

## Penerepan Fungsi Actuating dalam Manajemen Bisnis Islam pada Kedai Kopi 3 Sisi

Rizki Ardiansyah<sup>1</sup>, Moh Jayyid Abadi<sup>2</sup>, Allifna An Nauroh<sup>3</sup>, Habibah<sup>4</sup>, Mei Nurus Syamsiyah Yulianti<sup>5</sup>✉, Abd Halim<sup>6</sup>, Choirul Anam<sup>7</sup>, Siti Zubaidah<sup>8</sup>

<sup>1-8</sup> Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

### Article Information

Article history:

Accepted: October 2025

Approved: May 2026

Published: Juni 2026

Keywords:

Actuating  
 Manajemen Bisnis Islam  
 Bisnis Islam

### Abstract

*This study aims to analyze the implementation of the actuating function in Islamic business management at Kedai Kopi 3 Sisi. The actuating function, which includes leadership, communication, directing, and motivation, is crucial in mobilizing human resources to work effectively and align with organizational goals. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through participatory observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, comprising data reduction, data presentation, and conclusion verification. The results indicate that Kedai Kopi 3 Sisi consistently applies Islamic business management through financial transparency, adherence to halal products, and integration of religious values in operational practices. The actuating function is implemented through leadership that is both firm and participative, open communication, systematic directing, and motivation that balances material and spiritual incentives. This implementation not only improves service quality and customer satisfaction but also strengthens Islamic values within the SME work culture. This study contributes theoretically to the literature on Islamic business management and provides practical benefits for SMEs in enhancing competitiveness based on sharia principles.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan fungsi actuating dalam manajemen bisnis Islam pada Kedai Kopi 3 Sisi. Fungsi actuating, yang mencakup kepemimpinan, komunikasi, pengarahan, dan motivasi, merupakan kunci untuk menggerakkan sumber daya manusia agar bekerja secara efektif dan selaras dengan tujuan organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Kopi 3 Sisi menerapkan manajemen bisnis Islam secara konsisten melalui transparansi keuangan, kepatuhan terhadap kehalalan produk, dan integrasi nilai religius dalam praktik operasional. Fungsi actuating dijalankan melalui kepemimpinan yang tegas namun partisipatif, komunikasi terbuka, pengarahan yang sistematis, serta motivasi yang seimbang antara insentif material dan spiritual. Implementasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen, tetapi juga memperkuat nilai-nilai Islam dalam budaya kerja UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi literatur manajemen bisnis Islam serta manfaat praktis bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing berbasis nilai syariah.

How to Cite: Ardiansyah, R., Abadi, M. J., Nauroh, A. A., Habibah, H., Yulianti, M. N. S., Halim, A., Anam, C., & Zubaidah, S. Penerapan Fungsi Actuating dalam Manajemen Bisnis Islam pada Kedai Kopi 3 Sisi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 116–124. <https://doi.org/10.33633/jekobs.v5i2.14840>

✉ correspondence address: Mochammad Sulthan Ariq Ramadhan

Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura  
 JL. Raya Telang, Telang Indah, Telang, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur  
 E-mail: [rizkiardiansyah@ gmail.com](mailto:rizkiardiansyah@ gmail.com), [javvidabadi3@ gmail.com](mailto:javvidabadi3@ gmail.com)  
[alifnasurabaya@ gmail.com](mailto:alifnasurabaya@ gmail.com) [habibahsalim93@ gmail.com](mailto:habibahsalim93@ gmail.com) [meinuruss@ gmail.com](mailto:meinuruss@ gmail.com)

ISSN  
 2964-8866 (online)





## PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri kopi di Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif dalam lima tahun terakhir. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa produksi kopi nasional pada tahun 2023 mencapai 760,2 ribu ton, yang menandai peran strategis komoditas kopi dalam mendukung ekonomi nasional (Indonesia-Investments, 2024). Peningkatan produksi tersebut sejalan dengan meningkatnya konsumsi domestik, terutama di kalangan generasi muda yang menjadikan kedai kopi sebagai bagian dari gaya hidup urban. Fenomena ini mendorong semakin maraknya kedai kopi modern di berbagai kota besar, termasuk di Bankalan yang mulai mengikuti tren usaha kopi.

Di sisi lain, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan dominan dalam menopang perekonomian nasional. Kementerian Keuangan Republik Indonesia, (2023) mencatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit usaha, menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta menyerap 96,9% tenaga kerja nasional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM, termasuk kedai kopi, tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja.

Meski demikian, potensi besar tersebut diiringi dengan tantangan yang signifikan. Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) memperkirakan jumlah kedai kopi di Indonesia telah mendekati 10.000 gerai pada tahun 2023, dengan nilai bisnis mencapai Rp 80 triliun per tahun (DetikFinance, 2023). Persaingan yang ketat menuntut pelaku usaha kedai kopi untuk mampu menerapkan manajemen yang efektif, khususnya dalam menggerakkan sumber daya manusia, menjaga kualitas layanan, serta mempertahankan loyalitas konsumen. Pada titik ini, penerapan fungsi manajemen, khususnya actuating, menjadi aspek krusial dalam memastikan keberlangsungan bisnis.

Fungsi actuating dalam manajemen dipahami sebagai kemampuan untuk menggerakkan, mengarahkan, dan memotivasi seluruh elemen organisasi agar bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pemimpin mampu menggerakkan sumber daya yang ada secara produktif (Tambunan, 2018). Dalam konteks bisnis Islam, fungsi actuating tidak hanya dimaknai sebagai upaya mencapai efisiensi dan efektivitas, tetapi juga harus berlandaskan nilai-nilai syariah seperti amanah, keadilan, dan keberkahan (S. S. Ayu & Nawawi, 2024). Integrasi antara nilai Islam dengan praktik manajerial modern inilah yang membedakan manajemen bisnis Islam dengan sistem manajemen konvensional.

Penelitian sebelumnya mengenai fungsi actuating dalam manajemen umumnya fokus pada sektor pendidikan, lembaga sosial, dan institusi publik, dengan penekanan pada penggerakan sumber daya manusia, komunikasi yang efektif, motivasi, pengarahan, dan pengendalian kualitas untuk meningkatkan produktivitas organisasi (Niswah & Setiawan, 2021; Purnama et al., 2020; Putri et al., 2024; I. Subekti, 2021). Sementara itu, studi terkait penerapan actuating dalam bisnis Islam, khususnya UMKM berbasis kedai kopi, masih sangat terbatas. Padahal, kedai kopi memiliki karakteristik yang unik, seperti interaksi langsung dengan konsumen, pengelolaan tenaga kerja yang fleksibel, dan penciptaan pengalaman layanan yang khas, yang menuntut penerapan prinsip-prinsip syariah seperti amanah, keadilan, dan keberkahan dalam praktik manajemen (S. S. Ayu & Nawawi, 2024; Hardati et al., 2025; Maharani et al., 2021; Zikwan & Nahei, 2023). Kondisi ini menimbulkan kesenjangan penelitian yang signifikan dan mendorong perlunya studi yang secara spesifik menelaah penerapan fungsi actuating di Kedai Kopi 3 Sisi, meliputi kepemimpinan, komunikasi, pengarahan, motivasi, dan evaluasi, agar tujuan bisnis dapat tercapai selaras dengan prinsip manajemen bisnis Islam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana fungsi actuating diterapkan dalam manajemen Kedai Kopi 3 Sisi, bagaimana nilai-nilai Islam diintegrasikan dalam praktik manajemen tersebut, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasinya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur manajemen bisnis Islam, sekaligus manfaat praktis bagi pengelola UMKM dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri kedai kopi.

## Tinjauan Pustaka

### Fungsi *Actuating*

Secara teoritis, *actuating* dipandang sebagai fungsi manajemen yang berhubungan dengan bagaimana seorang manajer menggerakkan dan mengarahkan sumber daya manusia untuk mewujudkan rencana yang telah ditetapkan. *Actuating* merupakan tahap implementatif yang menjembatani antara perencanaan dan pencapaian tujuan. Menurut teori manajemen modern, fungsi ini tidak hanya berperan dalam menjalankan instruksi, tetapi juga menekankan aspek motivasi, komunikasi, dan kepemimpinan sebagai faktor pendukung keberhasilan (Robbins & Coulter, 2021).

Dalam perspektif terkini, *actuating* dipandang sebagai inti dari siklus manajemen karena berfokus pada koordinasi perilaku manusia dalam organisasi. *Actuating* menuntut kemampuan seorang pemimpin untuk mempengaruhi, memotivasi, dan mengintegrasikan aktivitas individu maupun kelompok sehingga selaras dengan tujuan organisasi (Wahyudi, 2022). Dengan demikian, teori *actuating* menekankan sinergi antara instruksi formal, motivasi intrinsik-ekstrinsik, serta hubungan *interpersonal*.

### Kepemimpinan (*Leading*)

Teori kepemimpinan berkembang dari pendekatan klasik yang menekankan sifat bawaan pemimpin, menuju pendekatan perilaku dan kontingensi. Dalam konteks manajemen modern, kepemimpinan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memengaruhi, mengarahkan, dan menggerakkan orang lain menuju pencapaian tujuan bersama (Northouse, 2021). Teori kepemimpinan transformasional, misalnya, menekankan pentingnya karisma, visi, serta kemampuan memberi inspirasi untuk meningkatkan motivasi dan kinerja bawahan.

Dalam perspektif bisnis Islam, teori kepemimpinan ditopang oleh konsep amanah, 'adl (keadilan), dan shura (musyawarah). Pemimpin tidak hanya menjadi pengendali arah organisasi, tetapi juga teladan moral dan spiritual. Seperti ditegaskan dalam teori kepemimpinan Islami, seorang pemimpin harus mampu memadukan kemampuan teknis dan manajerial dengan nilai-nilai etika Islam untuk mencapai keberkahan organisasi (S. Ayu & Nawawi, 2024). Dengan demikian, *leading* dalam *actuating* bukan sekadar mengatur, tetapi juga membimbing dengan integritas dan keteladanan.

### Komunikasi (*Communication*)

Secara teoritis, komunikasi dipandang sebagai proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima melalui saluran tertentu, yang diiringi oleh umpan balik (Shannon & Weaver, 2020). Dalam organisasi, komunikasi menjadi instrumen penting untuk menyelaraskan informasi, meminimalisasi kesalahpahaman, serta memperkuat koordinasi kerja. Teori komunikasi organisasi menekankan pentingnya kejelasan pesan, keterbukaan, dan efektivitas saluran informasi dalam menunjang kinerja (Kriyantono, 2021).

Dalam perspektif Islam, teori komunikasi ditekankan pada nilai kejujuran (*shiddiq*), transparansi, dan etika dalam bertutur. Komunikasi tidak hanya bersifat instruktif, tetapi juga relasional, yang membangun rasa percaya antar anggota organisasi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi yang baik adalah syarat mutlak dalam fungsi *actuating*, karena pesan yang tidak jelas akan berdampak pada lemahnya arahan, motivasi, dan koordinasi (M. Subekti, 2021).

### Arahan (*Directing*)

Teori *directing* menjelaskan bagaimana seorang pemimpin atau manajer memberikan petunjuk, instruksi, dan bimbingan agar pelaksanaan kerja sesuai dengan rencana. *Directing* tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga melibatkan koordinasi dan evaluasi yang berkelanjutan (Terry, 2020). Dalam pendekatan modern, *directing* dipahami sebagai seni memengaruhi perilaku manusia melalui instruksi yang jelas, tetapi tetap fleksibel untuk menyesuaikan dengan situasi dan kondisi (A. Kholik, 2023).

*Directing* yang efektif didasari pada teori perilaku organisasi, dimana instruksi harus mampu memperjelas tujuan, mengurangi ambiguitas, serta meningkatkan motivasi karyawan. Dengan demikian, *directing* tidak hanya bersifat teknis, melainkan juga memerlukan keterampilan kepemimpinan dan

komunikasi. Teori ini memperlihatkan hubungan erat antara *directing*, *leading*, dan *motivation* sebagai elemen integral dalam *actuating*.

#### Motivasi (*Motivation*)

Secara teoritis, motivasi diartikan sebagai kekuatan internal maupun eksternal yang mendorong individu untuk berperilaku dan bekerja dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Deci & Ryan, 2021). Teori motivasi klasik seperti *Maslow's Hierarchy of Needs* menekankan kebutuhan bertingkat mulai dari fisiologis hingga aktualisasi diri. Sementara teori motivasi modern, seperti *Self-Determination Theory* (SDT), menekankan pentingnya motivasi intrinsik (autonomi, kompetensi, dan keterhubungan) dalam mendorong kinerja (Deci & Ryan, 2021).

Dalam konteks bisnis Islam, motivasi tidak hanya dipandang dari aspek material, melainkan juga spiritual. Teori motivasi Islami menekankan konsep *niyyah* (niat), ibadah (pengabdian), dan maslahah (kemaslahatan) sebagai pendorong utama perilaku kerja. Dengan demikian, motivasi dalam Islam lebih komprehensif karena menggabungkan kepuasan kerja dengan orientasi keberkahan dan tanggung jawab moral (Niswah & Setiawan, 2021).

#### Bisnis Islam

Teori bisnis Islam berpijak pada konsep syariah yang mengatur aktivitas ekonomi agar terhindar dari riba, *gharar*, dan praktik yang merugikan pihak lain. Prinsip-prinsip utama bisnis Islam meliputi keadilan, kejujuran, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial. Menurut teori ekonomi Islam, tujuan bisnis bukan sekadar profit, tetapi juga falah (kebahagiaan dunia-akhirat) dan keberkahan (Zikwan & Nahei, 2023).

Dalam teori manajemen Islami, bisnis Islam dilihat sebagai integrasi antara aspek material dan spiritual. Hal ini berarti setiap aktivitas manajerial, termasuk *actuating*, harus dilakukan sesuai prinsip syariah dan berorientasi pada nilai keberkahan. Dengan demikian, bisnis Islam menyediakan kerangka teoretis bahwa keberhasilan manajemen tidak diukur hanya oleh pencapaian finansial, tetapi juga sejauh mana organisasi memberikan manfaat sosial dan menjaga integritas etika (Hafid & Munir, 2022).

## METODE PENELITIAN

#### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam penerapan fungsi *actuating* dalam manajemen bisnis Islam pada Kedai Kopi 3 Sisi. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, proses, serta fenomena sosial yang terjadi secara natural, dengan menekankan pemahaman holistik daripada generalisasi statistik (Creswell, 2014)

#### Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kedai Kopi 3 Sisi yang berlokasi di Desa Telang, Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kedai kopi ini merupakan salah satu UMKM yang menerapkan nilai-nilai bisnis Islami dalam praktik manajemennya. Subjek penelitian meliputi pemilik, manajer operasional, serta karyawan yang terlibat langsung dalam aktivitas pengelolaan kedai. Penentuan informan dilakukan dengan purposive sampling, yaitu pemilihan informan yang dianggap paling mengetahui dan memahami fenomena yang diteliti serta mudah dijumpai.

#### Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui tiga teknik utama:

- a. Observasi partisipatif, yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas manajerial di kedai kopi untuk memahami bagaimana fungsi *actuating* dilaksanakan dalam praktik.

- b. Wawancara mendalam, dilakukan kepada pemilik, manajer, dan beberapa karyawan untuk memperoleh informasi mengenai bentuk kepemimpinan, komunikasi, pengarahan, serta motivasi yang diterapkan.
- c. Dokumentasi, berupa pengumpulan data sekunder seperti catatan manajemen, profil usaha, serta publikasi terkait kedai kopi.

#### Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model interaktif dari (Miles et al., 2014) yang meliputi tiga tahap:

- a. Reduksi data, yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, dan pengorganisasian data mentah yang diperoleh dari lapangan.
- b. Penyajian data, berupa penyusunan informasi dalam bentuk narasi, tabel, atau matriks untuk memudahkan penarikan kesimpulan.
- c. Penarikan kesimpulan/verifikasi, yaitu merumuskan temuan penelitian yang sesuai dengan fokus kajian dan memverifikasi data melalui proses triangulasi.

#### Uji Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan memadukan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga menerapkan member check dengan meminta konfirmasi dari informan terkait hasil wawancara yang telah ditranskrip guna memastikan kebenaran data.

## HASIL DAN DISKUSI

### **Integrasi Nilai-Nilai Bisnis Islam dalam Praktik Manajerial Kedai 3 Sisi**

Kedai 3 Sisi merupakan usaha kuliner yang berdiri sejak tahun 2023 di Desa Telang, Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. Dengan mayoritas pelanggan berasal dari kalangan mahasiswa karena dekat dengan Universitas Trunojoyo Madura, kedai ini menawarkan suasana yang sederhana namun kondusif untuk aktivitas sosial seperti diskusi, rapat organisasi, maupun sekadar bersantai. Daya tarik utama kedai terletak pada ragam menu yang ekonomis serta pelayanan yang bersahabat, menjadikannya tempat yang diminati untuk kunjungan berulang.

Bisnis dalam Islam tidak semata berorientasi pada keuntungan materi, melainkan harus mengedepankan keadilan, keberkahan, dan tanggung jawab sosial (Zikwan & Nahei, 2023). Dalam operasionalnya, Kedai 3 Sisi secara konsisten mengadopsi nilai-nilai bisnis Islam sebagai fondasi etika usaha. Hal ini tercermin dari komitmen terhadap prinsip *halalan thayyiban* dalam setiap produk yang disajikan. Seluruh bahan baku diperoleh dari pemasok bersertifikasi halal, dan sebelum kedai beroperasi, dilakukan kontrol kualitas harian guna memastikan kebersihan dan mutu produk tetap terjaga. Produk yang tidak memenuhi standar tidak dijual kepada konsumen, melainkan dikonsumsi oleh staf atau dibuang jika sudah tidak layak.

Nilai-nilai Islam juga diimplementasikan dalam aspek pelayanan, yang menekankan kejujuran, kedisiplinan, dan keramahan. Staf didorong untuk melayani dengan senyum dan sikap sopan, meskipun dalam kondisi pribadi yang kurang ideal. Kedisiplinan dijaga melalui aturan berpakaian, kebersihan lingkungan kerja, serta tanggung jawab individu. Dalam hubungan kerja, manajemen menerapkan sistem pengupahan yang transparan dan adil, serta menyediakan konsumsi harian bagi karyawan sebagai bentuk perhatian terhadap kesejahteraan mereka. Pendekatan ini menunjukkan bahwa Kedai 3 Sisi tidak semata-mata berorientasi pada profit, melainkan juga mengedepankan keberkahan dan keberlanjutan usaha sesuai nilai-nilai syariah.

### **Implementasi Fungsi Actuating dalam Manajemen Kedai 3 Sisi**

Fungsi actuating di Kedai Kopi 3 Sisi dijalankan dengan kombinasi pengawasan administratif, pengarahan teknis, evaluasi rutin, dan kontrol kualitas yang berkesinambungan. Pengawasan dilakukan

dengan memastikan setiap pengeluaran usaha tercatat dalam laporan keuangan bulanan. Evaluasi dilakukan secara berkala, tidak hanya untuk menilai pencapaian keuangan tetapi juga untuk meninjau kepuasan konsumen melalui masukan yang diperoleh dari media sosial. Dalam hal kontrol kualitas, manajemen kedai menekankan aspek kebersihan, kedisiplinan, serta keramahan pelayanan, sehingga standar mutu kedai selalu terjaga.

*Actuating* merupakan pilar produktivitas, karena berfungsi menjembatani rencana dengan pelaksanaan melalui penggerakan sumber daya manusia (Tambunan, 2018). Kedai Kopi 3 Sisi memperlihatkan penerapan prinsip ini, di mana pengawasan rutin memastikan rencana manajerial berjalan, sementara pengarahan dan evaluasi menjamin standar operasional tetap konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berstatus UMKM, mekanisme manajerial yang dijalankan tidak kalah sistematis dibandingkan organisasi berskala besar.

#### 1. Motivasi (*Motivating*)

Motivasi memiliki peran penting dalam membentuk kedisiplinan dan meningkatkan produktivitas (Niswah & Setiawan, 2021). Dalam perspektif Islam, motivasi tidak hanya dipandang dari sisi material, tetapi juga spiritual, yakni kesadaran bahwa bekerja merupakan ibadah. Manajemen Kedai 3 Sisi tidak hanya mengandalkan insentif finansial seperti gaji dan bonus untuk memotivasi karyawan, tetapi juga menanamkan kesadaran spiritual bahwa bekerja merupakan bagian dari ibadah. Pemilik kedai secara aktif membangun pemahaman bahwa fluktuasi pendapatan adalah bagian dari dinamika usaha yang harus disikapi dengan ikhlas. Ketika terjadi penurunan omzet, staf diberikan pemahaman bahwa kondisi tersebut bersifat temporer dan akan berganti dengan masa ramai. Untuk menjaga semangat kerja, manajer juga mengadakan kegiatan rekreasi bersama pada akhir bulan, sehingga tercipta suasana kerja yang harmonis dan menyenangkan. Dengan demikian, motivasi kerja di kedai ini bersifat holistik, mencakup aspek material, moral, dan spiritual.

#### 2. Pengarahan (*Directing*)

Fungsi arahan di Kedai Kopi 3 Sisi dijalankan secara sistematis dengan meliputi pembagian tugas, penetapan standar berpakaian, serta aturan pelayanan ramah. Manajer juga menekankan kebersihan kedai sebagai bentuk kedisiplinan kerja. Arahan ini diberikan secara rutin, baik dalam bentuk instruksi harian maupun evaluasi bulanan. Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, karyawan mampu bekerja sesuai tanggung jawab masing-masing. *Directing* yang baik meningkatkan efektivitas organisasi karena memastikan bahwa setiap individu memahami perannya dengan jelas (K. Kholik, 2023). Hal ini terlihat di Kedai Kopi 3 Sisi, di mana arahan tidak hanya menjaga keteraturan, tetapi juga membentuk budaya kerja yang profesional. Dalam perspektif Islam, hal ini mencerminkan prinsip ihsan, yaitu bekerja dengan kesungguhan dan memberikan hasil terbaik.

Analisis kritis menunjukkan bahwa arahan yang konsisten di kedai ini menjadi kunci terciptanya kualitas pelayanan yang stabil. Jika banyak UMKM masih mengandalkan spontanitas dalam mengatur pekerjaan, Kedai Kopi 3 Sisi justru memperlihatkan keseriusan dalam membangun sistem arahan yang berkelanjutan. Hal ini membuktikan bahwa standar kerja Islami dapat diterapkan bahkan dalam skala usaha kecil.

#### 3. Komunikasi (*Communicating*)

Prinsip komunikasi Islami harus berbasis pada keterbukaan dan kebenaran. Hal ini sejalan dengan praktik yang diterapkan kedai 3 Sisi menerapkan komunikasi dua arah yang terbuka dan bersifat kekeluargaan antara manajer dan staf (I. Subekti, 2021). Setiap kendala operasional dibahas bersama untuk mencari solusi terbaik. Transparansi dalam laporan keuangan juga dijaga, sehingga seluruh staf memahami kondisi keuangan kedai secara jelas. Di sisi eksternal, komunikasi dengan konsumen dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang digunakan untuk menerima kritik, saran, dan masukan sebagai bahan evaluasi bulanan. Praktik ini sejalan dengan prinsip *syura* (musyawarah) dan keterbukaan informasi dalam Islam.

Komunikasi antara pemilik Kedai 3 Sisi yang berdomisili di Yogyakarta dengan manajer dan staff di lokasi usaha berlangsung secara rutin dan terstruktur. Melalui pemantauan CCTV serta diskusi mingguan, khususnya saat penyampaian laporan keuangan, pemilik tetap aktif dalam proses pengawasan dan pengambilan keputusan. Pola komunikasi ini mencerminkan komitmen terhadap transparansi dan koordinasi yang berkesinambungan, sehingga hubungan antara pemilik, manajemen, dan staf terjalin secara harmonis dalam mendukung kelangsungan operasional kedai.

#### 4. Kepemimpinan (*Leading*)

Kepemimpinan Islami bukan hanya soal otoritas formal, tetapi juga mencakup sifat adil, jujur, dan mampu menjadi teladan (S. S. Ayu & Nawawi, 2024). Jika dikaitkan dengan kepemimpinan di Kedai 3 Sisi ditunjukkan melalui keteladanan manajer dalam menjalankan aktivitas operasional. Manajer tidak hanya memberi instruksi, tetapi juga turut serta dalam kegiatan kedai, terutama saat kondisi ramai. Kepatuhan terhadap ibadah juga dijaga dengan menyediakan akses ke tempat salat, sehingga karyawan dapat menjalankan kewajiban agama tanpa hambatan. Model kepemimpinan ini mencerminkan prinsip *uswah hasanah*, di mana pemimpin menjadi teladan dalam etika kerja, kedisiplinan, dan spiritualitas.

Selain itu, pemilik kedai menerapkan pengawasan jarak jauh melalui CCTV untuk memastikan standar operasional tetap terjaga. Secara berkala, pemilik melakukan kunjungan langsung setiap dua bulan untuk berdiskusi dengan manajer dan mempererat hubungan dengan staff. Pendekatan ini menunjukkan sinergi antara pengawasan langsung dan tidak langsung, serta integrasi antara manajemen modern dan nilai-nilai Islam dalam kepemimpinan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kedai Kopi 3 Sisi telah menerapkan fungsi *actuating* dalam manajemen bisnis Islam secara konsisten dan menyeluruh. Penerapan fungsi ini mencakup kepemimpinan, komunikasi, pengarahan (*directing*), dan motivasi, yang dijalankan dengan pendekatan yang seimbang antara ketegasan, partisipasi, dan nilai-nilai Islami. Kepemimpinan di kedai ini tidak hanya menekankan disiplin dan aturan, tetapi juga menampilkan teladan bagi karyawan melalui keterlibatan langsung dalam operasional sehari-hari. Komunikasi berjalan secara terbuka dan partisipatif, menciptakan iklim kerja harmonis, sementara pengarahan diberikan secara sistematis melalui pembagian tugas dan standar operasional yang jelas. Motivasi karyawan diterapkan melalui kombinasi insentif finansial dan non-finansial, sekaligus menekankan nilai keberkahan dalam bekerja.

Praktik manajerial ini terintegrasi dengan prinsip bisnis Islam, termasuk amanah, keadilan, dan keberkahan usaha. Transparansi keuangan, kepatuhan terhadap kehalalan produk, serta penyediaan ruang ibadah menjadi bukti nyata internalisasi nilai syariah. Sponsorship kepada mahasiswa dan keterlibatan sosial menegaskan komitmen kedai terhadap tanggung jawab sosial dan kemaslahatan masyarakat. Dengan demikian, Kedai Kopi 3 Sisi tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan loyalitas karyawan melalui praktik bisnis yang beretika dan Islami.

Dampak penerapan fungsi *actuating* terlihat pada peningkatan kualitas pelayanan, disiplin kerja karyawan, serta keberlangsungan operasional kedai. Karyawan termotivasi untuk bekerja produktif dan bertanggung jawab, sedangkan konsumen mendapatkan layanan yang konsisten dan berkualitas. Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai implementasi fungsi *actuating* dalam UMKM berbasis bisnis Islam, sekaligus menunjukkan bahwa prinsip manajemen modern dapat diintegrasikan dengan nilai syariah secara efektif. Kedai Kopi 3 Sisi menjadi contoh nyata bahwa UMKM dapat menjalankan bisnis Islami yang profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan Kedai Kopi 3 Sisi adalah:

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia, Meningkatkan pelatihan dan pembinaan karyawan secara rutin, termasuk aspek pelayanan, komunikasi, dan manajemen waktu, agar kompetensi tim semakin meningkat.

2. Peningkatan Sistem Monitoring, Memperkuat pengawasan dan evaluasi melalui sistem manajemen berbasis digital, seperti aplikasi pencatatan penjualan, inventaris, dan feedback konsumen, untuk memastikan kualitas layanan tetap konsisten.
3. Penguatan Kepemimpinan dan Motivasi, Pemimpin kedai dapat terus menyeimbangkan antara ketegasan dan teladan, serta mengembangkan program motivasi non-finansial yang lebih kreatif untuk meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan.
4. Pengembangan Bisnis Berbasis Nilai Islami, Memperluas praktik bisnis Islami, misalnya melalui program CSR, kolaborasi dengan komunitas lokal, atau inovasi produk halal, sehingga kedai semakin dikenal sebagai usaha yang amanah, berkeadilan, dan berkelanjutan.
5. Strategi Pemasaran dan Branding, Memanfaatkan platform digital dan media sosial secara optimal untuk meningkatkan jangkauan konsumen, sambil menekankan nilai-nilai Islami sebagai diferensiasi unik kedai kopi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, S., & Nawawi, M. (2024). Islamic leadership in business management: Principles of amanah and justice in organizational governance. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 6(1), 45–57. <https://doi.org/10.18860/jmbi.v6i1.19421>
- Ayu, S. S., & Nawawi, Z. M. (2024). Penerapan planning, organizing, actuating, and controlling (POAC) dalam manajemen bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 51–68. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/1733/1380>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). SAGE Publications. [https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod\\_resource/content/1/creswell.pdf](https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf)
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2021). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness* (2nd ed.). Guilford Press.
- DetikFinance. (2023, April 25). Bisnis kedai kopi di Indonesia tembus Rp 80 triliun per tahun. *DetikFinance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7049897>
- Hafid, A., & Munir, M. (2022). The role of sharia business management in achieving sustainable organizational goals. *Islamic Economics Journal*, 14(2), 101–115. <https://doi.org/10.22373/iej.v14i2.13141>
- Hardati, R. N., Trianti, K., Widayawati, E., & Anastuti, K. U. (2025). Optimalisasi keuangan UMKM rumput laut melalui pendampingan berbasis planning, organizing, actuating, controlling. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 887–897. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara/article/view/6168/pdf>
- Indonesia-Investments. (2024). *Statistik kopi Indonesia 2023*. <https://www.indonesia-investments.com/id/finance/financial-columns/kopi/item9483>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/peran-umkm/>
- Kholik, A. (2023). Directing function in organizational management: A review from leadership and evaluation perspectives. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 33–42. <https://doi.org/10.26740/jam.v12i1.13521>
- Kholik, K. (2023). Strategi Pengelolaan Persampahan Melalui Fungsi Actuating Sebagai Upaya Mewujudkan Lingkungan Bersih Di Dinas Lingkungan Hidup Kota Binjai. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(12), 2009–2015. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/view/4599>
- Kriyantono, R. (2021). *Komunikasi organisasi: Teori, strategi, dan praktik di era digital*. Prenada Media.
- Maharani, S., Harianto, S., & Mawaddah, N. (2021). Implementasi fungsi actuating pada pendayagunaan dana zakat dan infak di LAZISMU Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*

- (3rd ed.). SAGE Publications. <https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2024/01/Qualitative-Data-Analysis.pdf>
- Niswah, U., & Setiawan, M. R. (2021). Implementasi fungsi actuating dalam pembinaan santri di Pondok Pesantren. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 9(1).  
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd/article/view/24037>
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). SAGE Publications.
- Purnama, A., Badaruddin, K., & Febriyanti, F. (2020). Fungsi Actuating Dalam Layanan Perpustakaan di SMA Islam Terpadu Kota Palembang. *Studia Manageria*, 2(2), 111–128.  
<https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/studiamanageria/article/view/4626/3450>
- Putri, R. A., Khoriroh, F., Aspandi, A., & Bachtiar, M. (2024). Implementasi actuating prinsip-prinsip manajemen pendidikan Islam dalam perspektif hadis di SMP Karya Pertiwi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(20), 748–756. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9961/7143>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th ed.). Pearson.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (2020). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Subekti, I. (2021). Prinsip actuating Islam dan implementasi dalam manajemen pendidikan. *PERADA*, 4(1), 57–64. <https://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/perada/article/view/283/242>
- Subekti, M. (2021). Prinsip komunikasi Islami dalam manajemen organisasi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 201–215. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.201-215>
- Tambunan, Y. S. (2018). Actuating Sebagai Penyokong Produktivitas Kerja PT. PLN (Persero) Pembangkitan Sumatera Bagian Utara Sektor Pembangkitan Pandan. *ECo-Buss*, 1(1), 37–43.  
<https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/13/10>
- Terry, G. R. (2020). *Principles of management*. McGraw-Hill.
- Wahyudi, A. (2022). Actuating as the core of management functions: A theoretical review. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 20(1), 12–25. <https://doi.org/10.23917/jim.v20i1.17543>
- Zikwan, M., & Nahei, N. (2023). Bisnis dalam Islam: Implementasi prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas ekonomi bisnis. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 121–131.  
<https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/idarah/article/view/3518/1899>