

**STUDI FENOMENA PERUBAHAN STATUS SOSIAL SEORANG WIRAUSAHAWAN
ANDREWARNA ADVERTISING**

SKRIPSI



Oleh :

RAFLY ALFARIZI

NIM : 20211221109

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2025

**STUDI FENOMENA PERUBAHAN STATUS SOSIAL SEORANG WIRUSAHAWAN
ANDREWARNA ADVERTISING**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**Oleh :
RAFLY ALFARIZI
NIM : 20211221109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2025

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rafly Alfarizi

NIM 20211221109

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : "Studi Fenomenomena Perubahan Status Sosial Seorang Wirausahawan Andrewarna Advertising"

Dengan ini saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya ajukan merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan dan ringkasan yang telah saya cantumkan sumbernya. Jika terdapat kesalahan atau kekeliruan dalam skripsi ini, saya sepenuhnya bertanggung jawab atas hal tersebut.

Dengan demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 19 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Rafly Alfarizi
NIM: 20211221109

LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI

STUDI FENOMENA PERUBAHAN STATUS SOSIAL SEORANG WIRAUSAHAWAN

ANDREWARNA ADVERTISING

DI ANDREWARNA ADVERTISING

Diajukan Oleh: RAFLY ALFARIZI

NIM.20211221109

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh;

Dosen pembimbing

1. Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST.,M.M.

2. Fauzie Senoaji, S.E.,M.SEI,CHRA

Tandatangan Tanggal


.....


.....

Mengetahui

Dekan



Dr. Mochamad Mochklas, M.M.

Ketua Program Studi



Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST.,M.M.

PENGESAHAN PANTITA PENGUJI

STUDI FENOMENA PERUBAHAN STATUS SOSIAL SEORANG WIRAUSAHAWAN

ANDREWARNA ADVERTISING

Nama: Rafly Alfarizi

NIM: 20211221109

**Program Studi: Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Kamis / 29 Januari 2025

Pukul : 13.00 WIB sampai dengan 13.30 WIB

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



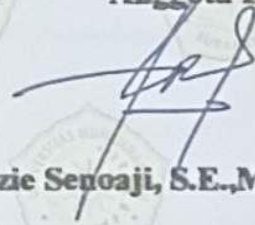
Dr. Mochammad Mochklas, S.SI., M.M

Anggota I



Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST., M.M

Anggota II



Fauzie Senoaji, S.E., M.SEI, CHRA

Mengetahui,

Dekan



Dr. Mochammad Mochklas, S.SI., M.M

Ketua



Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST., M.M

Studi Fenomena Perubahan Status Sosial Seorang Wirausahawan Andrewarna
Advertising

Rafly Alfarizi

Prodi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail:rafly.alfarizi-2021@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam fenomena perubahan status sosial (mobilitas sosial) seorang wirausahawan perintis dan bagaimana rangkaian pengalaman hidup tersebut membentuk filosofi manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang unik di Andrewarna Advertising. Fokus utama penelitian ini adalah memahami proses pemaknaan subjek terhadap fase kejatuhan (*social sinking*) akibat kegagalan masa lalu hingga proses bangkit kembali (*social ascending*) menjadi pemilik usaha yang sukses. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci (Bapak Andrianto), observasi, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data mengikuti model spiral Creswell yang meliputi identifikasi pernyataan signifikan, pengelompokan makna (*clustering meanings*), serta penyusunan deskripsi tekstural dan struktural untuk mengungkap esensi pengalaman subjek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman traumatis berupa kebangkrutan dan kehilangan aset di masa lalu menjadi fondasi utama pembentukan filosofi MSDM yang berbasis karakter. Subjek menggeser paradigma manajemen konvensional dengan memprioritaskan kejujuran sebagai variabel statis dalam rekrutmen, sementara keterampilan teknis dipandang sebagai variabel dinamis yang dapat dilatih (*growth mindset*). Selain itu, ditemukan adanya pergeseran makna kinerja dari sekadar orientasi materi menuju orientasi transendental (*Beruf*), di mana bisnis dimaknai sebagai jalan ibadah yang mengedepankan nilai-nilai etika Islam dan tanggung jawab moral (eskatologis). Ketangguhan mental subjek dalam menghadapi mobilitas sosial turun didorong oleh dukungan internal keluarga (*family resilience*) dan internalisasi nilai-nilai agama yang kuat.

Kata Kunci: Fenomenologi, Mobilitas Sosial, Wirausaha, Filosofi Manajemen SDM, Etika Kerja Islam.

A Phenomenological Study of Changing Social Status in an Andrewarna Advertising
Entrepreneur

Rafly Alfarizi

Prodi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail:rafly.alfarizi-2021@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

This study aimed to describe and in-depth analysis of the phenomenon of changing social status (social mobility) in a pioneering entrepreneur and how these life experiences shape the unique Human Resources Management (HRM) philosophy at Andrewarna Advertising. The main focus of this study was to understand the subject's process of interpreting the phase of falling (social sinking) due to past failures, and then the process of rising (social ascending) to become a successful business owner. The method was a qualitative with a phenomenological approach. The data were collected through in-depth interviews with a key informant (Mr. Andrianto), observation, and documentation study. The data analysis techniques followed Creswell's spiral model, which included identifying significant statements, clustering meanings, and compiling textural and structural descriptions to uncover the essence of the subject's experiences. The results indicated that traumatic experiences such as bankruptcy and loss of assets in the past served as the primary foundation for the formation of a character-based HRM philosophy. The subjects shifted the conventional management paradigm by prioritizing honesty as a static variable in recruitment, while technical skills were viewed as a dynamic variable that could be trained (growth mindset). Furthermore, a shift in the meaning of performance was found from a purely material orientation to a transcendental orientation (*Beruf*), where business was interpreted as a path of worship that prioritized Islamic ethical values and moral responsibility (eschatological). The subjects' mental resilience in facing downward social mobility was driven by internal family support (family resilience) and strong internalization of religious values.

Keywords: Phenomenology, Social Mobility, Entrepreneurship, Human Resource Management Philosophy, Islamic Work Ethics.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur tak henti penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Studi Fenomena Perubahan Status Sosial Seorang Wirausahawan Andrewarna Advertising” penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena masih terdapat beberapa kesalahan. Hal ini karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membangun untuk pengembangan selanjutnya. Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut yaitu:

1. Prof. Dr. Mudakir S.Kep., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan selama penulisan skripsi.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya sekaligus penguji yang telah memberi arahan dan bimbingan serta saran yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST.M.M selaku Kaprodi FEB dan dosen pembimbing 1 yang telah memberikan masukan-masukan, saran dan ilmu yang bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
4. Fauzie Senoajie, SE.M.SEI,CHRA selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan, saran dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu dan bantuannya serta dorongannya selama perkuliahan.
6. Terimakasih sebesar-besarnya Pak Akbarudin selaku manajer Andrewarna Advertising yang telah menghubungkan dan mempertemukan saya dengan pemilik Andrewarna Advertising.
7. Terimakasih sebesar-besarnya kepada Pak Andrianto selaku pemilik Andrewarna Advertising yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan terimakasih telah meluangkan waktunya untuk bisa diwawancarai.
8. Terimakasih sevesar-besarnya kepada Ibu dan Bapak saya yang sudah mensupport saya dalam wujud dukungan dan finansial.
9. Terimakasih sebesar-besarnya terhadap keluarga, saya tekhusus saudara saya yang telah memberikan arahan dan motivasi untuk mengerjakan skripsi.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan yang sudah mensupport saya, Dimastiar, dan Capriyan Terimakasih atas semangat yang selalu berikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk Saya sendiri, Rafly Alfarizi Terimakasih telah berjuang hingga berada di titik ini, bisa mengendalikan diri dari berbagai tekanan, yang ada serta terus semangat dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik mungkin dan secepat mungkin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGUKUHAN PANTITA PENGUJI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Keterbaruan	39
D. Kerangka Konseptual.....	40
E. Model Analisis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan Penelitian	43
B. Subjek Penelitian	44
C. Lokasi Penelitian.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Teknik Pengolahan Data	47
F. Teknik Analisis Data	48
G. Teknik Keabsahan Data.....	49
BAB IV PEMBAHASAN	52
4.1. Sejarah Singkat Andrewarna Advertising	52
4.2. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....	73

5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Analisis SWOT	31
Gambar 2.2 Kerangka konseptual.....	41
Gambar 2.3 Model Analisis	42
Gambar 4.1 Sturktur Organisasi Perusahaan	46