

Pengungkapan Identitas Islami Dalam Produk Kuliner Makanan dan Minuman: Motivasi, Atribut, dan Dampaknya Pada Bisnis = Disclosure of Islamic Identity in Food and Beverage Culinary Products : Motivation, Attributes, and Impact on Business

Wulan Yuliawanty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20507599&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini ingin memahami motivasi pebisnis dalam menunjukkan identitas Islami pada bisnisnya, apa yang mereka lakukan untuk menunjukkan identitas Islami-nya pada produk, dampak penyampaian identitas Islami tersebut, dan penelitian ini juga ingin mengetahui adakah nilai Islami yang diterapkan oleh bisnis ketika sebuah bisnis mengungkapkan identitas Islami-nya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif. Adapun data diperoleh dengan metode wawancara, semi terstruktur, serta observasi online dengan 2.310 data media sosial intagram dan visual image sebanyak 20 gambar. Sepuluh bisnis yang diwakili oleh 16 partisipan telah penulis wawancarai dengan total durasi wawancara selama sekitar 18 jam 30 menit dan 17 detik . Hasil penelitian ini menemukan bahwa motivasi pebisnis dalam pengungkapan identitas Islami pada bisnis adalah nilai tauhid yang menjadi pondasi motivasi, serta keinginan untuk memberikan kebermanfaatan. Motivasi ini dituangkan dengan beberapa sarana dengan unggahan pada media sosial, ketersediaan mushala, penyajian konten pada kemasan, anjuran memakai busana muslim, dan penyajian konten pada outlet. Adapun dampak yang dirasakan dari pengungkapan identitas Islami tersebut berupa dampak internal dan dampak eksternal bagi bisnis tersebut.

.....

This research aims to understand motivations, approaches, and impacts of Islamic identity disclosure by ten food and beverage businesses in Indonesia through a qualitative case study. It draws on 16 semi-structured interviews conducted in 18 hours 30 minutes and 17 seconds with founders and managers of the businesses and online observation of 2,310 social media data. Analysis of the data reveals that the fundamental motivation of the businessmen in expressing their Islamic identity is the value of monotheism and their intention to provide benefits for the others. Meanwhile, they discharge the Islamic identity through social media, making prayer rooms, and Islamic ornaments available in their outlets, packaging, and management policy to wear Muslim clothing for their employees. With these initiatives, the businesses obtain relatively positive impacts both internally and externally.