antar anggota kelompok, adanya kesadaran setiap anggota bahwa mereka adalah bagian dari suatu kelompok, terdapat faktor pengikat, yaitu kepentingan, tujuan, ideologi, nasib, dari setiap anggota.

Metode Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yaitu Kualitatif dengan jenis penelitian diskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Moleong, 2017). Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Lokasi Penelitian yaitu PT. Jatinom Indah Group di Kabupaten Blitar.

Sumber data terdiri atas sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari informan langsung yaitu wawancara langsung pada pemilik perusahaan PT. Jatinom Indah,

karyawan. Sumber data sekunder adalah sumber data pelengkap sebagai tambahan dari sumber data primer, seperti dokumen atau buku yang dapat menambah kelengkapan informasi terkait dengan fokus kajian penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti ialah wawancara semi terstruktur karena model wawancara ini sangat memungkinkan untuk mendapatkan data yang lebih banyak dari yang diharapkan. Metode pengumpulan data selanjutnya adalah dokumentasi berupa dokumen dari perusahaan sebagai data pendukung. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2010: 246).

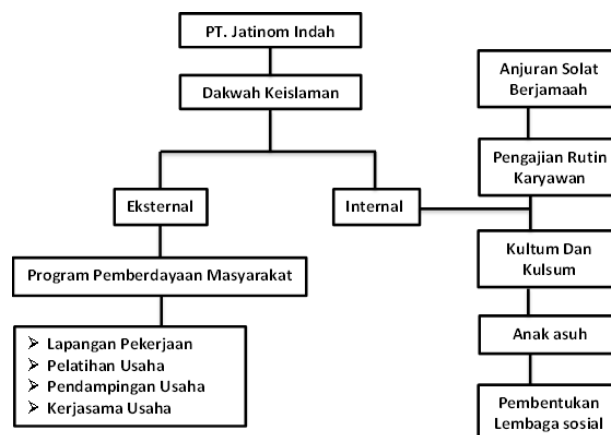
Pembahasan

Analisis Model Dakwah Keislaman pada PT. Jatinom Indah

1. Model Dakwah Keislaman

Kegiatan dakwah yang dijalankan oleh PT. Jatinom Indah dilakukan melalui beberapa bidang, seperti bidang keagamaan, ekonomi, dan pendidikan. Namun juga terbagi dalam konteks eksternal dan internal yang maksudnya ialah dalam kontek eksternal itu ditujukan aspek diluar perusahaan sedangkan internal ditujukan untuk aspek didalam perusahaan. Kegiatan dakwah di bidang agama antara lain dengan mengadakan pengajian rutin untuk karyawan dan kultum dan kulsum setelah solat dhuhur dan pada bulan ramadhan. Dakwah dibidang ekonomi yang dijalankan oleh PT. Jatinom Indah dalam bentuk program pemberdayaan umat. Dakwah dibidang pendidikan yakni perusamaan memiliki anak asuh.

Gambar 1
Model Dakwah Keislaman pada PT. Jatinom Indah



Berikut merupakan penjelasan dari bagan diatas tentang model dakwah pada PT. Jatinom Indah.

a. Eksternal

Eksternal disini merupakan tujuan dari diadakannya program tersebut yang memang ditujukan untuk masyarakat diluar perusahaan. Program yang ditujukan untuk masyarakat ialah program pemberdayaan masyarakat. Program-program pemberdayaan ekonomi masyarakat pada PT. Jatinom Indah dilakukan dengan mengadakan penyerapan tenaga kerja, pelatihan-pelatihan dan pendampingan usaha, kerjasama bisnis.

b. Internal

Internal disini merupakan tujuan dari diadakannya program tersebut yang memang ditujukan untuk kalangan didalam perusahaan seperti karyawan dan para pimpinan sendiri. Ada beberapa program yang memang yang tujuannya untuk kalangan internal perusahaan seperti kriteria penerimaan karyawan, pengajian rutin untuk karyawan, kulturem dan kulsum di bulan Ramadhan, dan mengasuh anak untuk disekolahkan.

1) Pengajian rutin

Kegiatan ini di latar belakang oleh keinginan membekali karyawan yang bekerja di perusahaannya dengan nilai-nilai islam guna menjadikan perusahaan miliknya ini sebagai media dakwah serta meminimalisir terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh karyawan. Pengajian rutin untuk karyawan dilaksanakan setiap satu bulan sekali pada saat jam pulang kerja yakni pada pukul 4 sampai dengan pukul 5 sore dan hukumnya wajib diikuti oleh seluruh karyawan pada PT. Jatinom Indah. Kegiatan ini diadakan di setiap lokasi dan seluruh cabang usaha diadakan di setiap lokasi dan lokasi kantor. Kegiatan ini bekerjasama dengan lembaga agama Muhammadiyah cabang Blitar untuk mendatangkan ustadz sebagai pemateri. Tujuan dari diadakannya pengajian rutin untuk karyawan ini adalah untuk membekali karyawan untuk memberikan pengetahuan tentang ilmu agama pada karyawan dan meningkatkan keimanan karyawan serta membekali karyawan agar amanah dalam bekerja dan meningkatkan etos kerja karyawan serta dapat memaknai pekerjaan sebagai ladang ibadah. PT. Jatinom Indah mempunyai anggaran khusus yang memang dikeluarkan untuk kegiatan ini.

2) Solat tepat waktu berjamaah, kulturem, dan kulsum

Sama halnya dengan kegiatan pengajian, kegiatan ini juga di latarbelakangi oleh keinginan untuk membekali setiap karyawannya dengan nilai-nilai keagamaan dan memberikan jalan pengetahuan agar dalam tindakan sehari-hari bisa dilandasi rasa syukur dan ikhlas. Penyediaan sarana berupa masjid dilingkungan perusahaan, dan untuk kulturem dan kulsum di ikuti oleh seluruh karyawan yang sedang sholat dzuhur berjama'ah. Setiap lokasi kandang dan cabang usaha nantinya harus mengirimkan 2 delegasi karyawan untuk menyampaikan kulturem dan kulsum yang diadakan di masjid perusahaan. Kegiatan ini rutin dilaksanakan setiap hari waktu istirahat shalat dzuhur dan bulan ramadhan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan wadah untuk

karyawan untuk berlatih berdakwah dengan menyampaikan ilmu agama melalui kultum dan kulsum ini.

3) Anak asuh dan pembentukan lembaga sosial

Latar belakang adanya program ini sebenarnya dilakukan bukan atas nama perusahaan melainkan atas keinginan pribadi dan jiwa sosial dari pemilik perusahaan yang sadar akan pentingnya pendidikan serta masih banyaknya anak-anak di sekitar Kabupaten Blitar yang ingin melanjutkan sekolah namun berasal dari keluarga yang kurang mampu. Dakwah di bidang pendidikan ini dilakukan dengan mengangkat anak yang dinilai kurang mampu untuk dirawat dan dibiayai untuk menuntut ilmu hingga selesai.

2. Analisis Model Dakwah Keislaman Secara Teoritik

Berdasarkan gambaran model dakwah yang sudah dijelaskan diatas, peneliti menggunakan beberapa karakteristik dalam dakwah untuk menganalisis bagaimana seluruh kegiatan dakwah yang diterapkan oleh PT. Jatinom Indah. Karakteristik tersebut diantaranya adalah bentuk dakwah, tujuan dakwah dan metode dakwah. Seluruh kegiatan dakwah yang dijalankan oleh PT. Jatinom Indah termasuk ke dalam jenis dakwah yang dilakukan dengan tindakan, lisan atau disebut juga dengan *Dakwah bil Al-Hal*, *dakwah bil lisan*.

Tujuan dakwah dari yang dilakukan oleh PT. Jatinom Indah merupakan tujuan langsung dan tujuan tidak langsung. Tujuan langsung merupakan tujuan dari dakwah yang mengarah langsung kepada Allah, maksudnya adalah mengajak manusia untuk kembali kepada perintah Allah SWT. serta menjauhi larangannya. Hal itu tercermin dengan adanya program dakwah di bidang agama seperti diadakannya pengajian untuk karyawan yang diadakan secara rutin setiap satu bulan sekali dan kultum dan kulsum setiap bulan ramadhan. Untuk tujuan yang tidak langsung ialah membentuk karyawan serta masyarakat yang sadar akan kewajiban dakwah di dalam agama Islam dan melanjutkan kegiatan dakwah-dakwah disetiap bidang pada kehidupan sehari-hari.

Metode yang dilakukan PT. Jatinom Indah dalam menjalankan tujuan dakwahnya dengan menggunakan metode *Dakwah bil Hikmah* dan *Dakwah bil Mawidzab al Hasanah* yakni metode yang menggunakan ajakan lembut, nasihat yang baik dan disertai dengan motivasi.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis terkait model keislaman pada PT. Jatinom Indah, terdapat temuan fakta bahwa PT. Jatinom Indah tidak mengklaim bahwa usaha tersebut merupakan usaha berbasis syariah walaupun memang salah satu tujuan dari usaha tersebut merupakan sebagai media dakwah. Peneliti mengklasifikasikan bahwa dakwah yang dilakukan oleh PT. Jatinom Indah ruang lingkupnya mencakup internal dan eksternal perusahaan. Selain itu, PT. Jatinom Indah juga menjalankan dakwahnya bukan hanya di bidang agama saja melainkan juga di bidang ekonomi dan pendidikan. kegiatan dakwah

tersebut antara lain ialah pemberdayaan ekonomi masyarakat, pengajian rutin untuk karyawan, kultum dan kulsum, program anak asuh, dan pembuatan lembaga sosial.

Daftar Pustaka

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- BPS. (2018). Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2018. *Badan Pusat Statistik*.
- Ishaq, R. el. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. Malang: Madani.
- Ismatulloh, A. M. (2015). Metode Da'wah Dalam al-Qur'an (Studi Penafsiran Hamka terhadap QS. An-Nahl: 125). *Lentera*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21093/lj.v17i2.438>
- Koentjaraningrat. (2016). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Munir, M. (2003). *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nur, D. M. (2017). Metode Dakwah Rasulullah SAW kepada Golongan Non Muslim di Madinah. *Wardah*. <https://doi.org/10.19109/wardah.v18i1.1434>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun'an, M., & Senuk, A. (2015). *Ekonomi Pembangunan Daerah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Veithzal Rivai dkk. (2012). *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wildana Wargadinata. (2011). Islam dan Pengentasan Kemiskinan. *UIN Maliki Press*.
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam Di Era Modern. *Risalah*.
<https://doi.org/10.24014/jdr.v26i3.1271>