

**STRATEGI BISNIS PELAKU USAHA CAFE DI BUKIT CINTA  
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS JALAN  
JABAL NUR KELURAHAN TALISE KOTA PALU)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana [S.E ] pada Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

**Oleh:**

**FITRI SUSIANTI**  
**NIM.19.5.12.0165**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU  
2023**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI BISNIS PELAKU USAHA CAFE DI BUKIT CINTA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS JALAN JABAL NUR KELURAHAN TALISE KOTA PALU)”** ini benar adalah karya dari penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 07 Agustus 2023M  
20 Muharram 1445 H

**Penulis**

**FITRI SUSIANTI**  
**NIM: 19.5.12.0165**

**DATOKARAWA**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini yang berjudul “**Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe Di Bukit Cinta Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus jalan jabal nur kelurahan talise kota palu)**” atas nama Fitri Susianti (19.5.12.0165) Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu , setelah dengan seksama mengoreksi Skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat di ujikan.

Palu, 07 Agustus 2023 M  
20 Muharram 1445 H

**PEMBIMBING I**

**PEMBIMBING II**

**Dr.Ubay, S.Ag.,M.S.I.**  
NIP.19700720 199903 1 088

**Rabaniyah Istiqamah.S.Pd.,M.Pd**  
NIDN.2028119103

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari FITRI SUSIANTI, NIM : 19.5.12.0165 dengan judul “Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe Di Bukit Cinta Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus jalan jabal nur kelurahan talise kota palu)” yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal Jumat, 18 agustus 2023 M. yang bertepatan dengan tanggal 1 Shaffar 1445 H. dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu . Agustus 2023 M  
Shaffar 1445 H

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Irham Pakawaru, S.E., MSA., Ak.	
Pembimbing 1	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Pembimbing 2	Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd	
Munaqisy 1	Abdul Jalil, M.M.	
Munaqisy 2	Moh. Anwar Zainuddin, S.E.I., M.E.Sy	

Mengetahui :

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua  
Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I  
NIP. 19650505 199903 2 002

NUR SYAMSU, S.HI., M.SI  
NIDN. 2007058601

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Rasulullah terakhir yang diutus dengan membawa syariat yang mudah, penuh rahmat, dan yang telah membawa peradaban dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe Di Bukit Cinta Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus jalan jabal nur kelurahan talise kota palu)”**.

Alhamdulillah skripsi ini telah selesai, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Penulis mengucapkan dengan penuh rasa syukur, banyak terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis (Bapak Sarman dan Ibu Rosnani) yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor UIN Datokarama Palu, bapak Prof. Dr. H Abidin Djafar, M.Ag., Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga, bapak Dr. H Kamarudin, M.Ag, Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, perencanaan dan keuangan, bapak Dr. Mohamad Idhan S.Ag., M.Ag,

Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Dan Kerjasama, beserta segenap jajarannya yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya guna meningkatkan kualitas UIN Datokarama Palu yang berada dibawah kepemimpinannya

3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan, ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, bapak Drs. Saprudin, M.H.I selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan, bapak Dr. Malkan, M.Ag Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Alumni, dan Kerjasama
4. Bapak Nursyamsyu, S.HI., M.SI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Palu, Bapak Noval, M.M Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Ibu Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd. selaku dosen penasehat akademik dan dosen pembimbing II saya yang dengan ikhlas telah membimbing dan membentuk kepribadian penulis.
6. Bapak Dr. Ubay, S.Ag.,M.S.I. selaku pembimbing I saya yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Kepala perpustakaan Bapak Rifai, S.E., M.M Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang telah memberikan pelayanan, pengarahan, dan memberikan pelayanan dengan baik selama Penulis mencari materi referensi sebagai bahan skripsi hingga menjadi sebuah karya ilmiah.
8. seluruh staf perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Bapak Rasyid Ridha M, S.Ag.,M.Pd.I., Bapak Abu Bakar, S.Sos., M.M., Ibu Drs. Mahani, M.Pd.I., Ibu Munira, S.Pd.I., dan Bapak Ikram, S.Pd. yang telah memberikan pelayanan selama Penulis mencari materi referensi sebagai bahan skripsi hingga menjadi sebuah karya ilmiah.
9. Seluruh bapak dan Ibu Dosen dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu khususnya Bapak dan Ibu dosen yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada Penulis selama kuliah. Seluruh staf Penasehat Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada Penulis selama kuliah.

10. Segenap Pedagang di cafe bukit cinta yang telah memberikan partisipasi dan bersedia meluangkan waktu kepada penulis guna melancarkan dan mesukseskan penelitian
11. Teruntuk Kakakku yang penulis sangat cintai, yaitu Selviana dan kakakku Zulfiani, serta seluruh keluarga yang penulis cintai yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya. Penulis menyampaikan terimakasih atas dukungan, motivasi, serta doa yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah 5 angkatan 2019 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat teristimewa (Silviana, Rini safitri dan Mahira indah) yang telah banyak memberi dukungan dan selalu memberi motivasi dimasa-masa sulit bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karuniaNya dengan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terduga oleh Allah SWT. Maka kepada Allah SWT jualah kita berserah diri dan meminta pertolongan, seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya untuk kita semua. Amin Yarabbal Alamin.

Palu, Agustus 2023 M  
Shaffar 1445 H

**Penulis**

**FITRI SUSIANTI**  
**NIM: 19.5.12.0165**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Penegasan Istilah .....	4
F. Garis-Garis Besar Isi .....	5
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kajian Teori.....	9
1. Strategi Binis .....	9
2. Pelaku usaha .....	17
3. SWOT .....	20
4. Etika bisnis dalam perspektif islam .....	22



<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis penelitian.....	53
	B. Lokasi Penelitian.....	54
	C. Kehadiran peneliti.....	55
	D. Data dan sumber data.....	55
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
	F. Teknik Analisis Data .....	59
	G. Pengecekan Keabsahan Data .....	60
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Gambaran Umum Penelitian.....	62
	B. Hasil Dan Pembahasan .....	64
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	84
	B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		



**DATOKARAMA**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b>	: Penelitian Terdahulu .....	7
<b>Tabel 4.1</b>	: Daftar Pemilik Cafe Bukit Cinta.....	63
<b>Tabel 4.2</b>	: Daftar Menu dan Harga Cafe Bukit Cinta.....	67



## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2.1** : Kerangka Pemikiran..... 52



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I** : Lembar Pengajuan Judul  
**Lampiran II** : Kartu Bimbingan Skripsi  
**Lampiran III** : Pedoman Wawancara  
**Lampiran IV** : Dokumentasi Penelitian  
**Lampiran V** : Daftar Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Nama Penulis** : Fitri Susianti  
**NIM** : 19.5.12.0165  
**Judul Skripsi** : **Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe Di Bukit Cinta Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus jalan jabal nur kelurahan talise kota palu)**

---

Bisnis cafe saat ini semakin berkembang ditengah masyarakat, dimana cafe kini telah bertransformasi menjadi bagian dari kebiasaan ataupun bagian dari suatu gaya hidup kelompok individu. Di Kota Palu, perkembangan bisnis Cafe semakin meningkat pesat. Persaingan antara pelaku bisnis cafe pun tidak dapat dihindari, salah satu bentuk persaingan adalah dalam bentuk penggunaan strateginya seperti Produk, Pelayanan, Tempat, Harga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik cafe di Bukit Cinta. Bentuk persaingan bisnis yang dilakukan oleh pemilik cafe di Bukit Cinta. Penerapan etika bisnis Islam pada pemilik cafe di Bukit Cinta. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengamatan lingkungan menggunakan metode SWOT dimana organisasi mengamati lingkungan internal dan eksternal dari segi *strenghts* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (kesempatan), dan *threaths* (tantangan). Setelah melakukan pengamatan lingkungan dengan menggunakan analisis SWOT dapat di simpulkan mengenai produk pemilik Cafe memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki baik dalam hal positif maupun negatif selanjutnya hal tersebut dapat digunakan dalam melakukan penyusunan strategi. Persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan. yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, dan prinsip keadilan.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### ***A. Latar Belakang***

Perkembangan dalam dunia bisnis saat ini terjadi begitu cepat sehingga menimbulkan persaingan yang juga semakin ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan. sehingga tujuan dari pembisnis tersebut dapat tercapai.<sup>1</sup>

Usaha Kecil Menengah (UKM) berperan penting dalam memajukan kesejahteraan ekonomi suatu daerah, bahkan sangat berpengaruh untuk memajukan ekonomi nasional. Kemajuan ekonomi nasional dapat dibuktikan dengan angka Produk Domestik Bruto (PDB). Semakin meningkat angka pertumbuhan UKM di Indonesia maka ekonomi Indonesia akan mengalami peningkatan. Ketika terjadi masa krisis keuangan (moneter) pada tahun 1997, sektor UKM memberikan pengaruh yang besar pada pertahanan ekonomi Indonesia pada saat itu, di mana banyak perusahaan besar mengalami krisis, tetapi Indonesia masih bisa tetap bertahan, karena adanya daya dukung kekuatan UKM pada saat itu.

Dengan semakin banyaknya muncul pelaku UKM baru, maka dapat membuka kesempatan lapangan pekerjaan baru yang dapat menyerap tenaga kerja produktif,

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Cetakan keenam) (Bandung: Alfabeta, 2004),176

sehingga mengurangi angka pengangguran. UKM berkontribusi terhadap pendapatan daerah maupun tingkat nasional. Bertumbuhnya angka UKM di suatu daerah, akan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan ekonomi rakyat.<sup>2</sup>

Pada saat ini, pertumbuhan UKM dan kinerja UKM di masing-masing daerah masih dirasa cukup lemah, sehingga tidak sedikit adanya UKM yang tidak mampu lagi untuk bertahan di era persaingan yang semakin ketat, akibat pengaruh globalisasi ekonomi dari revolusi industry.

Kota Palu merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing yang kuat melalui produk-produk khas unggulan daerah terbaiknya. Pemerintah Kota Palu melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM terus berupaya mengoptimalkan potensi daerah melalui pembinaan industry kecil dan menengah (IKM) melalui produk-produk unggulan khas daerah terbaiknya, agar dapat terus tumbuh dan berkembang menjadi kegiatan usaha yang menguntungkan, sehingga dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pertumbuhan dan peranan kinerja UKM di suatu daerah dan suatu negara, dapat ditunjukkan dengan jumlah pertumbuhan unit usaha dan jumlah pengusaha, serta besarnya kontribusi terhadap pendapatan nasional, dan penyediaan lapangan kerja baru salah satu UKM yang berada di kota palu khususnya di cafe bukit cinta yang terletak di pusat kota merupakan tempat strategis membangun usaha untuk meningkatkan pendapatan daerah.

---

<sup>2</sup> Susila, A. R. Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional Dan Global.2017

Pemerintah kota palu telah memberikan fasilitas tempat untuk membangun taman kota palu disertai dengan tempat olahraga dan cafe. Pemerintah kota palu membangun ketiga aikon tersebut dengan harapan pendapatan daerah akan selalu bertambah. Cafe bukit cinta juga dekat dari universitas perguruan tinggi di mana ketika usai mata kuliah maka mahasiswa akan datang ke cafe untuk berkumpul dan memesan makanan serta melakukan kerja kelompok dan diskusi. Dengan demikian, cafe bukit cinta adalah tempat yang strategis.

penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe di Bukit Cinta dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus jalan jabal nur kelurahan talise kota palu)

### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan pokok permasalahan, sebagai berikut:

1. Rumusan masalah
  - a. Bagaimana strategi bisnis yang di terapkan pelaku usaha cafe di bukit cinta?
  - b. Bagaimana perspektif etika bisnis islam terhadap strategi bisnis yang di terapkan pelaku usaha cafe di bukit cinta?

### ***C. Tujuan Penelitian***

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi bisnis pelaku usaha cafe di bukit cinta



2. Mengetahui perspektif etika bisnis islam pelaku usaha cafe di bukit cinta.

#### ***D. Manfaat Penelitian***

Selanjutnya kegunaan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

##### 1. Secara teoritis

Dapat memperkaya wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan strategi bisnis pelaku usaha dalam kehidupan sosial masyarakat serta memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti lain yang tertarik dengan penelitian sejenis pada masa-masa mendatang.

##### 2. Secara Praktis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan mengenai bagaimana sebenarnya strategi bisnis pelaku usaha yang terjadi dan dapat kita saksikan di cafe bukit cinta.

#### ***E. Penegasan Istilah.***

Ruang lingkup permasalahan perlu dipertegas agar penelitian lebih terarah, maka istilah-istilah dalam judul penelitian ini perlu diberi batasan.

##### 1. Strategi bisnis

Strategi bisnis merupakan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing.

##### 2. pelaku usaha

pelaku usaha dapat diartikan sebagai kemampuan kerja pelaku usaha yang dilihat dari aspek pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan kerja sesuai yang diharapkan, sehingga memiliki daya tawar dan keunggulan bersaing.

### 3. Etika bisnis islam

etika bisnis tidak bisa lepas dari norma. Sebagai etika khusus atau etika terapan yang memiliki prinsip-prinsip dalam penerapan etika tersebut.

#### ***F. Garis-Garis Besar Isi skripsi***

Pada Bab I, penulis memaparkan secara gamblang mengenai apa yang melatar belakangi penelitian ini diangkat dengan megemukakan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan, pokok masalah, sasaran yang ingin dicapai dan istilah penting yang berhubungan dengan konsep pokok dan uraian singkat yang menjadi inti pembahasan.

Pada Bab II, penulis menjelaskan beberapa indikator yang menjadi rumusan masalah melalui kajian pustaka yang dijadikan landasan teoritis dalam penelitian karya ilmiah ini, kajian pustaka ini berfungsi sebagai patokan landasan dalam penelitian, sehingga hasil lapangan yang diperoleh sesuai dengan teori yang ada dan mengetahui hasil pokok masalah yang akan diteliti yang mempunyai relevansi dengan teori yang ada.

Pada Bab III, penulis memaparkan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan cara mendeskripsikan hasil penelitian dan dapat mengetahui tehnik pengumpulan data yang digunakan, lokasi, sumber data, dan lain sebagainya, agar peneliti mudah untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat sesuai dengan apa yang diharapkan berdasarkan metode penelitian yang telah ditentukan.

BAB IV hasil dan pembahasan, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang gambaran cafe bukit cinta serta mendeskripsikan tentang strategi bisnis dan perspektif etika bisnis islam yang ada di cafe bukit cinta.

BAB V penutup, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penggunaan pada relavensi penelitian terdahulu dalam penelitian ini dimaksudkan agar penelitian ilmiah ini memiliki acuan dasar dalam pengembangan pemikiran-pemikiran serta peganalisanya. Dalam penelitian ilmiah yang berjudul Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe di Bukit Cinta dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian ,Persaman Dan Perbedaan
1	Calvin Ronas	<b>Judul penelitian</b> : Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid-19 Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Marie 18 Clinic Bengkulu) 2021 <b>Tujuan penelitian</b> : strategi Pemasaran Marie 18 Clinic Bengkulu pada masa wabah Covid-19. Marie 18 Clinic Bengkulu memilik strategi pemasaran bertahan yang baik, memiliki 2 produk yaitu produk barang yang sudah lulus uji kelayakan pakai dari BPOM RI dan jasa pelayanan yang memadai dan sudah lulus uji pelatihan, telah lulus training kesehatan dan psikolog sebelum melakukan praktek.

		<p><b>Persamaan :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode kualitatif</li> <li>- Tehnik pengumpulan data</li> </ul> <p><b>Perbedaan :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lokasi penelitian</li> <li>- Objek penelitian</li> </ul>
2	Muh rijal	<p><b>Judul penelitian :</b> Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ud. Humaerah Motor Kabupaten Bone</p> <p><b>Tujuan penelitian :</b> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing pada UD. Humaerah Motor. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi bisnis yang diterapkan UD. Humaerah Motor dalam meningkatkan daya saing”.</p> <p><b>Persamaan :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode kualitatif</li> <li>- Tehnik pengumpulan data</li> </ul>

		Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- lokasi penelitian</li> <li>- Objek penelitian.</li> </ul>
--	--	---

## ***B.Kajian teori***

### ***1. Strategi Bisnis***

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “Business” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/ keuntungan. Menurut Buchari Alma, pengertian bisnis ditunjukkan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.<sup>1</sup>

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “Bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya- penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.<sup>2</sup>

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang/ jasa dalam kehidupan sehari-hari.

<sup>1</sup> Alma, Buchari. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam. Bandung, CV Alfabeta, 2007.5

<sup>2</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, 28

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manusia yang bertujuan untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam hidup manusia dengan cara melakukan pengelolaan sumber daya ekonomi dengan efektif dan efisien. Dalam Islam bisnis merupakan suatu serangkaian aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat berbagai jenis yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profitnya, akan tetapi dibatasi dalam perolehannya dan pendayagunaan pada hartanya terdapat aturan halal dan haram.<sup>3</sup>

Islam mewajibkan kepada setiap muslim, bahwa bekerja adalah salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki kekayaan. Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang bisa dimanfaatkan untuk manusia mencari rezeki dan nafkah.

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Stephanie K. Marrus) Strategi merupakan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak di tempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya

---

<sup>3</sup> Norvadewi, "*Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)," 2015, 33–46.

perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>4</sup> Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.<sup>5</sup> Konsep tersebut adalah:

a. Distinctive competence

Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Day dan Wensley identifikasi distinctive competence dalam organisasi meliputi :

1. Keahlian tenaga kerja.
2. Kemampuan sumber daya.

Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan dapat unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

b. Competitive advantage

keunggulan bersaing disebabkan pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan keduanya.

---

<sup>4</sup> Jajuk Herawati dan Sunarto, *MSDM STRATEGIK*, AMUS Yogyakarta, 2004, 24

<sup>5</sup> Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Refika Aditama, Bandung, 2014, 4-5



Berdasarkan prinsip ini porter menyatakan terdapat tiga strategi generik, yaitu:

1. strategi diferensiasi

adalah strategi dengan tujuan membuat produk yang menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga.

2. strategi keunggulan biaya rendah

Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga.

3. strategi fokus

Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

Jadi, strategi merupakan deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan, dan memperhatikan alokasi sumberdaya perusahaan yang penting untuk jangka panjang dan mencocokkan sumberdaya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal. Strategi merupakan perspektif, dimana isu kritis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategik bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta jangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan organisasi.<sup>6</sup>

Menurut Bygrave dalam bukunya *The Portable MBA in Entrepreneurship* yang telah diterjemahkan dalam tujuh belas bahasa ini, strategi pemasaran adalah

---

<sup>6</sup> *Ibid* 24-25

kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.<sup>7</sup>

a. Strategi produk

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti kendaraan bermotor, komputer, alat elektronika atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.<sup>8</sup>

b. Strategi harga

Harga merupakan jumlah uang yang ditukarkan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian harga harus berhubungan dengan bermacam-macam barang atau pelayanan yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.<sup>9</sup>

Dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (nonmoneter) yang

---

<sup>7</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 7, 2008 169

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga, 2008 .92.

<sup>9</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.<sup>10</sup>

Penetapan harga yang tepat sangat menentukan berhasil tidaknya sebuah produk diterima oleh konsumen

1. Skim pricing, yaitu menetapkan harga yang cukup mahal agar citra produk dapat lebih terangkat.

2. Penetration pricing, yaitu menetapkan harga murah dengan tujuan produk dapat diterima terlebih dahulu oleh konsumen.

3. Psychological pricing, yaitu harga yang dianggap oleh konsumen lebih murah secara psikologis.

4. Value pricing, yaitu harga yang menurut persepsi konsumen sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari produk yang dibeli.

#### c. Strategi promosi

Strategi promosi adalah tindakan perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan audiens sasaran (target audiences) lainnya. Promosi digunakan untuk memberikan informasi kepada orang-orang tentang produk dan mempersuasi pembeli/target pasar, saluran distribusi, dan publik untuk membeli mereknya.<sup>11</sup>

Promosi adalah media untuk mengenalkan suatu produk barang dan jasa yang baru atau memperkuat brand image suatu produk yang telah ada sebelumnya.

---

<sup>10</sup> Margarita Isoraite, *Marketing Mix Theoretical Aspects*, Isoraite, Vol.4: June, 2016. 6

<sup>11</sup> Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2001.

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

#### d. Strategi Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi masa atau negara.<sup>12</sup>

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu :

##### 1. Target Hasil; Profit Materi dan Benefit Nonmateri

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (qimah maddiyah atau nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri, baik bagi pelaku bisnis maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Di samping untuk mencari qimah maddiyah, juga masih ada dua orientasi lainnya, yaitu qimah khuluqiyah yaitu nilai-nilai akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan

---

<sup>12</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011.287

persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dengan pembeli.

Adapun qimah ruhiyah berarti perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah SWT. Inilah yang dimaksud bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amalperbuatannya bersifat materi, sedangkan kesabaran akan hubungannya dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan ruhnya.

#### 2) Pertumbuhan

Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

#### 3) Keberlangsungan

Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat exis dalam kurun waktu yang lama.

#### 4) Keberkahan

Semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari terimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini

menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridha dari Allah SWT dan bernilai ibadah.<sup>13</sup>

Dengan kata lain bisnis adalah suatu kegiatan usaha baik itu pertukaran barang atau jasa, ataupun kegiatan produksi dan distribusi, dimana kegiatan tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam bisnis Islam, keuntungan dalam berbisnis tersebut tidak hanya mengedepankan keuntungan materi, melainkan harus mengedepankan keuntungan non materi juga. Dimana keuntungan non materi tersebut akan berdampak positif bagi pelaku bisnis dan bagi lingkungan sekitar.

## **2. Pelaku Usaha**

Pelaku usaha dapat diartikan sebagai kemampuan kerja pelaku usaha yang dilihat dari aspek pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan kerja sesuai yang diharapkan, sehingga memiliki daya tawar dan keunggulan bersaing. Jadi ini ti dari kompetensi adalah kapasitas knowledge, skill, ability serta attitude yang relevan dengan bidang usahanya sehingga mampu mengaktualisasikan pekerjaannya.

Kompetensi merupakan kekuatan potensi sumber daya manusia yang memiliki pengaruh besar terhadap kinerja usaha, hal ini tentu berkaitan erat dengan keahlian dalam bidang pekerjaannya, karena pekerjaan tertentu memiliki standar kompetensi yang telah ditetapkan untuk meningkatkan kinerja usaha.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung, 2012, 23-24

<sup>14</sup> Lusiana, D & Sidharta, I. Analisis Faktor Penentu Kompetensi Berdasarkan Konsep Knowledge, Skill, Dan Ability (KSA) Di Sentra Kaos Suci Bandung. In *Jurnal Computech & Bisnis* (Vol. 8). Retrieved from <http://jurnal.stmikmi.ac.id/index.php/jcb/article/view/111.2014>

Kompetensi secara intelektual membuat diri individu memiliki motivasi kerja dengan relatif untuk terus memperbaiki diri dalam bidang pekerjaannya. Kompetensi secara emosional membawa individu pelaku usaha untuk relatif stabil dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan kerja, mampu menahan emosi dalam setiap permasalahan pekerjaannya.<sup>15</sup>

Usaha Kecil Menengah (UKM) berperan penting dalam memajukan kesejahteraan ekonomi suatu daerah, bahkan sangat berpengaruh untuk memajukan ekonomi nasional, kemajuan ekonomi nasional dapat dibuktikan dengan angka Produk Domestik Bruto (PDB). Semakin meningkatnya angka pertumbuhan UKM di Indonesia maka ekonomi Indonesia akan mengalami peningkatan. Ketika terjadi masa krisis keuangan (moneter) pada tahun 1997, sektor UKM memberikan pengaruh yang besar pada pertahanan ekonomi Indonesia pada saat itu, di mana banyak perusahaan besar mengalami krisis, tetapi Indonesia masih bisa tetap bertahan, karena adanya daya dukung kekuatan UKM pada saat itu.

Dengan semakin banyaknya muncul pelaku UKM baru, maka dapat membuka kesempatan lapangan pekerjaan baru, yang dapat menyerap tenaga kerja produktif, sehingga mengurangi angka pengangguran. UKM berkontribusi terhadap pendapatan daerah maupun tingkat nasional. Bertumbuhnya angka UKM di suatu daerah, akan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan ekonomi rakyat.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid. 2014

<sup>16</sup> Susila, A. R. Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional Dan Global.2017

daerah masih dirasa cukup lemah, sehingga tidak sedikit adanya UKM yang tidak mampu lagi untuk bertahan di era persaingan yang semakin ketat, akibat pengaruh globalisasi ekonomi dari revolusi industry. Pertumbuhan dan peranan kinerja UKM di suatu daerah dan suatu negara, dapat ditunjukkan dengan jumlah pertumbuhan unit usaha dan jumlah pengusaha, serta besarnya kontribusi terhadap pendapatan nasional, dan penyediaan lapangan kerja baru.<sup>17</sup>

Strategi didasarkan dari upaya perusahaan di dalam mencari dasar-dasar keunggulan dalam bersaing dari strategi generik diantaranya adalah strategi efisiensi kerja untuk menekan biaya produksi yang rendah sehingga dapat menetapkan harga produk yang terjangkau bagi pelanggan.

Pelaku usaha harus mampu melayani kebutuhan dari segmentasi konsumen tertentu dengan lebih baik. Pelaku usaha dapat membagi pasar dengan segmentasi yang strategis dan dapat merancang strategi pemasaran. Pelaku usaha dapat mengevaluasi dan menentukan prioritas segmen pasar potensial untuk dijadikan sebagai target penjualan (targeting). Pelaku usaha dapat merumuskan produk dalam upaya mempengaruhi persepsi pelanggan, menganggap produk yang berbeda (different), dan menarik sesuai yang diinginkan pelanggan dari pada produk pesaing.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Ibid

<sup>18</sup> Sutopo, S. & Zulkarnaen, H. O. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan ( Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo ). Diponegoro Journal of Management.2013



### **3. SWOT**

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.<sup>19</sup>

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Weaknesses (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi

---

<sup>19</sup> Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni. *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta: Bandung. 2009. 115-125

Opportunities (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. Threats (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses).

1. Kekuatan (Strength) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman.

2. Kelemahan (Weakness) adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi/kapabilitas/sumberdaya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.

3. Peluang (Opportunity) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Misal, ada segmen pasar tertentu yang belum dimasuki pemain lain, secara umum akan menjadi peluang bagi organisasi manapun yang berhasil melihat pasar tersebut.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Tripomo, Tejo. *Manajemen Strategi*. Rekayasa Sains: Bandung, 2005, 118-119.

4. Ancaman (Threat) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan/ dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Contoh: dua tahun yang akan datang akan masuk “pemain baru” dari luar negeri yang memiliki teknologi dan modal kuat. Secara umum kondisi tersebut akan menjadi ancaman bagi semua organisasi yang saat ini berada dalam industri yang sama.

#### ***4.Etika Bisnis Dalam perspektif Islam***

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Secara harfiah, etika bisnis Islam terdiri dari tiga kata yang memiliki pengertian masing-masing yaitu kata etika, bisnis, dan Islam.

##### a.Etika (akhlaq)

Kata akhlaq berasal dari bahasa Arab yang diartikan dengan istilah perangai atau kesopanan. Secara etimologis akhlaq adalah budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat.<sup>21</sup> Sedangkan etika berasal dari bahasa Yunani Kuno yaitu *ethikos*, yang berarti timbul dari kebiasaan, menurut Istiyono Wahyu dan Ostaria adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar-salah, baik-buruk, dan tanggung jawab.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>Djohar Arifin dan Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2013) 1

<sup>22</sup>Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012) 2

Sedangkan menurut Abu Bakar Jabir al-Jazairy mengatakan bahwa akhlaq adalah bentuk kejiwaan yang tertanam dalam diri manusia, yang menimbulkan perbuatan baik dan buruk, terpuji dan tercela dengan cara yang disengaja. Adapun menurut Imam al-Ghazali sebagaimana yang dikutip oleh Djohar Arifin, akhlaq adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa (manusia), yang dapat melahirkan suatu perbuatan yang gampang dilakukan tanpa melalui maksud untuk memikirkan (lebih lama). Maka jika sifat tersebut melahirkan suatu tindakan yang terpuji menurut ketentuan akal dan norma agama, dinamakan akhlaq yang baik.

Sebagai ilmu, etika juga bisa diartikan pemikiran moral yang mempelajari tentang apa yang harus dilakukan atau yang tidak boleh dilakukan. Pengertian etika disini lebih sebagai ilmu atau bagian dari pemikiran filsafat yang memiliki ciri-ciri berikut:

1. Etika itu bersifat rasional, artinya benar salah bergantung pada pemikiran manusia (rasionalitas).
2. Digunakan pemikiran yang kritis.
3. Diatur dan dibahas secara sistematis.
4. Dibahas secara mendasar.
5. Merupakan hal yang bersifat normatif atau berbobot nilai-nilai atau norma.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011)

Dalam khazanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materimateri kandungan ayat-ayat Al-Qur‘an yang sangat luas, dan dikembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga para sufi. Ahmad Amin memberikan batasan, bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan makna baik buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada orang lain, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.<sup>24</sup>

#### b. Bisnis

Setiap manusia pasti memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena itu, manusia akan selalu berusaha untuk memperoleh harta tersebut. Salah satu cara yang dilakukan untuk memperoleh harta tersebut adalah dengan cara bekerja atau berbisnis. Kegiatan yang paling banyak dilakukan dalam kegiatan muamalah adalah bisnis.

Dalam bahasa Indonesia, bisnis diserap dari kata business dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Jadi bisnis adalah kesibukan yang berorientasi pada profit atau keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.

Adapun bisnis menurut para ahli, menurut Musselman dan Jackson, bisnis adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis

---

<sup>24</sup> Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012) 3-4

masyarakat, perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.<sup>25</sup>

Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud, sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.<sup>26</sup>

Menurut Allan Afuah sebagaimana yang dikutip oleh Djohar Arifin, yang mengemukakan bahwa bisnis merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

### c. Islam

Kata Islam berasal dari bahasa Arab yaitu al-Islam (الاسلام). Islam dalam bahasa Arab dimaknai sebagai “inqiyad” (tunduk), dalam arti tunduk dan menyerahkan diri kepada siapa saja yang memerintah. Biasanya juga, kata Islam dipakai untuk dua macam arti, yaitu:

1. Yang mengandung penderita dengan sendirinya, “Muta“adi binafsihi”, yang berarti “menyerahkan”.

---

<sup>25</sup> Djohar Arifin dan Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2013) 8

<sup>26</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2003) 15

2. Yang tidak bermaksud kepada penderita “al-lazim”, yang berarti “selamat”.<sup>27</sup>

Islam adalah agama para Rasul dan Nabi seluruhnya. Dari Nabi Adam hingga risalah Nabi Muhammad SAW. yang menjadi pamungkas risalah-risalah Allah SWT. Islam maknanya adalah berserah diri kepada Allah SWT. dalam perintahNya, larangan-Nya dan berita-Nya melalui jalan wahyu. Maka siapa yang menyerahkan dirinya, hatinya dan anggota tubuhnya kepada Allah SWT. Dalam segala perkara berarti dia adalah seorang muslim.<sup>28</sup>

Masalah etika yang perlu diperhatikan, yaitu pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan demikian, etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang tidak melanggar aturan organisasi dan masyarakat, dan setiap kegiatan harus dilakukan dalam keadaan yang wajar, termasuk sesuai dengan norma dan etika yang berlaku.

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW. sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya, melalui jalan perdagangan inilah pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah SWT. Terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT. dalam surat Al-Baqarah ayat 275

---

<sup>27</sup> Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syaria* (Bandung: Alfabeta, 2010) , 3

<sup>28</sup> Said Hawwa, *Al-Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2004) 14

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا  
 كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ  
 الْمَسْدِكِ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ  
 مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ  
 فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya:*

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”*

Salah satu kajian penting dalam Islam adalah persoalan etika bisnis. Etika bisnis selain dapat menjamin kepercayaan dan loyalitas dari semua unsur yang berpengaruh pada perusahaan (stakeholder loyalty), juga sangat menentukan maju atau mundurnya perusahaan. Menurut Zimmerer sebagaimana yang dikutip oleh Suryana, etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-



nilai moral dan norma yang dijadikan tuntutan dalam membuat keputusan dan dalam memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi.<sup>29</sup>

Etika bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Dalam situasi dunia bisnis membutuhkan etika, Islam sejak lebih dari 14 abad yang lalu, telah menyerukan urgensi etika bagi aktivitas bisnis. Islam sebagai sumber nilai dan etika Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk masalah bisnis.

Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan sistem ekonomilain, seperti kapitalisme dan sosialisme, cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut.<sup>30</sup>

Dengan kata lain etika bisnis Islam adalah suatu kegiatan usaha baik itu pertukaran barang atau jasa, ataupun kegiatan produksi dan distribusi, dimana kegiatan usaha tersebut dilakukan berdasarkan nilai-nilai Islami. Dengan adanya etika, aktifitas bisnis dapat berjalan dengan seimbang, karena etika akan menentukan

---

<sup>29</sup> Suryana, *Kewirausahaan (Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses)* (Jakarta: Salemba Empat, 2003) 177

<sup>30</sup> Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012) 2

hasil baik buruknya suatu pekerjaan. Etika bisnis Islam akan membentuk suatu kesadaran pelaku bisnis dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.

Etika bisnis adalah etika yang menyangkut tata pergaulan di dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral sebagaimana ditetapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.<sup>31</sup> Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya.

Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.<sup>32</sup>

Menurut Muchlis dalam bukunya berjudul “Etika Bisnis Islam Landasan Filosofis, Normative dan Substansi Imflementatif” Landasan normative dalam Etika Bisnis sudah pasti bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur’an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw. Adapun landasan normative Etika Bisnis Islam mengandung 4 landasan di dalam system Etika:<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Manuel G. Velasquez, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus* (Yogyakarta: Andi, 2002), 19

<sup>32</sup> Fitri Amalia, “*Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 118

<sup>33</sup> Muchlis, *Etika Bisnis Islam Landasan Filosofis, Normative dan Substansi Imflementatif* (Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi Islam UII, 2004), 30-43

a. Landasan Tauhid merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya.

b. Landasan keseimbangan (keadilan). Ajaran Islam memang berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan.

c. Landasan kehendak bebas. Islam sangat membarikan keleluasan terhadap manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Demikian juga kemerdekaan manusia Islam sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi, melakukan kreasi dan dalam berbisnis. Dan Islam sangat melarang perbuatan yang saling merugikan antar sesama pelaku bisnis.

d. Landasan pertanggung jawaban. Segala kebebasan dalam melakukan segala aktifitas bisnis oleh manusia maka manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan manusia atas aktifitas yang dilakukan. Titik sentral etika bisnis Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggungjawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan.

Menurut Hamzah Ya'qub, etika adalah ilmu tentang perilaku manusia dan prinsip perilaku moral yang benar. Etika adalah ilmu tentang usaha mencari baik dan

buruk, dilakukan dengan mengamati tingkah laku yang dapat diketahui manusia melalui akal dan pikiran.<sup>34</sup>

Persepsi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap etika bisnis dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu jujur saat menakar ataupun menimbang, menjual barang yang halal serta baik, tidak menyembunyikan apabila adanya kecacatan pada produk yang dijual, tidak menjelek-jelekan usaha orang lain, membayar zakat maal, membayar upah karyawan secara tepat waktu, tidak adanya paksaan dalam melakukan bisnis, mencatat seluruh aktivitas yang berkaitan dengan keuangan, aktivitas bisnis terhindar dari riba, mengutamakan ibadah dibandingkan dengan bisnis.

Dalam melakukan usaha juga masih banyak pelaku usaha yang masih menyembunyikan cacat atas barang yang dijualnya hal ini terjadi diakibatkan pelaku UMKM merasa tidak perlu menjelaskan jika konsumen tidak bertanya mengenai kekurangan produk yang dijual. Terdapat pula indikator mengenai jujur dalam menakar dan menimbang tetapi hal ini juga masih ada kecurangan didalamnya disebabkan tidak ada takaran yang tepat dalam menyajikan suatu produk seperti produk makanan yang langsung disajikan sehingga ukurannya hanya diperkirakan saja serta jumlahnya tidak diukur secara tepat.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Indra Aditya Makkasau, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampoang Kota Palopo," 2019, 33–35.

<sup>35</sup> Salahuddin El Ayyubi and Sausan Anggi Anggraini, "Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pangan Di Kota Bogor," *Journal of Business & Banking* 6, no. 2, 2019. 183–94.

### 1. Peran etika bisnis

Peran etika bisnis dalam kegiatan bisnis sangat penting, apalagi di masa sekarang ini, kriteria keberhasilan bisnis tidak hanya berdasarkan moralitas dan manajemen yang baik, tetapi juga pada penerapan etika bisnis sehingga dapat menjaga kualitas memenuhi tuntutan semua pasar yang diterima dan dianggap baik oleh masyarakat. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus menghindari perilaku buruk dalam berbisnis, seperti penyalahgunaan undang-undang dan peraturan.

- a. tersebut akan berjalan dengan baik apabila beberapa prinsip dari etika bisnis ini diterapkan dalam suatu usaha yaitu Pertama, Prinsip otonomi prinsip ini dibuktikan harus adanya tanggung jawab moral dari suatu usaha guna untuk mengedepankan kualitas dari usaha tersebut.
- b. prinsip kejujuran ialah dalam kegiatan usaha kejujuran merupakan modal yang penting dalam mengembangkan usaha. Banyak pelaku UMKM gulung tikar dikarenakan tidak menerapkan prinsip kejujuran karena lebih mementingkan internal usahanya dibandingkan memikirkan para konsumennya.
- c. Prinsip keadilan pada prinsip ini menekankan untuk tidak membedakan dan harus terus bersikap adil. Maksudnya yaitu dengan berlaku adil dalam menjalankan suatu usaha maka tidak akan merugikan salah satu pihak.
- d. Prinsip saling menguntungkan dalam prinsip ini juga harus diterapkan oleh pelaku usaha dikarenakan ketika kedua belah pihak yaitu pelaku UMKM

dengan konsumen bisa saling menguntungkan maka akan dapat memajukan usaha tersebut.

- e. Prinsip integritas moral merupakan tuntutan internal dari pelaku UMKM agar dalam menjalankan usaha yang dimilikinya tetap menjaga nama baiknya serta nama baik usaha yang sedang dijelankannya.
- f. Prinsip kelestarian lingkungan hidup ialah dalam melakukan usaha harus berusaha menjaga lingkungan disekitar tempat berdirinya usaha tersebut dikarenakan pada era sekarang banyak yang mementingkan usahanya saja tanpa memperdulikan lingkungan disekitarnya seperti membuang limbah disungai, dsb.
- g. Prinsip keselamatan konsumen menjelaskan bahwasanya setiap menjalankan usaha harus memperhatikan keselamatan bagi para konsumen.<sup>36</sup>

## 2. Penerapan Etika Bisnis Islam

Dalam menerapkan etika bisnis Islam yang perlu dilakukan yaitu pertama, perbaikan kesadaran baru yang mengenai bisnis, pandangan terhadap etika bisnis sebagai bagian yang tak terpisahkan atau menyatu yang merupakan struktur fundamental sebagai perubahan tanggapan dan pemahaman yang mengenai kesadaran sistem bisnis amoral di masyarakat. Kedua, harus dipertimbangkan dalam menerapkan etika bisnis untuk membangun tatanan bisnis Islam yaitu dengan cara

---

<sup>36</sup> Wanda Nur Fitria, Ziyah Maulida Rahmah, and Sheila Febriani Putri, "Peran Etika Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Di Era Revolusi 4.0," *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* 1, no. 3, 2021. 268–76.

melakukan kajian keilmuan yang membahas mengenai bisnis dan ekonomi yang berfokus pada paradigma pendekatan normatif etik dan empiric induktif dengan mengedepankan penggalian dan juga pengembangan nilai-nilai Al-Qur'an, agar mampu mengatasi perubahan akibat pergeseran zaman yang semakin cepat.<sup>37</sup>

### 1. Perilaku Bisnis Yang Dianjurkan

Etika bisnis yang sesuai Islam berlandaskan iman kepada Allah dan RasulNya atau menjalankan segala perintah Allah dan Rasul-Nya, dan menjauhi larangan Allah dan Rasul-Nya. Dengan demikian perilaku dalam bisnis hendaknya sesuai dengan yang dianjurkan oleh Allah dan Rasul-Nya.

Strategi bisnis yang sesuai Islam adalah berupaya dengan sungguh-sungguh di jalan Allah dengan mengelola sumberdaya secara optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik di sisi Allah, baik di dunia maupun di akhirat. Perilaku bisnis yang dianjurkan dalam Islam yaitu sebagai berikut:

#### 1. Menggunakan Niat yang Tulus

Niat yang tulus dalam bisnis adalah ibadah kepada Allah SWT. Seperti dalam surat Adz- Dzaariyaat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

*Artinya*

*Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.*

---

<sup>37</sup> Darmawati, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah," Jurnal Pemikiran Hukum Islam 11, no. 1 (2013): 58–68.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa, setiap makhluk dari jin atau manusia tunduk kepada keputusan Allah, patuh kepada kehendak-Nya dan menuruti apa yang telah Dia takdirkan atasnya. Allah menciptakan mereka menurut apa yang dia kehendaki, dan Allah memberi rezeki kepada mereka menurut keputusanNya, tidak seorang pun diantara mereka yang dapat memberi manfaat maupun mudharat kepada dirinya sendiri. Kalimat ini merupakan penegas bagi suruhan agar memberi peringatan, dan juga memuat alasan dari diperintahkannya memberi peringatan. Karena diciptakannya mereka dengan alasan tersebut menyebabkan mereka harus diberi peringatan yang menyebabkan mereka wajib ingat dan menuruti nasihat.<sup>38</sup>

## 2. Al-Qur'an dan Hadis sebagai Pedoman

Al-Qur'an sebagai pedoman untuk manusia, termasuk dalam melakukan bisnis. Dalam surat Al-Jaatsiyah ayat 20:

هٰذَا بَصَّيْرٌ لِّلنَّاسِ وَهٰدًى وَرَحْمَةٌ  
لِّقَوْمٍ يُوقِنُونَ

*Artinya :*

*Al Quran ini adalah pedoman bagi manusia, petunjuk dan rahmat bagi kaum yang meyakini.*

Ayat ini menjelaskan bahwa Al-Qur'an ini adalah dalil-dali bagi manusia tentang urusan agama yang mereka butuhkan, dan keterangan-keterangan yang menjadikan mereka mengetahui letak kemenangan dan memberitahukan kepada

---

<sup>38</sup> Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi* (Semarang: CV.Toha Putra, 1988) 20-21



mereka jalan petunjuk. Dan dia merupakan petunjuk dan rahmat bagi kaum yang yakin tentang kebenarannya, dan Al-Qur'an adalah kitab yang diturunkan dari Tuhan semesta alam. Orang-orang yang yakin disini disebutkan secara khusus karena merekalah yang memperoleh petunjuk dan rahmat. Karena, merekalah orang-orang yang dapat mengambil manfaat dari sisi Al-Qur'an, bukan orang yang mendustakannya, yaitu orang-orang kafir, karena Al-Qur'an itu bagi mereka merupakan kegelapan.<sup>39</sup>

### 3. Meneladani Akhlak Rasulullah SAW

Allah SWT memberikan pujian tentang budi pekerti kepada Rasulullah SAW. Nabi Muhammad SAW merupakan orang yang berperilaku lemah lembut, pemaaf, memohonkan ampun untuk orang lain, bermusyawarah dan bertawakal kepada Allah. Dalam surat Al-Qalam ayat 4:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ  
حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ  
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

*Artinya*

*Dan Sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa ayat tersebut merupakan satu pujian yang paling tinggi yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya. Keteguhan sikap Nabi Muhammad SAW, tenang dan tentram serta kesabaran ketika orang menuduhnya seorang gila, yang dia tidak marah dan tidak kehilangan akal, itu pun termasuk budi

<sup>39</sup> Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi...*, 266

pekerti yang sangat agung. Keberhasilan Nabi dalam melakukan da‘wah ialah karena kesanggupannya menahan hati menerima celaan-celaan dan makian yang tidak semena-mena dari orang yang lain.<sup>40</sup>

#### 4. Melakukan Jual Beli yang Halal

Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Begitu pula dengan Rasulullah SAW, Rasulullah SAW menganjurkan jual beli yang halal dan sedapat mungkin menghindari yang syubhat, apalagi yang haram.

#### 5. Melaksanakan Keadilan

Prinsip terpenting yang mengatur seluruh aktivitas ekonomi adalah keadilan, yang berarti perdagangan jujur dengan sesama dan menjaga keseimbangan keadilan menjaga langit dan bumi berada dalam tempat yang tepatnya masing-masing dan menjadi kekuatan penyatu antara berbagai segmen dalam sebuah masyarakat.

#### 6. Melaksanakan Kejujuran

Kejujuran, penyampaian keadaan yang sebenar-benarnya, dan perhatian atas orang lain adalah ajaran dasar yang diberikan kepada umat Muslim oleh Syariah dengan penekanan yang relatif lebih besar berkenaan dengan transaksi bisnis.<sup>41</sup>

Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah SAW. sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Rasulullah SAW. sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis.

---

<sup>40</sup> Hamka, *Tafsir Al-Azhar* (Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD, 2003) 7568

<sup>41</sup> Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009) 103

Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru dibagian atas.<sup>42</sup>

#### 7. Menepati Janji

Allah SWT menganjurkan untuk menepati janji dalam jual beli dan aktivitas lainnya. Kontrak (akad) bisnis dan finansial menghilangkan hak serta kewajiban dari semua pihak dan pihak yang berkewajiban harus memenuhi kewajibannya sesuai dengan persetujuan atau kontraknya.<sup>43</sup>

Seseorang yang sudah terikat kontrak atau adanya perjanjian baik itu dalam masalah bisnis maupun masalah yang lain, tentunya perjanjian tersebut harus ditepati sesuai dengan kontrak yang telah disepakati bersama.

#### 8. Menunaikan Hak

Hak yang harus ditunaikan oleh seorang pengusaha kepada Allah adalah zakat atas mereka, diikuti shodaqoh dan infak. Dalam surat At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ  
وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ  
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya :

*“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdo”alah untuk mereka. Sesungguhnya do”a kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.*

<sup>42</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business And Economic Ethics* ..., 39

<sup>43</sup> Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance*..., 107

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Ambillah hai Rasul dari harta yang diserahkan oleh orang Mu‘min lainnya, dari berbagai jenis harta, berupa emas, perak, binatang ternak atau harta dagangan, sebagai sedekah dengan ukuran tertentu dalam zakat fardhu, atau ukuran tidak tertentu dalam zakat sunnah, yang dengan sedekah itu kamu membersihkan mereka dari kotoran kebakhilan, tamak dan sifat yang kasar terhadap orang-orang fakir yang sengsara. Dengan sedekah itu pula, kamu mensucikan jiwa mereka dan mengangkat mereka ke derajat orang-orang yang baik dengan melakukan kebajikan, sehingga mereka patut mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>44</sup>

Sebagai pelaku bisnis yang baik, tentunya pelaku bisnis sadar akan kewajibannya. Kewajiban tersebut yaitu kewajiban membayar zakat. Seseorang yang mempunyai penghasilan lebih, wajib mengeluarkan zakat. Karena dari penghasilan tersebut, ada hak orang lain. Dimana hak orang lain dari penghasilan yang dimiliki itu harus dikeluarkan, baik melalui zakat maupun shodaqoh.

#### 9. Menggunakan Barang Tanggungan

Allah SWT dan Rasul-Nya membolehkan menggunakan barang tanggungan, jika tidak memperoleh penulis. Dalam surat Al-Baqarah ayat 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا  
 كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَهُ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم  
 بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ

<sup>44</sup> Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi...*, 26

اللَّهُ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ  
يَكْتُمهَا فَإِنَّهُ أَثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا  
تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

*Artinya:*

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa “Dan jika kamu di dalam perjalanan”, di dalam musafir, sedang kamu tidak mendapat seorang penulis, maka hendaklah kamu pegang barang-barang agunan.” Artinya, pokok pertama, baik ketika berada di rumah atau di dalam perjalanan, hendaklah perjanjian hutang piutang dituliskan. Tetapi kalau terpaksa karena penulis tidak ada, atau sama-sama terburu di dalam perjalanan diantara yang berhutang dengan yang berpiutang, maka ganti menulis, peganglah oleh yang memberi hutang itu barang agunan atau gadai, atau borg, sebagai jaminan dari pada uangnya yang dipinjam atau dihutangkan itu.<sup>45</sup>

#### 10. Menggunakan Persetujuan Kedua Belah Pihak

Allah SWT memerintahkan untuk berbisnis dengan suka sama suka. Dalam surat An-Nisaa<sup>46</sup> ayat 29:

<sup>45</sup>Hamka, *Tafsir Al-Azhar...*, 687

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا  
 أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
 تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya:*

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa batil menurut syara“ ialah mengambil harta tanpa pengganti hakiki yang biasa, dan tanpa keridhaan dari pemilik harta yang diambil itu, atau menafkahkan harta bukan pada jalan hakiki yang bermanfaat, maka termasuk ke dalam hal ini adalah lotre, penipuan di dalam jual-beli, riba, dan menafkahkan harta pada jalan-jalan yang diharamkan, serta pemborosan dengan mengeluarkan harta untuk hal-hal yang tidak dibenarkan oleh akal. Kata bainakum menunjukkan bahwa harta yang haram biasanya menjadi pangkal persengketaan di dalam transaksi antara orang yang memakan dengan orang yang hartanya dimakan. Masing-masing ingin menarik harta itu menjadi miliknya.

Yang dimaksud dengan memakan di sini adalah mengambil dengan cara bagaimana pun. Janganlah kalian termasuk orang-orang tamak yang memakan harta orang lain tanpa ganti mata uang atau suatu manfaat. Tetapi makanlah harta itu dengan perniagaan yang pokok penghalalannya ialah saling meridhai. Itulah yang

patut bagi orang-orang yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan agama, apabila ingin termasuk ke dalam golongan orang-orang yang banyak harta.<sup>46</sup>

### 11. Bertawakal Kepada Allah SWT

Tawakal merupakan tingkatan orang yang dekat dengan Allah SWT. Dalam surat Ath-Thalaq ayat 3:

وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ  
عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ  
جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

*Artinya:*

*“Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah Telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.”*

### 12. Saling Menolong dalam Bisnis

Allah SWT menganjurkan untuk saling tolong menolong dalam kebajikan dan takwa. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta’awun sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Berbisnis bukan mencari untung materiil semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

### 13. Menggunakan Akad Salam

---

<sup>46</sup> Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi...*, 25-27

Menurut Bahasa : dari kata “As salaf” : pendahuluan karena pemesan barang menyerahkan uangnya di muka. Pengertian salam menurut istilah yaitu, menurut Malikiyah, salam adalah jual beli dimana modal (harga) dibayar di muka, sedangkan barang diserahkan di belakang.<sup>47</sup>

Rukun salam menurut Jumhur Ulama meliputi:

- a. „Aqid, yaitu pembeli, dan penjual.
- b. Ma“qud „alaih, yaitu barang yang dipesan, dan harga atau modal salam.
- c. Shighat yaitu ijab dan qabul.

Disamping itu, ulama juga memberikan beberapa syarat untuk menentukan sahnya jual beli salam. Mayoritas ulama sepakat bahwa akad salam dikatakan sah, jika memenuhi 6 syarat, yaitu:

1. Jenis barangnya jelas
2. Spesifikasi jelas
3. Kadarnya jelas
4. Waktunya penyerahan jelas
5. Mengetahui kadar modal yang dibutuhkan
6. Menyebutkan tempat pemesanan atau penyerahan

Adapun syarat-syarat salam yang berkaitan dengan ras al-mal (modal/ harga/ alat pembayaran) yaitu:

- a) Jenisnya harus jelas, misalnya uang dinar atau dirham.
- b) Macamnya harus jelas.

---

<sup>47</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2013) 242



- c) Sifatnya jelas, misalnya bagus, sedang, atau jelek.
- d) Mengetahui kadar dari ras al-mal.
- e) Alat pembayaran harus dilihat atau diteliti agar diketahui dengan jelas baik atau tidaknya.
- f) Alat pembayaran (ras al-mal) harus diserahkan secara tunai di majelis akad sebelum para pihak meninggalkan majelis.

Adapun syarat muslim fih (ma<sup>q</sup>ud „alaih), yaitu:

- (1) Jenis barang yang dipesan harus jelas.
- (2) Macamnya juga harus jelas.
- (3) Sifatnya harus jelas.
- (4) Kadarnya juga harus jelas, baik takaran, timbangan, hitungan, atau meterannya.
- (5) Alat pembayaran dan barang pesanan harus berbeda jenisnya.
- (6) Barang pesanan harus berupa barang yang bisa dinyatakan.
- (7) Muslim fih (barang yang dipesan) hendaknya diserahkan dalam tempo yang akan datang, bukan sekarang (waktu dilakukannya akad).
- (8) Jenis barang pesanan harus ada di pasar, baik macamnya maupun sifatnya, sejak dilaksanakannya akad sampai datangnya masa penyerahan, dan diduga tidak pernah putus dari tangan manusia.

(9) Menjelaskan tempat penyerahan barang.<sup>48</sup>

Dengan kata lain, sebuah bisnis yang dijalankan oleh umat Islam haruslah bisnis yang dianjurkan atau diperbolehkan oleh syariat Islam. Dimana bisnis tersebut harus dilakukan dengan cara yang jujur, adil, dan tidak merugikan salah satu pihak.

## **2. Perilaku Bisnis Yang Dilarang**

Sebagai sebuah peraturan, hukum Islam tidak mengenal transaksi yang terbukti mengandung objek dan faktor yang tidak sah. Untuk hal tersebut, syariah Islam mengidentifikasi beberapa unsur yang akan dicegah dalam transaksi bisnis.

Islam telah mengemukakan secara jelas mengenai prinsip-prinsip yang menyangkut tentang kerangka dasar dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Dalam Al-Qur'an dan Sunnah membicarakan banyak norma dan prinsip yang mengatur hak dan kewajiban para pihak yang menjalankan kegiatan ekonomi.

### **1. Riba**

Allah SWT mengancam pelaku riba, baik di dunia dan di akhirat. Tak ada perbedaan dalam pandangan orang Islam mengenai larangan riba, dan seluruh aliran dalam Islam memandang bahwa kesenangan akan transaksi yang berdasarkan riba adalah sebuah dosa besar. Ini dikarenakan sumber primer syariah Islam yakni Al-Qur'an, Al-Hadis atau as-Sunnah, yang sangat mengutuk riba.<sup>49</sup>

### **2. Melakukan Penipuan**

---

<sup>48</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat...*, 247-249

<sup>49</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business And Economic Ethics ...*, 425

Allah SWT melarang menggunakan sumpah sebagai alat penipu. Nabi Muhammad SAW. sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktik sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun harus disadari bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.<sup>50</sup>

Qur'an surah An-Nahl ayat 92 :

وَلَا تَكُونُوا كَالَّتِي نَقَضَتْ غَزْلَهَا مِنْ بَعْدِ  
 قُوَّةٍ أَنْكَاثًا تَتَّخِذُونَ أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا  
 بَيْنَكُمْ أَنْ تَكُونَ أُمَّةٌ هِيَ أَرْبَى مِنْ  
 أُمَّةٍ إِنَّمَا يَبْلُوكُمُ اللَّهُ بِهِ وَلِيُبَيِّنَنَّ لَكُمْ  
 يَوْمَ الْقِيَامَةِ مَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

*Artinya:*

*“Dan janganlah kamu seperti seorang perempuan yang menguraikan benangnya yang sudah dipintal dengan kuat, menjadi cerai berai kembali, kamu menjadikansumpah (perjanjian) mu sebagai alat penipu di antaramu, disebabkan adanya satu golongan yang lebih banyak jumlahnya dari golongan yang lain. Sesungguhnya Allah Hanya menguji kamu dengan hal itu. dan Sesungguhnya di hari kiamat akan dijelaskan-Nya kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan itu.”*

### 3. Mengambil Secara Bathil

Allah SWT melarang mengambil harta secara bathil, seperti dalam surat AlBaqarah ayat 188:

---

<sup>50</sup>Veithzal Rivai,dkk, *Islamic Business And Economic Ethics ...*, 40

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
وَتَذُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا  
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ  
تَعْلَمُونَ

*Artinya:*

*“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui”*

#### 4. Berlaku Curang dan Merugikan

Allah SWT melarang berlaku curang dan merugikan orang lain. Allah SWT juga melarang merugikan orang lain dan berbuat kejahatan. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan . Kecurangan dalam menakar dan menimbang mendapat perhatian khusus dalam Al-Qur’an, karena praktik seperti itu telah merampas hak orang lain. Selain itu, praktik seperti itu telah juga menimbulkan dampak yang sangat buruk dalam dunia perdagangan yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang. Azab dan kehinaan yang besar pada kiamat disediakan bagi orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.<sup>51</sup>

Kecurangan pada dasarnya tidak hanya dalam bidang ekonomi saja, tetapi bisa dalam semua bidang. Kecurangan adalah simbol kebohongan. Kecurangan merupakan sebab dari timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat, padahal keadilan

---

<sup>51</sup> Veithzal Rivai, dkk, Islamic Business And Economic Ethics ..., 41

diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pemilik timbangan senantiasa dalam keadaan terancam dengan azab yang pedih apabila ia bertindak curang dengan timbangannya.

#### 5. Melakukan Ihtikâr (Penimbunan)

Al-ihtikaar الإحتكار berarti zalim (aniaya) dan merusak pergaulan.<sup>52</sup> Al-ihtikâr secara bahasa berasal dari kata hakara yang sama dengan kata istabadda, yang artinya bertindak sewenang-wenang yaitu praktik kesewenang-wenangan dengan menahan barang dagangan agar kelak dapat dijual dengan harga mahal. Maka, dalam kalimat ihtikara asy-syai`a secara bahasa bermakna jama`ahu wa ihtabasahu intidharan li ghaila`ihi fayabi`u bil katsiri (mengumpulkan sesuatu dan menahannya dengan menunggu naiknya harga, lalu menjualnya dengan harga yang tinggi). Sedangkan makna Al-ihtikâr secara istilah berarti orang yang mengumpulkan barang-barang dengan menunggu waktu naiknya harga, hingga warga setempat sulit untuk menjangkaunya.<sup>53</sup>

Ihtikâr ialah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh. Penimbunan atas dagangannya dan menantikan mahalnya harga dan pada saat itu menjual dengan harga setinggi-tingginya tidak dikehendaki oleh Allah SWT dan Rasul-Nya. Penimbunan dilarang dan dicegah oleh syari`at karena ia merupakan ketamakan dan bukti keburukan moral serta mempersusah manusia.

---

<sup>52</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)* (Jakarta: PTRajaGrafindo Persada, 2003) 150-151

<sup>53</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 28

Para Ahli Fiqih berpendapat bahwa yang dimaksud dengan penimbunan terlarang (diharamkan) adalah yang terdapat syarat sebagai berikut:

a. Bahwa orang tersebut menunggu saat-saat memuncaknya harga barang agar ia dapat menjualnya dengan harga yang tinggi karena orang sangat membutuhkan barang tersebut kepadanya.

b. Bahwa penimbunan dilakukan pada saat dimana manusia sangat membutuhkan barang yang ia timbun, seperti makanan, pakaian dan lain-lain. Jika barang-barang yang ada di tangan para pedagang tidak dibutuhkan manusia, maka hal itu tidak dianggap sebagai penimbunan, karena tidak mengakibatkan kesulitan pada manusia.

c. Mengupayakan adanya kelangkaan barang dengan cara menimbun stock.<sup>66</sup>

## 6. Monopoli

Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara, beserta tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral.<sup>54</sup> Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

## 7. Berkhianat Terhadap Rekan Bisnis

Allah SWT melarang berkhianat terhadap orang lain. Dalam surat Al-Anfaal ayat 27:

---

<sup>54</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business And Economic Ethics ...*, 42

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ  
وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ  
تَعْلَمُونَ

*Artinya:*

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu Mengetahui.”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dengan menganggap sepi fardhu-fardhu yang disyariatkan-Nya, atau melanggar batas-batas-Nya dan menerjang hal-hal yang Dia suruh menghormatinya, yang telah Dia terangkan kepadamu dalam KitabNya. Dan janganlah kamu mengkhianati Rasul dengan tidak menyukai keterangan yang dia sampaikan mengenai Kitab Allah, justru yang kamu sukai keterangan mengenainya dengan hawa nafsumu sendiri, atau berdasarkan pendapat gurugurumu atau nenek moyangmu atau instruksi dari para pemerintahmu, atau kamu tinggalkan sunnah Rasul, sedang yang kamu anut justru tradisi nenek moyangmu dan para pemimpinmu, karena kamu menyangka mereka lebih tahu tentang yang dikehendaki Allah dan Rasul-Nya daripada dirimu sendiri.

#### 8. Spekulasi (Gharar)

Secara bahasa, gharar mempunyai arti hal yang tidak diketahui atau bahaya tertentu. Sedangkan menurut terminologi fiqih, gharar merupakan hal yang tidak

diketahui terhadap akibat satu perkara atau transaksi atau ketidakjelasan antara baik dan buruknya. Dalam surat Al-Maidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ  
وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ  
الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya:*

*“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Hai orang-orang yang membenarkan Allah dan Rasul-Nya, sesungguhnya khamr yang kalian minum, judi yang kalian lakukan, binatang-binatang ternak yang kalian kurbankan untuk berhala, dan anak-anak panah yang kalian gunakan untuk mengundi nasib, adalah perbuatan setan, dan dia membaguskan perbuatan itu agar kalian melakukannya. Ia bukan perbuatan yang disunatkan Tuhan kepada kalian, bukan pula yang diridhai-Nya. Tinggalkanlah dan jauhilah perbuatan keji ini, sambil berharap semoga kalian beruntung dengan apa yang diwajibkan atas kalian, berupa pensucian jiwa, kesehatan badan dan saling mencintai diantara kalian.<sup>55</sup>

9. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan social

---

<sup>55</sup> Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi...*, 36

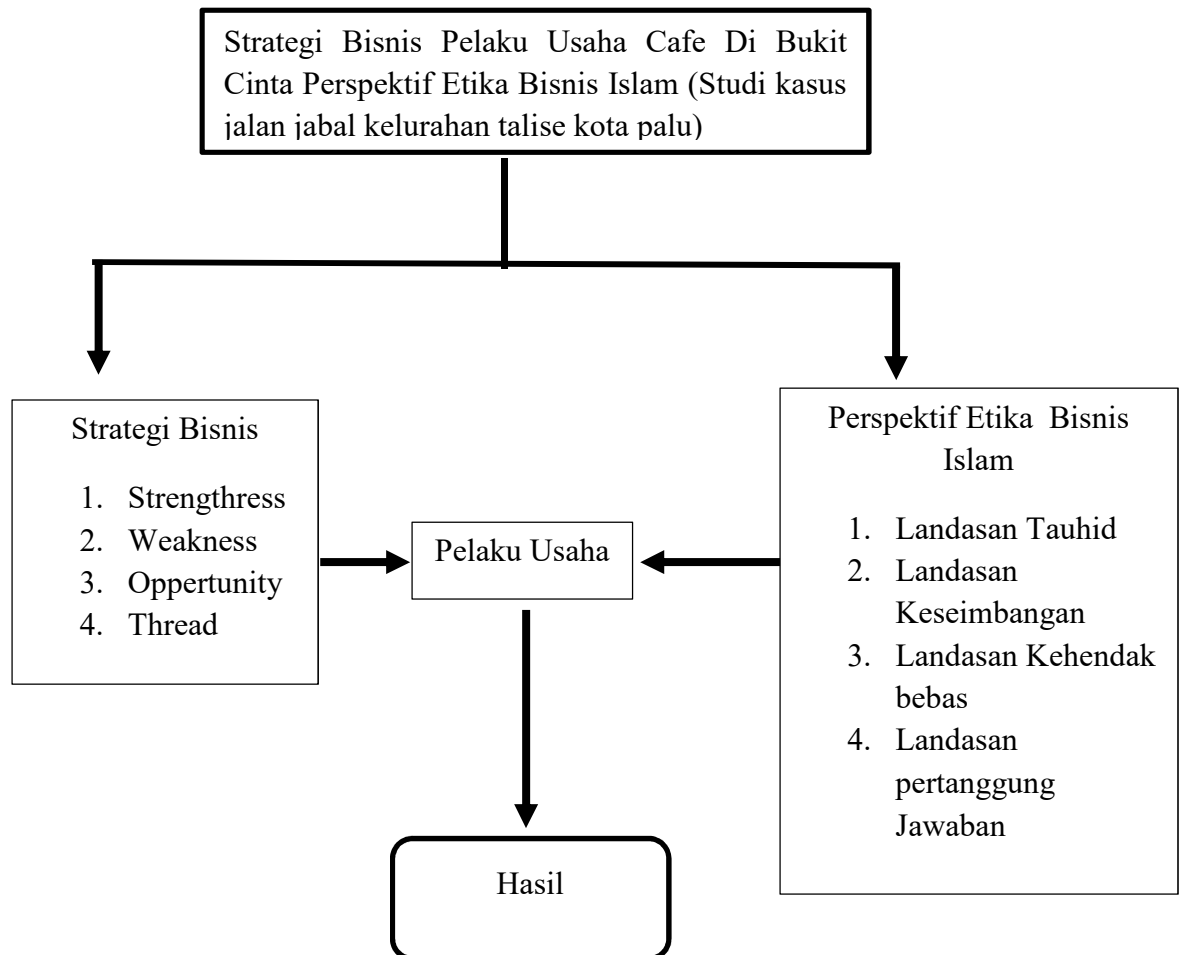


Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi kekacauan politik. Tidak boleh menjual barang halal seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang dalam Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.

Dengan kata lain, sebagai umat Islam sudah sepantasnya kita melakukan apa yang diperbolehkan dan meninggalkan apa yang dilarang oleh syariat Islam. Salah satu contohnya dalam masalah bisnis atau jual beli. Bisnis yang dilakukan haruslah bisnis atau jual beli yang diperbolehkan dalam syariat Islam. Islam melarang umatnya untuk melakukan bisnis yang dilarang, contohnya bisnis yang dijalankan mengandung riba, melakukan penipuan, dan melakukan penimbunan (ikhtikâr).

Gambar 2.1

## Kerangka berpikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Penelitian kualitatif penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Penelitian ini masuk sebagai kategori penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif pada prinsipnya merupakan salah satu upaya untuk menemukan teori yang dapat menunjang hasil penelitian. Dengan pendekatan tersebut, data dikumpulkan kemudian dianalisis, diabstraksikan, sehingga muncul teori-teori sebagai penemuan penelitian kualitatif. Imron Arifin mengemukakan “penelitian kualitatif bersifat fleksibel, terbuka dan dikondisikan berdasarkan data yang ada di lokasi penelitian.”<sup>1</sup>

Definisi lain dari penelitian kualitatif juga dikemukakan oleh Taylor dalam Lexy J. Maelong bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang

---

<sup>1</sup>Imron Arifin, *Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial Keagamaan* (Cet, III; Malang : Kalimasada Press, 1996,)40.

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilakunya di amati.<sup>2</sup>

Adapun pertimbangan-pertimbangan dalam pendekatan kualitatif ini sebagai berikut:

1. Penyesuaian pendekatan kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda.
2. Bersifat Langsung antara peneliti dengan responden
3. Lebih peka dan lebih menyesuaikan diri dengan banyak peninjauan pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>3</sup>

Alasan utama peneliti memilih pendekatan kualitatif, disamping sebagai metode yang cocok dengan arah penelitian ini, juga karena peneliti menganggap bahwa metode ini merupakan cara bertatap langsung dengan informan yang tidak lagi dirumuskan dengan berbentuk angka-angka cukup dengan cara observasi, wawancara, dan pengumpulan data atau intisari dokumen yang ada.

## **B. Lokasi Penelitian**

Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah di Kelurahan Talise Kecamatan Mantikulore Kota palu. Lokasi penelitian dianggap oleh peneliti sangat tepat, mengingat peneliti sendiri memiliki usaha di lingkungan tersebut, serta lokasi tersebut memiliki beberapa masyarakat yang menggeluti usaha cafe di bukit cinta.

---

<sup>2</sup>Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. 10: (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990,) 3.

<sup>3</sup>*Ibid*,6.

### ***C. Kehadiran Peneliti***

Kehadiran peneliti mutlak diperlukan dalam penelitian kualitatif agar tidak menimbulkan kecurigaan, maka dalam penelitian ini perlu memberitahukan identitas dan status peneliti kepada informan yang terkait. Sedangkan peranan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah sebagai perencana, pelaksana pengumpul data, analisis dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya.<sup>4</sup>

Kehadiran peneliti berfungsi sebagai pengamat penuh yang mengawasi obyek penelitian dan mengadakan wawancara langsung kepada pihak-pihak yang dianggap berpengaruh dalam penelitian tersebut, seperti kepala desa, tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki usaha khususnya di cafe bukit cinta , serta objek penelitian ini sendiri yaitu pelaku usaha di café bukit cinta Untuk itu yang tak kalah pentingnya disini adalah kehadiran peneliti diketahui oleh subyek penelitian secara jelas yaitu selama proses penelitian berlangsung.

### ***D. Data dan Sumber Data***

Data dan sumber data merupakan faktor kedua setelah peneliti sebagai penentu keberhasilan suatu penelitian. Penelitian apapun tidak bisa dikatakan suatu penelitian yang bersifat ilmiah bila tidak ada data dan sumber data yang dapat dipercaya. Apalagi jenis penelitian ini bersifat kualitatif, maka menurut Lofland, yang dikutip Moleong mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian

---

<sup>4</sup>Lexy J. Maelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1990,) 121.

kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain.<sup>5</sup>

Menurut S. Nasution, sumber data dalam suatu penelitian ini di kategorikan dalam dua bentuk yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer yaitu jenis data yang di peroleh lewat pengamatan lapangan secara langsung, wawancara langsung dengan informan dan nara sumber.<sup>6</sup> Adapun yang menjadi informan utama dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang ada di cape bukit cinta, serta elemen yang berhubungan dengan judul penelitian.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang yang merupakan data lengkap yang diperoleh dari literatur-literatur, dokumen-dokumen dan lain-lain,<sup>7</sup> yang dapat menunjukkan kondisi obyektif lokasi penelitian seperti Strategi Bisnis Pelaku Usaha Cafe di Bukit Cinta dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

Dalam penelitian penggunaan metode yang tepat sangat diperlukan untuk menentukan tehnik dan alat pengumpul data yang relevan memungkinkan diperolehnya data yang ojektif. Selanjutnya untuk meperoleh data yang objektif, maka dalam penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data sebagai berikut.

---

<sup>5</sup>*Ibid*,112.

<sup>6</sup>Nasution, *Metode Research* (cet. 4, Jakarta: Bumi Aksara 2004,) 143.

<sup>7</sup>*Ibid*,143.

### 1. Tehnik Observasi (pengamatan secara langsung)

Observasi atau pengamatan adalah mengamati gejala-gejala dalam katagori yang tepat, mencermati berkali-kali dan mencatatat dengan menggunakan alat bantu cetak. Metode ini dengan menggunakan pengamatan yang dilakukan oleh semua indra baik secara langsung maupun tidak langsung dalam waktu tertentu dimana fakta dan data tersebut ditentukan. Sebagai metode ilmiah dapat di artikan sebagai pengamatan, pencatatan dengan sistematis tentang fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>8</sup> Dalam hal ini penyusun mengadakan pengamatan secara langsung sekaligus terlibat dalam segala kegiatan keseharian masyarakat di Kelurahan Talise khususnya pelaku usaha cafe bukit cinta di lokasi pertanian.

### 2. Dokumentasi.

Teknik pengumpulan data yang satu ini dilakukan dengan cara menghimpun sejumlah dokumen-dokumen dan arsip-arsip penting yang menunjang penelitian ini. Serta hal lain yang digunakan penulis selama mengadakan penelitian untuk memperoleh data di lapangan adalah menghimpun dokumen-dokumen atau uraian-uraian yang dianggap dapat membantu memberikan data yang lengkap. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dari sumber yang ada dan merupakan data sekunder. Hal ini dilakukan dengan mengadakan pencatatan dari sumber yang sifatnya resmi, dengan menelaah dokumen penting yang menunjang kelengkapan data.

---

<sup>8</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Resarch II* ( Yayasan penerbit. Fakultas Psikologi UGM, 1987,)

### 3. Wawancara.

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>9</sup> Dalam pelaksanaannya tehnik wawancara langsung, yaitu tehnik pengumpulan data dengan mempergunakan pedoman wawancara sebagai alatnya.

Secara umum ada dua jenis tehnik wawancara, yaitu:

a. Wawancara terstruktur merupakan jenis wawancara yang sering juga disebut sebagai wawancara terfokus. Dalam wawancara terstruktur masalah ditentukan oleh penelitisebelum wawancara dilakukan. Pertanyaan telah diformulasikan peneliti, dan respondenya diharapkan menjawab dalam bentuk yang sesuai dengan kerangka kerja pewawancara dan definisi permasalahan.<sup>10</sup>

b. Tidak terstruktur bersifat luwes susunan pertanyaan dan kata kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara termasuk karakteristik sosial budaya (suku,agama, gender, usia, tingkat pendidikan, das.).<sup>11</sup>

Adapun yang penulis wawancarai adalah kepala lurah talise, pelaku usaha cafe bukit cinta dan pegunjung cafe bukit cinta .

---

<sup>9</sup>*Ibid*, 83.

<sup>10</sup>Masykuri Bakri,*Metode Penelitian Kualitatif, Tinjauan Teoritis Dan Praktis* (Lembaga Penelitian Universitas Malang, Kerjasama Dengan Visipress Media february 2009,) 127.

<sup>11</sup>*Ibid*,154.



## **F. Teknik Analisis Data**

Data yang telah diperoleh akan di analisis secara kualitatif. Teknik analisis data yang di gunakan adalah:

### 1. Reduksi Data.

Menurut Matthew B. Milos dan A. Michel Huberman; bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemutusan perhatian dan penyederhanaan, pengabsahan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertentu dilapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.<sup>12</sup>

Jadi, yang penulis maksudkan dengan reduksi data adalah kegiatan yang merangkum data yang ada dilapangan, kemudian mengambil dari beberapa data yang dianggap mewakili untuk dimasukkan dalam pembahasan ini. Sehingga data yang disajikan mudah untuk dipahami.

### 2. Penyajian Data.

Penyajian data maksudnya adalah menyajikan data yang telah direduksi dalam model-model tertentu untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran terhadap data tersebut. Menurut Matthew B. Milos dan A. Michel Huberman bahwa:

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data, kami membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan

---

<sup>12</sup>Matthew B. Millos, et al, *Qualitative data Analisis diterjemahkan oleh Tjetjep Rohidi dengan Judul Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode Baru.* ( Jakarta: UI-Press, 1992,) 116.

melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis ataukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang di dapat dari penyajian tersebut.<sup>13</sup>

### 3. Verifikasi Data dan Penarikan Kesimpulan

Verifikasi data artinya memeriksa kembali data yang telah disajikan sehingga penyajian dan pembahasan lebih akurat. Teknik verifikasi data dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

1. Deduksi; analisis yang berangkat dari data yang bersifat umum untuk mendapatkan kesimpulan yang bersifat khusus.
2. Induksi; analisis yang berangkat dari data yang bersifat khusus untuk mendapatkan kesimpulan yang bersifat umum.
3. Komparatif; analisis yang membandingkan beberapa data untuk mendapatkan kesimpulan persamaan maupun perbedaan.

### ***G. Pengecekan Keabsahan Data***

Sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. moleong dalam buku metodologi penelitian kualitatif , bahwa:

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi “positivisme’ dan disesuaikan dengan tuntunan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman,19.

<sup>14</sup>Lexy J. Moleong, 171.

Pencetakan keabsahan data dalam suatu penelitian kualitatif yang dibutuhkan untuk mendapatkan validitas dan tingkat kredibilitas data yang diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pembahasan (diskusi), dimana penulis mengumpulkan teman-teman yang dianggap mengerti tentang judul proposal ini melalui data yang penulis peroleh dan hasil penelitian.

Pengecekan keabsahan data juga dimaksudkan agar tidak terjadinya keraguan terhadap data yang diperoleh baik itu penulis sendiri maupun para pembaca sehingga dikemudian hari nantinya tidak ada yang dirugikan terutama penulis yang telah mencururkan segenap tenaganya dalam menyusun karya ilmiah ini.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran Bukit Cinta**

Bukit Cinta kota Palu merupakan salah satu daerah di Kota Palu Sulawesi Tengah yang berada di daerah Talise kecamatan Mantikulore, yang dulunya di berupa sebuah bukit yang memiliki potensi yang sangat baik dalam industry pariwisata khususnya dalam rangka memanfaatkan sumber daya alam dan budaya masyarakat sekitar yang menjadi daya tarik oleh Masyarakat secara luas. Strategi pengembangan kepariwisataan merupakan upaya yang dilakukan pengelola untuk meningkatkan potensi pada objek wisata bukit cinta Kota Palu.

Pemerintah kota palu telah memberikan fasilitas tempat untuk membangun taman kota palu disertai dengan tempat olahraga dan cafe. Pemerintah kota palu membangun ketiga aikon tersebut dengan harapan pendapatan daerah akan selalu bertambah. Bukit cinta juga dekat dari universitas perguruan tinggi di mana ketika usai mata kuliah maka mahasiswa akan datang ke cafe untuk berkumpul dan memesan makanan serta melakukan kerja kelompok dan diskusi.

##### **2. Cafe di Bukit Cinta**

Cafe adalah tempat yang didesain secara tradisional ataupun modern menyerupai restoran dan dikelola secara komersial yang menyediakan jasa pelayanan minuman dan makanan ringan yang menu minumannya lebih banyak dari pada makanannya. Pengaruh modernisasi yang tampak jelas dalam cafe adalah sebagai berikut: *Pertama*, pergeseran fungsi cafe yang dulunya hanya sebagai tempat minum dan makan, namun sekarang menjadi suatu tempat yang nyaman

untuk tinggal berlama-lama dengan yang menyenangkan dengan konsep cafe yang berada di atas bukit yang membuat konsumen betah untuk menghabiskan waktu di Cafe Bukit Cinta tersebut. *Kedua*, adalah perubahan gaya hidup masyarakat kota, salah satu jenis tempat makan yang dipandang mampu mencerminkan gaya hidup serta kelas sosial.

Keberadaan cafe saat ini sedang menjadi *trend*. Selain di mall atau di hotel, cafe juga dapat ditemukan di atas bukit yang memberikan kesan estetik bagi konsumen yang mengunjungi Bukit Cinta, sehingga persaingannya pun semakin ketat. Eksistensi cafe di Bukit Cinta Kota Palu kini telah menjadi pemandangan yang biasa. Melalui beragam nama, mulai dari warung kopi sampai cafe tumbuh seperti jamur di musim hujan di Bukit Cinta.

Menjamurnya cafe-cafe di kawasan Bukit Cinta ini juga didukung secara tidak langsung oleh karakter masyarakat suatu daerah yang baru berkembang dimana individu-individu sangat sulit untuk dikendalikan. Sesuai dengan kebutuhan modernisasi, kafe tidak untuk tempat nongkrong anak-anak remaja, tapi bisa sebagai tempat untuk mengerjakan tugas sekolah yang nyaman dan lebih bebas dibandingkan di rumah, dengan makanan cepat saji. Malam harinya, terkhusus pada malam minggu cafe-cafe malah dibanjiri para remaja.

Cafe menjadi ikon baru bagi masyarakat yang ada di kota-kota besar maupun kota yang berkembang untuk melakukan interaksi, baik berupa pertemuan yang membicarakan hal yang serius maupun yang hanya bercanda dan menghabiskan waktu luang, cafe juga di pakai sebagai tempat untuk mendapatkan fasilitas tertentu, seperti tempan swafoto.

Cafe-cafe ini banyak memberi layanan sebagai pusat interaksi sosial. Cafe memberi kesempatan kepada anggota-anggota masyarakat untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau hanya sekedar membuang waktu baik secara individu maupun kelompok. Sekedar berkumpul di

cafe saat ini bagi masyarakat Kota Palu menjadi sebuah kegiatan yang memiliki kesenangan tersendiri.

Cafe dianggap sebagai suatu tempat makan yang berkelas yang mampu menghadirkan suasana santai yang dibutuhkan. Cafe dimanfaatkan sebagai sarana bersantai bersama teman atau keluarga, bersosialisasi dengan rekan bisnis, ada juga yang datang untuk menemukan suasana kesendirian. Saat ini menikmati jamuan di café menjadi kebiasaan atau gaya hidup baru disetiap lapisan masyarakat, bukan lagi hanya untuk kalangan eksekutif.

Adapun daftar pemilik cafe yang berada di kawasan Bukit Cinta kota Palu berdasarkan pengamatan penulis adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Daftar pemilik Cafe Bukit Cinta**

No	Nama Pemilik Cafe	Nama Cafe	Umur Usaha
1.	Ibu Hasna	Cafe Nurfadilah	5 Tahun
2.	Bapak Zakir	Cafe Salsabila	6 Tahun
3.	Ibu Aminah	Cafe Senja	4 Tahun
4.	Ibu Kirani	Cafe KMB	4 Tahun

Perkembangan cafe memiliki tempat tersendiri bagi para penikmatnya. Seiring dengan perkembangannya zaman cafe terus bertransformasi menjadi lebih baik dari waktu ke waktu.

**B. Hasil dan Pembahasan**

**1. Strategi Bisnis yang di terapkan pelaku usaha di Cafe Bukit Cinta**

Dari hasil wawancara dengan informan, maka analisis Faktor Internal dan Eksternal Metode SWOT pada Cafe di Bukit Cinta adalah sebagai berikut:

**a. Faktor Internal Cafe di Bukit Cinta.**

1) Kekuatan (*Strength*)

a) Harga yang ditetapkan Murah.

Pada umumnya, bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Setiap penentuan harga dapat menjadi faktor penentu tersendiri. Karena pada dasarnya harga murah menjadi daya tarik dari pembeli. Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Persaingan terkait harga yang terjadi pada usaha cafe yang berada di Bukit Cinta adalah hal yang wajar terjadi, hal ini dikarenakan faktor biaya produksi yang ada dan juga faktor strategi yang dimiliki masing-masing cafe. Hal ini sebagaimana yang hasil wawancara penulis terhadap pemilik usaha cafe Bukit Cinta:

“Masalah harga yah seperti yang saya katakan di awal bahwa orientasi saya berfokus kepada Kalangan yang muda mudi kayak mahasiswa jadi diusahakan yang ramah ke kantong mahasiswa”<sup>1</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis mengatakan bahwa dalam bertransaksi, para pemilik cafe memiliki pemahaman yang baik mengenai persaingan dari segi harga yang mereka gunakan berdasarkan seperti apa sasaran pasar mereka. Hal yang sama diungkapkan oleh pemilik usaha cafe lainnya yang ada di Bukit Cinta ketika dilakukan wawancara oleh penulis :

“Kalau saya produknya yah kopi, minuman ringan dingin atau panas, ada juga jus, ada juga greentea yang katanya kekinian untuk anak-anak gaul. Kalau masalah harganya yah disesuaikan dengan modalnya. Tapi saya rasanya harga hampir sama dengan cafe yang lain, karena kalau di jual lebih mahal otomatis pengunjung tidak akan datang untuk yang kedua kalinya. Tapi kalau di jual terlalu murah juga nantinya kita yang akan rugi. Jadi, intinya harga di sesuaikan dengan biaya produksinya”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Ibu Kirani, Pemilik Usaha Bisnis Cafe KMB, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Zakir, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Salsabila, pada tanggal 16 Juli 2023

“Soal harga yah sama dengan cafe-cafe lainnya, harga standar. Apalagi sekarang jamannya harga murah terus enak, makanya harganya disesuaikan asal tidak terlalu mahal”<sup>3</sup>

Dari wawancara yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat bahwa persaingan yang mereka lakukan adalah jenis persaingan yang sehat termasuk dalam hal penentuan harga. Mereka memahami bahwa dalam persaingan bisnis, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt., dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

تَرَاضٍ يَأْيُهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَقَاتُلٍ أَنْفُسِكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا مِّنكُمْ ۖ وَلَا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.<sup>4</sup>

Surat an-Nisa ayat 29 tersebut merupakan larangan tegas mengenai memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil. Memakan harta sendiri dengan jalan bathil adalah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan cara bathil ada berbagai caranya, seperti pendapat Suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, menganiaya. Termasuk juga dalam jalan yang batal ini segala jual beli yang dilarang syara’<sup>5</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, serta bagaimana implementasinya terhadap para pemilik usaha cafe di Bukit Cinta penulis mengambil kesimpulan bahwa para pengusaha menjalankan persaingan bisnis yang sehat dari segi harga.

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ibu Amina, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Senja, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>4</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 107.

<sup>5</sup> Syekh. H. Abdul Halim Hasan Binjai, 2006: 258.



Melalui observasi dan perbandingan menu yang tersedia pada setiap Cafe, harga yang ditetapkan kebanyakan Cafe di Bukit Cinta memang Murah, alasan dari Cafe di Bukit Cinta memiliki harga murah pada produknya adalah dalam bertransaksi, para pemilik cafe memiliki pemahaman yang baik mengenai persaingan dari segi harga yang mereka gunakan berdasarkan seperti apa sasaran pasar mereka, mereka menyesuaikan target pasar yang sudah mereka tetapkan, dengan mempertimbangkan modal yang mereka keluarkan.

Adapun daftar menu dan harga cafe yang berada di kawasan Bukit Cinta kota Palu berdasarkan pengamatan penulis adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Daftar Menu dan Harga cafe Bukit Cinta**

No	Daftar menu makanan dan minuman	Daftar harga
1	Roti bakar coklat keju	Rp. 15.000
2	Stik kentang saus	Rp. 25.000
3	Stik pisang coklat keju	Rp. 25.000
4	Stik pisang coklat keju milo	Rp. 30.000
5	Pisang goreng sambel	Rp. 15.000
6	Pisang goreng coklat keju	Rp. 20.000
7	Pisang peppe sambal terasi	Rp. 15.000
8	Ubi goreng	Rp. 25.000
9	Nasi goreng telur	Rp. 15.000
10	Mie goreng telur	Rp. 15.000
11	Mie goreng komplit	Rp. 20.000
12	Mie kuah komplit	Rp. 20.000
13	Mie kuah telur	Rp. 15.000
14	Martabak mie	Rp. 15.000
15	Martabak mie komplit	Rp. 20.000
16	Pop ice coklat	Rp. 10.000
17	Pop ice taro	Rp. 10.000
18	Pop ice strobery	Rp. 10.000
19	Pop ice vanilla blue	Rp. 10.000

20	Cappucino dingin/panas	Rp. 10.000
21	Milo dingin/panas	Rp. 10.000
22	Fanta susu	Rp. 10.000
23	Suprite susu	Rp. 10.000
24	Coca cola dingin	Rp. 10.000
25	Tebz dingin	Rp. 10.000
26	Teh dingin/panas	Rp. 5.000
27	Kopi O	Rp. 8.000
28	Kopi susu	Rp. 10.000
29	Saraba gula merah	Rp. 10.000
30	Saraba susu	Rp. 15.000
31	Saraba susu telur	Rp. 20.000
32	Air mineral	Rp. 5.000
33	Alpoket	Rp. 15.000
34	Mangga	Rp. 15.000
35	Buah naga	Rp. 15.000
36	Es Jeruk	Rp. 10.000
37	Jus Oreo	Rp. 15.000

b) Lokasi yang strategis.

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung. Tempat untuk melakukan kegiatan menjadi hal yang penting bagi para pemilik usaha cafe di Bukit Cinta. Para pemilik usaha cafe di Bukit Cinta Meskipun pada kenyataannya mereka menggunakan tempat yang sama, namun mereka melakukan persaingan yang sehat. Hal ini sebagaimana wawancara dengan beberapa pemilik usaha cafe di Bukit Cinta:

“Tempatnya memang harus bagus dan nyaman, apalagi harus memperhatikan banyak hal. Jadi buka hanya lokasi tempat nongkrongnya yang diperlukan.”<sup>6</sup>

“Dalam memilih lokasi memang harus yang strategis dan menarik minat

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Amina, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Senja, pada tanggal 10 Juli 2023.

pengunjung. Contohnya disini, karena lokasi yang strategis, jadi banyak yang membuat cafe, tetapi walaupun banyak yang berada di tempat yang sama, kita harus percaya kalau rejeki sudah ada yang atur”<sup>7</sup>

Persaingan terkait tempat pada para pemilik usaha cafe tidak terjadi, karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Sebagai seorang muslim, kita harus menyadari bahwa bisnis yang dilakukan adalah sebagai upaya dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah. Setiap jiwa sudah ditentukan rejekinya masing-masing. Jadi pada dasarnya tidak akan tertukar dan tidak mungkin lari kemana-mana. Jika hal tersebut bukan rejeki, sekuat apapun kita mengusahakannya, kita tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya jika memang sudah menjadi rejeki kita, maka akan datang dengan sendirinya. Manusia hanya bertugas berikhtiar menjemput rejeki dengan sebaik-baiknya. Melakukan usaha tanpa harus melanggar norma yang ada serta jangan pernah takut akan kekurangan rejeki atau kehilangan rejeki hanya karena anggapan bahwa diambil oleh pihak lain. Hal ini sebagai mana firman Allah swt., dalam Q.S Al-Mulk Ayat 15:

نُشُورُهُو الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهَا وَإِلَيْهِ الْأ

Terjemahnya:

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”<sup>8</sup>

Hanya Allah semata yang menjadikan bumi mudah dijelajahi dan terbentang untuk kalian, yang kalian bisa tinggal di atasnya. Berjalanlah di penjuru-penjuru dan ujung-ujungnya. Makanlah rizki Allah yang Dia keluarkan untuk kalian dari bumi. Hanya kepada Allah semata kebangkitan dari alam kubur untuk perhitungan amal dan pembalasan.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ibu Kirani, Pemilik Usaha Bisnis Cafe KMB, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>8</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 823.

Dalam ayat ini terkandung dorongan mencari rizki dan bekerja. Dan di dalam ayat ini juga terkandung petunjuk bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang haq, tidak ada sekutu bagiNya, juga menunjukkan kuasaNya, mengingatkan nikmatNya, dan memperingatkan dari kecenderungan kepada dunia.<sup>9</sup>

Hal tersebut serupa dengan wawancara yang juga dilakukan oleh penulis kepada pemilik usaha cafe di Bukit Cinta:

“Kalau masalah tempat memang harus dicari tempat yang strategis supaya usaha dapat berjalan lancar. Apalagi kalau lokasinya memang bagus untuk swafoto seperti ini pasti banyak yang berniat untuk membuka usaha yang sama. Tetapi disini kami tidak mememasalahkan karena rejeki sudah ada yang mengatur.<sup>10</sup>

c) Tempat yang bernuansa wisata Perbukitan

Suasana di Cafe yang berada di Bukit Cinta menyajikan posisi terbuka yang mempunyai nuansa perpaduan alam, lokasi ini memang sudah dipikirkan sejak dari awal terbuka dan menjadi ciri khas Cafe yang berada di Bukit Cinta itu sendiri. Penyajian suasana ini diharapkan menjadi factor penting untuk menarik minat konsumen agar nyaman untuk menghabiskan waktu berada di Cafe tersebut.

“Kalau menurut saya di sini bagus, suasananya, baru pemandangannya enak di liat bisa liat kota palu dari atas, baru banyak juga cafe di sini bisa ngemil sambil nongrong”<sup>11</sup>

“Enak disini dekat dengan kampus, dekat taman juga jadi bagus, kalau ada waktu kosong biasanya kita pergi ke bukit cinta bacari suasananya, kan enak di liat itu, baru banyak angin jadi sekalian healing udah itu.”<sup>12</sup>

d) Ketersediaan lapangan parkir yang luas

---

<sup>9</sup> Kementerian Agama Saudi Arabia, *Tafsir Al-Muyassar...*, 15

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Zakir, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Salsabila, pada tanggal 16 Juli 2023

<sup>11</sup> Bayu Adias salah satu Konsumen cafe cinta pada tanggal 17 juli 2023

<sup>12</sup> Yusuf salah satu konsumen di Cafe Bukit Cinta pada tanggal 17 juli 2023

Kapasitas lapangan parkir yang disediakan di Bukit Cinta sangatlah luas, bisa menampung banyak kendaraan motor dan mobil, dilihat dari awal pembukaan wisata Bukit Cinta kota Palu lapangan parkir tidak pernah menjadi keluhan oleh konsumen. Ketersediaan lapangan parkir yang luas ini juga diharapkan sebagai factor penting untuk kesuksesan Bukit Cinta Kota Palu.

“ Kalau disini bagusya dia luas juga tempat parkirnya luas jadi biar banyak mobil tidak masalah, kalau hari libur kan juga rame di sini“<sup>13</sup>

Salah satu keuntungan fasilitas yang diberikan di kawasan di Bukit cinta ialah lahan parkirnya yang luas sehingga dapat menampung banyaknya kendaraan pengunjung yang ada baik beroda dua ataupun empat.

#### e) Produk

Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Produk merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagangan (produk) adalah hal yang wajar. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

Para pelaku usaha dalam menyediakan barang dagangan (produk) yang beragam untuk melanggengkan para pembeli. Jika terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang lebih dipilih pembeli berarti ia tidak menyandarkan segala aktivitas bisnisnya pada Allah semata. Jika ada pedagang merasa iri dan menjelek-jelekkkan produk pedagang lain, dengan harapan pembeli berpihak padanya berarti pedagang tersebut tidak menjalankan prinsip etika bisnis

---

<sup>13</sup> Fikran salah satu konsumen di Cafe Bukit Cinta pada tanggal 17 juli 2023

Islam terkait untuk menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi pelaku dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Keyakinan bahwa rejeki semata-mata dari Allah swt., akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pedagang muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakkal yang kokoh dalam melakukan usaha. Selama melakukan kegiatannya akan senantiasa menyandarkan segala seuatunya hanya kepada Allah swt., semata. Apabila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Pada intinya segala seuatunya dihadapi dengan sikap yang positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

“Kalau produknya kan beda-beda, karena usaha saya cafe jadi yang saya jual seperti minuman panas dan dingin, makanan ringan. Masalah harga yah karena seperti yang saya katakana di awal bahwa orientasi saya berfokus kepada anak muda seperti mahasiswa jadi diusahakan yang ramah ke kantong mahasiswa”<sup>14</sup>

“Kalau saya produknya yah kopi, minuman ringan dingin atau panas, ada juga jus, ada juga greentea yang katanya kekinian untuk anak-anak gaul”<sup>15</sup>

Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis melakukan wawancara kepada para pemilik cafe di Bukit Cinta. mengenai produk yang mereka jual guna melihat bagaimana bentuk persaingannya. Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing. Hal-hal yang secara umum terkait dengan produk adalah:

- a. Kualitas (*input-process-output*): Kualitas bukan hanya ketika produk tersebut telah sampai pada konsumen tetapi ketika produk tersebut akan dibuat sehingga kualitas mencakup mulai dari *input*, *process*, serta *output* dari

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Ibu Kirani, Pemilik Usaha Bisnis Cafe KMB, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Ibu Amina, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Senja, pada tanggal 10 Juli 2023

produk tersebut.<sup>104</sup> berdasarkan wawancara yang diperoleh oleh penulis adalah sebagai berikut:

“Kalau dari segi kualitas kami menjamin bahwa kualitas yang kami berikan sesuai dengan harga yang kami tentu akan. jadi tidak mungkin kalau misalnya harganya mahal tapi kualitasnya jauh dibawah standar.”<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa kualitas produk sangat diperhatikan oleh pemilik usaha. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara yang diperoleh dari pemilik cafe lainnya:

“Dari segi kualitas produk, ditempat kami bukan hanya ketika produk itu sudah sampai dimasyarakat. Jadi dimulai ketika bahannya masih mentah, kemudian prosesnya, hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Karena bagi kami menjadi kualitas suatu produk adalah hal yang sangat penting, dan berpengaruh terhadap usaha kami nantinya”.<sup>17</sup>

- b. Varian (lengkap ragam pilihannya): ragam macam pilihan yang ditawarkan terhadap konsumen merupakan salah satu hal penentu dalam persaingan. Melalui banyaknya varian yang ditawarkan daya beli konsumen tidak haya berpatokan terhadap satu produk tetapi pada banyak produk.<sup>18</sup>

“Produknya macam-macam, ada Kopi, Sarebba Gula merah, Tea, Sarebba susu. Jadi misalnya pada produk minuman jenis Jus, bukan hanya satu yang ditawarkan tetapi banyak macam variannya seperti: Alpukat, Mangga, Buah Naga, Es jeruk, dll.”<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa dalam setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki bermacam-macam varian. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Ibu Amina, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Senja, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>17</sup> Wawancara dengan Ibu Hasna, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Nurfadilah, pada tanggal 26 Juni 2023

<sup>18</sup> Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah (Buku 1)* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015) h.78

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Zakir, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Salsabila, pada tanggal 16 Juli 2023.

pemilik cafe lainnya:

“Produknya macam-macam, kalau dari makanan kami punya jenis Nasi Goreng, Aneka Mie Goreng Maupun Kuah, Martabak, dan Snack terdapat banyak varian seperti: Roti Bakar , Stik Kentang, Stik pisang, pisang goreng, pisang peppe, Ubi Goreng”<sup>20</sup>

## 2) Kelemahan (Weakness)

### a) Kurang maksimalnya pelayanan seiring dengan bertumbuhnya peminat.

Pelayanan yang terbaik kepada pelanggan menjadi tolak ukur kesuksesan dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan namun ini menjadi permasalahan pada Beberapa Cafe di Bukit Cinta. Kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan karena minimnya karyawan membuat waktu penyediaan permintaan menjadi lama sehingga membuat konsumen bosan dalam menunggu maka untuk kedepan Beberapa Cafe di Bukit Cinta berencana mengadakan recruitment karyawan yang baru untuk memenuhi kebutuhan pelayanan tersebut.<sup>21</sup>

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Konsep Islam mengajarkan dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syariat Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terima kasih. Sebaliknya pedagang yang

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Ibu Amina, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Senja, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>21</sup> Ibu Hasna, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Nurfadilah, pada tanggal 26 Juni 2023



memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.

“Kalau saya seperti ini, saya jadikan diri saya seperti konsumen. Apa yang saya sukai dan apa yang saya tidak suka. Misalnya, kalau pelayanannya lama sedangkan pembeli sedikit kan tidak wajar. Beda kalau misalnya memang ramai kan wajar. Jadi intinya saya memosisikan diri sebagai konsumen, supaya bisa tau apa yang diinginkan oleh konsumen.”<sup>22</sup>

“Tentu saja harus ramah, karena intinya diawal itu penjual harus ramah sama pembeli. Kalau tidak ramah, bisa jadi pembeli tidak akan kembali. Baru setelah itu kami bertanya apa yang akan dipesan oleh pengunjung.”<sup>23</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat pada usaha bisnis cafe di Bukit Cinta, pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda, akan tetapi mereka berusaha memberikan yang terbaik. Hal ini dikarenakan, ketika memberikan pelayanan yang terbaik maka pembeli akan banyak, karena jika ada pembeli yang dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Sebaliknya, jika ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik, misalnya bermuka cemberut, berkata kasar, maka pembeli enggan untuk bertransaksi dengan penjual tersebut. Hal serupa juga diperoleh oleh penulis ketika melakukan wawancara dengan pemilik bisnis cafe yang lainnya:

“Pelayanannya yah harus baik, harus senyum jangan cemberut. Bahkan kalau ada masalahpun harus tetap tersenyum, karena kalau kita sudah tidak ramah pasti pelanggan tidak akan datang untuk kedua kalinya”<sup>24</sup>

“Seperti penjual yang lain, kalau ada pelanggan yang datang kami menjelaskan secara mendetail menu kami. Dan juga harus ramah, apalagi yang memiliki usaha seperti ini bukan hanya kami. Persaingan bisnis tidak

---

<sup>22</sup>Wawancara dengan Ibu Amina, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Senja, pada tanggal 10 Juli 2023.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Zakir, Pemilik Usaha Bisnis Cafe salsabila, pada tanggal 16 Juli 2023

<sup>24</sup> Wawancara dengan Ibu kirani, Pemilik Usaha Bisnis Café KMB, pada tanggal 10 Juli 2023.

ada masalah karena kami disini bersaing secara sehat, asal memberikan pelayanan yang baik pasti pembeli merasa nyaman.<sup>25</sup>

Berdasarkan hal tersebut, menulis melihat bahwa pelayanan pada pembeli sangat diperlukan bagi penjual karena pembeli adalah partner atau bahkan raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Hal ini dikarenakan transaksi pembelian adalah dimana penjual dapat menjaring pembeli yang sebanyak-banyaknya, sehingga menaruh kepercayaan pada banyak pembeli untuk membeli. Hal ini berdasarkan firman Allah swt., dalam Q.S. Ali Imran/03: 159

لَكَ مَغْفِرٌ فِيمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ<sup>٢٥</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ يُجِبُّ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرُ لَهُمْ وَشَاوِرُهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ تَوَكَّلِينَ الْم

Terjemahnya:

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.<sup>26</sup>

Maka disebabkan oleh rahmat yang besar dari Allah-lah akhlak kamu - wahai Nabi- menjadi lunak kepada sahabat-sahabatmu. Seandainya engkau menunjukkan sikap kasar dalam ucapan dan tindakanmu, serta mempunyai hati yang keras, niscaya mereka akan pergi meninggalkanmu. Oleh karena itu maafkanlah kekurangan mereka dalam bersikap kepadamu. Mohonkanlah ampunan untuk mereka dan Allah. Bermusyawarahlah dengan mereka untuk membahas masalah-masalah yang perlu dimusyawarahkan. Kemudian apabila kamu sudah

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan Ibu Hasna, Pemilik Usaha Bisnis Café Nurfadilah, pada tanggal 26 Juni 2023

<sup>26</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 90.

bertekad melakukan sebuah keputusan setelah bermusyawarah, maka kerjakanlah dan berserah dirilah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berserah diri kepada-Nya, dan Dia memberikan bimbingan serta dukungan-Nya kepada mereka.<sup>27</sup>

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa jika mukmin bersikap keras, tidak peduli terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu yang anjuran wajib bagi mukmin.<sup>28</sup> Para pemilik usaha cafe di Bukit Cinta melakukan pelayanan yang baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan barang-barang yang dilarang Islam dan cara yang dilarang oleh Islam.

b) Promosi yang dilakukan belum sepenuhnya dilakukan secara maksimal.

Promosi yang dilakukan oleh Cafe yang berada di Bukit Cinta hanya memainkan media social Facebook saja dan ini menjadi titik lemah pada Cafe yang berada di Bukit Cinta, seharusnya Cafe yang berada di Bukit Cinta mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dan platform media social yang lain sebagai alat promosi. Namun karena keterbatasan waktu dan managerial maka Beberapa Cafe yang berada di Bukit Cinta mengakui tentang lemahnya di promosi.

c) Ketersediaan fasilitas (wifi)

Fasilitas adalah sebagai factor penting untuk membuat konsumen puas, Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dan

---

<sup>27</sup> Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid, Imam Masjidil Haram, Tafsir Al-Mukhtashar...,159.

<sup>28</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam* (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004), h.90

harus ada pada sebuah perusahaan. Cafe yang berada di bukit cinta belum menyediakan fasilitas wajib yang harus ada seperti Wifi untuk menunjang akses internet konsumen dan diberikan secara gratis tanpa batasan.

### **b. Faktor Eksternal Cafe di Bukit Cinta.**

#### 1. Peluang (*Opportunities*)

- a) Perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga dapat memudahkan promosi serta penjualan

Perkembangan teknologi tidak dapat dihentikan lagi, banyak kemunculan-kemunculan teknologi yang memudahkan kegiatan manusia dalam berkehidupan dan berbisnis, Cafe yang berada di Bukit Cinta adalah salah satu usaha bisnis yang seharusnya sudah bisa memanfaatkan teknologi dalam memotori bisnisnya dan salah satunya di bidang promosi. Agar promosi lebih baik maka butuh pemanfaatan teknologi sehingga promosi yang dilakukan mampu menjangkau stake holder. Promosi yang memanfaatkan teknologi seperti memainkan seluruh media social seperti Instagram, Twitter, Facebook, Telegram, WhatsApp dan banyak platform lainnya.

- b) Loyalitas pelanggan yang setia berkunjung (ada hubungan baik)

Berdasarkan hasil wawancara, konsumen mengaku bahwa nyaman dan tenang ketika berada di Cafe Bukit Cinta hal ini disebabkan bukan karena tanpa alasan akan tetapi konsumen merasakan cocok dengan lingkungan yang disediakan oleh Cafe di Bukit Cinta, selain itu konsumen merekomendasikan kepada saudara, teman dan kerabat nya untuk bisa berkunjung ke Bukit Cinta.

#### 2. Ancaman (*Threads*)

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pemilik Cafe di Bukit Cinta, dia mengaku bahwa ancaman terbesar dalam bisnis ini adalah pesaing-pesaing baru dengan jenis usaha yang sama di tempat yang sama pula. Oleh karena itu perlu mewaspadai persoalan tersebut dengan mengembangkan usaha dan melakukan inovasi serta kreasi sehingga setiap Cafe di kawasan Bukit Cinta tetap eksis dan tetap menjadi pilihan utama di tengah-tengah masyarakat.

## **2. Etika Bisnis Islam Pada Pemilik Kafe Di Bukit Cinta**

Persaingan sering dikonotasikan negatif karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Walaupun pada kenyataannya seorang manusia, apakah ada kapasitasnya sebagai individual maupun anggota suatu organisasi, secara ekonomi tetap akan berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Alfred Marshal, seorang ekonomi terkemuka sampai mengusulkan agar istilah persaingan diganti dengan istilah “*economic freedom*” (kebebasan ekonomi) dalam menggambarkan atau mendukung tujuan positif dari proses persaingan. Oleh sebab itu pengertian kompetisi atau persaingan usaha dalam pengertian yang positif dan independent sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.<sup>29</sup>

Para pemilik usaha cafe di Bukit Cinta melakukan pelayanan yang baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan barang-barang yang dilarang Islam dan cara yang dilarang oleh Islam.

Dalam Islam dibolehkan berbagai cara untuk menarik pembeli asal cara tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Kegiatan bisnis maupun

---

<sup>29</sup> Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2004) h.1

penjualan dapat dianalogikan sebagai kegiatan yang bernilai ibadah, apabila dalam kegiatannya diniatkan sebagai upaya untuk mencari ridha dari Allah swt., serta menjunjung tinggi nilai-nilai religius.

Dalam persaingan bisnis, penerapan etika bisnis dapat menjadi panduan yang tepat. Berbagai prinsip yang telah ditetapkan dalam etika bisnis juga harus diterapkan dalam persaingan. Baik itu persaingan terkait harga, tempat, barang dagangan/produk serta pelayanan. Prinsip-prinsip yang harus ditetapkan adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Berlandaskan Tauhid

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu.<sup>30</sup> Para pemilik usaha cafe di Bukit Cinta mengartikan prinsip ketauhidan sebagai semua yang dilakukan dalam melakukan usaha adalah dijalankan karena Allah swt., semata. Setiap transaksi penjualan yang dilakukan pemilik usaha cafe di Bukit Cinta semata-mata karena Allah swt. Seperti salah satu wawancara dengan pemilik usaha cafe:

“Kalau masalah untung, kami tidak terlalu mengejar. Walaupun untungnya sedikit asal pengunjunnya tetap bertahan maka akan berjalan lancar juga bisnis. Apalagi kalau mahasiswa yang menjadi sasaran penjualan otomatis untung sedikit tapi punya banyak langganan lebih baik dari pada untung banyak tapi pembeli kabur.<sup>31</sup>

Hal ini sejalan dengan firman Allah swt dalam Q.S At Taubah/09: 105:

بِ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْعَالَمِينَ

<sup>30</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 133.

<sup>31</sup> Wawancara dengan Ibu Kirani, Pemilik Usaha Bisnis Cafe KMB, pada tanggal 10 Juli 2023.

فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ وَالشَّهَادَةَ .

Terjemahnya:

“Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”<sup>32</sup>

Allah berfirman, "Dan katakanlah", kepada orang-orang munafik itu, "bekerjalah kamu", dengan pekerjaan yang menurutmu sesuai, teruskan kebatilanmu, jangan mengira bahwa amalanmu itu akan samar atas Allah, "maka Allah dan RasulNya serta orang-orang Mukmin akan melihat pekerjaanmu itu." Yakni, pekerjaanmu pasti akan terlihat dan terbukti. "Dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Maha Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakanNya kepadamu apa yang telah kamu kerjakan," yang baik maupun yang buruk.<sup>33</sup>

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah mengetahui segala hal yang dikerjakan oleh umatnya. Pendorong persaingan bisnis pada bisnis cafe di Bukit Cinta yang sejalan dengan prinsip ketauhidan adalah ancaman pedatang baru. Para pengusaha tidak menghalagi masuknya pengusaha baru, karena para pengusaha mengetahui bahwa hal tersebut dilarang oleh Allah swt.

#### b. Prinsip Berlandaskan Keseimbangan

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Keseimbangan dalam transaksi misalnya, adalah transaksi yang setara, adil dan seimbang.<sup>34</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, diperoleh bahwa para pemilik bisnis Cafe di Bukit Cinta mengartikan prinsip keseimbangan adalah menyeimbangkan segala bentuk kegiatan bisnisnya, misalnya adalah seimbang

<sup>32</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 273

<sup>33</sup> Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, *Tafsir as-Sa'di...*,

<sup>34</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), h. 55.

ketika menentukan harga, tidak mengambil banyak sekali keuntungan tetapi menyesuaikan kepada modal produksi, sehingga yang dibayar oleh pembeli sesuai dengan yang diperolehnya. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan salah satu pemilik usaha cafe:

“Walaupun produk yang dijual setiap cafe semuanya hampir sama, misalnya setiap café pasti menjual Sarebba. Hal yang paling penting kita pahami adalah bahwa rejeki itu sudah ada yang mengatur.”<sup>35</sup>

Selain itu, perwujudan keseimbangan misalnya, menjaga hubungan baik dengan pengusaha lain dan warga yang ada dengan tidak menimbulkan pertikaian ataupun perkelahian.

#### c. Prinsip Berlandaskan Kehendak yang Bebas

Konsep Islam memahami bahwa kegiatan perdagangan dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku apabila terjadi persaingan bebas dapat terjadi secara efektif dan tidak ada intervensi dari pihak manapun. Para pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta mengartikan kehendak bebas adalah persaingan bebas, dan tidak ada intervensi antar pedagang.

“Disekitar tempat ini saja ada beberapa tempat yang memiliki usaha yang sama termasuk saya. Intinya sejauh yang saya perhatikan sampai saat ini tidak ada diantara kami yang menjatuhkan satu sama lainnya. Masing-masing berfokus pada usahanya sendiri, walaupun tempat usaha kami berdekatan dan memiliki produk yang sama”<sup>36</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis melihat bahwa dalam kehendak bebas, setiap usaha tidak berusaha untuk menghancurkan usaha yang lainnya. Masing-masing hanya berfokus pada usaha yang dimiliki.

#### d. Prinsip Berlandaskan Pertanggung Jawaban.

---

<sup>35</sup> Wawancara dengan Bapak Zakir, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Salsabila, pada tanggal 16 Juli 2023

<sup>36</sup> Wawancara dengan Ibu Hasna, Pemilik Usaha Bisnis Cafe Nurfadilah, pada tanggal 26 Juni 2023



Untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggungjawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pengusaha lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi, menjual barang, melakukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

Para pemilik bisnis cafe mengartikan prinsip pertanggung jawaban adalah para pemilik dapat mempertanggung jawabkan segala aktivitasnya, mulai dari produk dan transaksi-transaksi lainnya dalam kegiatan sehari-hari.

“Harga yang ditawarkan setiap produk tentunya sesuai dengan kualitas yang ada. Jadi contohnya misalnya cemilan atau makanan ringan pasti lebih murah dikarenakan biaya produksinya yang lebih murah. Karena, jangan sampai harganya di patok tinggi kemudian rasanya justru tidak sesuai, dan hal ini pasti akan mempengaruhi penilaian pembeli<sup>37</sup>

Melalui salah satu wawancara dengan pemilik bisnis cafe tersebut, dapat diketahui bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan para pemilik bisnis cafe.

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan Ibu Kirani, Pemilik Usaha Bisnis Cafe KMB, pada tanggal 10 Juli 2023.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Pengamatan lingkungan menggunakan metode SWOT dimana organisasi mengamati lingkungan internal dan eksternal dari segi *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (kesempatan), dan *threats* (tantangan). Setelah melakukan pengamatan lingkungan dengan menggunakan analisis SWOT selanjutnya hal tersebut dapat digunakan dalam melakukan penyusunan strategi. Persaingan mengenai produk para pemilik bisnis Cafe di Bukit Cinta dalam melakukan usahanya, mereka memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan terkait harga yang terjadi pada pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga mereka tergantung biaya produksinya dan sasaran penjualannya. Persaingan terkait tempat pada para pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta tidak terjadi, karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Pelayanan yang diberikan oleh pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Dari hasil pengamatan meskipun pelayanan yang diberikan berbeda, akan tetapi mereka berusaha memberikan yang terbaik.
2. Persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan. Hal ini berdasarkan prinsip- prinsip

dalam etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, dan prinsip keadilan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pada pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pemilik bisnis cafe di Bukit Cinta diharapkan dalam menjalankan bisnisnya dapat menjalankan sesuai dengan syariat Islam yaitu tidak bertentangan dengan Islam, selain itu dalam persaingan bisnisnya, diharapkan para pengusaha dapat bersaing sehat.
2. Untuk penulis sendiri semoga skripsi yang penulis tulis dapat menjadikan khazanah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam

## DAPTAR PUSTAKA

Aditya Makkasau Indra, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampoang Kota Palopo,” 2019, 33–35.

Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Cetakan keenam) (Bandung: Alfabeta, 2004),176

Arifin Imron, *Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial Keagamaan* (Cet, III; Malang : Kalimasada Press, 1996,)40.

Bakri Masykuri, *Metode Penelitian Kualitatif, Tinjauan Teoritis Dan Praktis (Lembaga Penelitian Universitas Malang, Kerjasama Dengan Visipress Media februari 2009,)* 127.

Darmawati, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur’an Dan Sunnah,” *Jurnal Pemikiran Hukum Islam* 11, no. 1 (2013): 58–68.

El Ayyubi Salahuddin and Sausan Anggi Anggraini, “Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pangan Di Kota Bogor,” *Journal of Business & Banking* 6, no. 2 ,2019. 183–94.

Hadi Sutrisno, *Metodologi Resarch II* ( Yayasan penerbit. Fakultas Psikologi UGM, 1987,) 136

Hardilawati Wan Laura. *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid 19*. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, No. 126, (03 Juli 2020). 21

Ismail Yusanto Muhammad dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani,7, 2008 169

Isoraite Margarita, *Marketing Mix Theoritcal Aspects*, Isoraite, Vol.4: June, 2016. 6

Kotler Philip dan Garry Amstrong, *Prinsip- prinsip Pemasaran* Jakarta:Erlangga, 2008 .92.

Laksana Fajar, *Menejemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta:Graha Ilmu, 2008. 105

Millos, et al, *Qualitative Matthew B. data Analisis diterjemahkan oleh Tjetjep Rohidi dengan Judul Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode Baru.* ( Jakarta: UI-Press, 1992,) 116.

Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Cet. 10: (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990,) 3.

Nasution, *Metode Research* (cet. 4, Jakarta: Bumi Aksara 2004,) 143.

Norvadewi, “*Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)*,” 2015, 33–46.

Nur Fitria Wanda, Ziyah Maulida Rahmah, and Sheila Febriani Putri, “*Peran Etika Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Di Era Revolusi 4.0,*” *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* 1, no. 3 , 2021. 268–76.

Rijal Muh *Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ud. Humaerah Motor Kabupaten Bone* 2018

Ronas Calvin .*Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid-19 Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.* Bengkulu 2021

S. Sutopo & Zulkarnaen, H. O. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan ( Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo ).* Diponegoro Journal of Management.2013

Setiyo Pambudi Bambang, “*Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Pemanfaatan Computer Mediated Communication / Media Social Instagram,*” *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 8, no. September 2018. 1–8

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **A. Pertanyaan yang diajukan kepada pelaku usaha**

1. Bagaimana sejarah berdirinya cafe bukit cinta yang bapak ibu ketahui?
2. Bagaimana strategi yang bapak ibu gunakan di dalam melakukan penjualan.?
3. Bagaimana strategi bapak ibu untuk menarik minat konsumen untuk datang..?
4. Hambatan apa saja yang di temui oleh bapak ibu dalam menjalankan usaha ini?
5. Apa saja kelebihan dan kekurangan bapak ibu dalam menjalankan usaha ini?
6. Bagaimana bapak ibu memanfaatkan peluang berjualan di tempat ini?

### **B. Pertanyaan untuk pengunjung/konsumen?**

1. Apakah harga yang di berikan sudah sesuai dengan kualitas yang di berikan kepada anda?
2. menurut anda apa yang berbeda dari cafe ini jika di bandingkan dengan cafe di tempat lain?
3. Apakah Anda selaku konsumen merasa nyaman berada di Cafe Bukit Cinta?
4. Apakah anda selaku konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Cafe yang berada di bukit Cinta?
5. Apakah anda selaku konsumen mendapatkan fasilitas yang menunjang kenyamanan anda berada di Cafe seperti WC, Musollah atau Tempat Parkir?

6. Bagaimana pendapat Anda mengenai persoalan Produk makanan ataupun minuman yang di sajikan di dalam menu cafe dari sisi kualitas maupun rasa?

LAMPIRAN : Dokumentasi penelitian

DOKUMENTASI BERSAMA IBU HASNA SELAKU PELAKU USAHA CAFE

NURFADILA DI BUKIT CINTA





DOKUMENTASI BERSAMA BAPAK ZAKIR SELAKU PELAKU USAHA  
CAFE SALSABILA DI BUKIT CINTA



DOKUMENTASI BERSAMA IBU AMINAH SELAKU PELAKU USAHA  
CAFE SENJA DI BUKIT CINTA



DOKUMENTASI BERSAMA BAPAK WAHYU SELAKU KARYAWAN  
USAHA CAFE KMB DI BUKIT CINTA



DOKUMENTASI WAWANCARA BERSAMA PENGUNJUNG CAFE DI  
BUKIT CINTA



DOKUMENTASI LOKASI TEMPAT PENELITIAN



DOKUMENTASI LOKASI TEMPAT PENELITIAN





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Fitri Susianti  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir : Salua, 31 Desember 2000  
NIM : 19.5.12.0165  
Alamat Tinggal : Desa Salua kec. Kulawi Kab. Sigi Sulawesi Tengah  
No. WA : 0822-9385-4102  
Email : fitrisusianti407@gmail.com  
Nama Ayah : Sarman B  
Nama Ibu : Rosnani



### B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun lulus : SD Negeri Inpres Salua, 2013
2. SMP/MTS, Tahun lulus : SMP Satap Negeri 5 Sigi, 2016
3. SMA/SMK/MA : SMA Negeri 3 Sigi, 2019

Palu, 07 Agustus 2023 M  
20 Muharram 1445 H

**Penulis**

**FITRI SUSIANTI**  
**NIM: 19.5.12.0165**