

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus pada Fara Catering Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ISTALAMTUNNADA

NIM 4120166

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus pada Fara Catering Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ISTALAMTUNNADA

NIM 4120166

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Istalamtunnada

NIM : 4120166

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
KULINER DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus pada Fara Catering Pekalongan).**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 April 2025

Yang Menyatakan,



Istalamtunnada

NIM. 4120166

NOTA PEMBIMBING

Lamp. 2 (dua) eksemplar

Hal Naskah Skripsi Sdri. Istalamtunnada

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c/q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

di-

Pekalongan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : **Istalamtunnada**
NIM : **4120166**
Prodi : **EKONOMI SYARIAH**
Judul : **ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus pada Fara Catering Pekalongan).**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 26 Februari 2025

Pembimbing,



Fitri Kurmawati, M.E.Sy.
NIP.199110262019032014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H.

Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : Istalamtunnada

NIM : 4120166

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
KULINER DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus pada Fara Catering Pekalongan).**

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Mei 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Zawawi, M.A.

NIP. 197706252008011013

Penguji II

Aditiya Agung Nugraha, M.E.

NIP. 199008112019031008

Pekalongan, 19 Mei 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. M. Muhsin Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 19780616 200312 1 003

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan, baik secara materiil maupun nonmateriil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Abah Lukman dan Ibu Nur Rochmah. Terima kasih atas segala rasa sayang, pengorbanan dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati dalam menghadapi penulis yang keras kepala. Mereka selalu berusaha agar anaknya dapat mencapai cita-citanya. Mereka tak pernah kenal lelah dalam berkerja, berdoa dan memberikan dukungan.

2. Kepada Nenek saya, Nenek chotimah, dan seluruh keluarga besar saya yang selalu menjadi salah satu alasan juga agar penulis menyelesaikan pendidikan ini.
3. Almamater tercinta, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah menjadi tempat menimba ilmu dan mengembangkan wawasan akademik serta pengalaman berharga.
4. Kepada Ibu Fitri Kurniawati, M.E.Sy. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran, memberikan bimbingan, arahan, waktunya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan bimbingan dan saran dalam perjalanan akademik penulis di bangku perkuliahan.
6. Kepada sahabat dan teman seperjuangan skripsi saya Eliza Nur Maidah dan Nurul Mufidah yang selalu menerima penulis menjadi teman dan berjuang bersama sampai dititik ini, yang selalu ada dalam suka dan duka, memberikan semangat, motivasi, serta kebersamaan yang begitu berarti dalam perjalanan ini.
7. Kepada teman-teman perkuliahan saya Dina Badrotul Muniroh, Ana Fadhilatun Nisa, Annida Nirfala Sari, Riska Alinda, Nabila Kurnia Pangestu, Sita Ully Zulfa, Umi Fauziyah, dan Sobrina Shifdasani yang telah

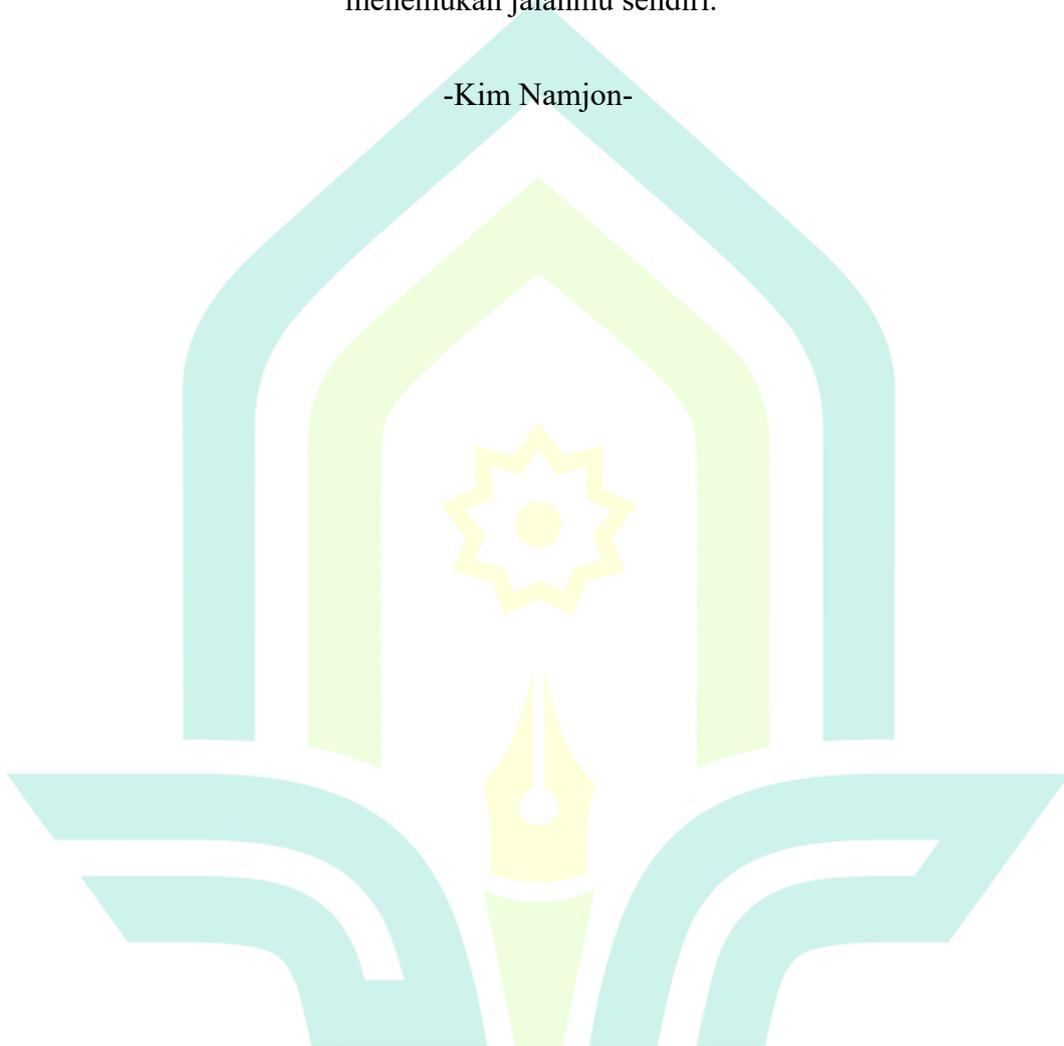
menemani dalam perjalanan akademik ini, berbagi ilmu, pengalaman, serta momen berharga selama masa perkuliahan.

8. Kepada Kakak tak sedarah penulis Risqi Maula Zuhro, M. Darul Ulum, Ayu Dwi Anisa Fitriati yang selalu memberi masukan dan motivasi bagi penulis ketika penulis merasa jenuh.
9. Kepada pihak Fara Catering, yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta informasi berharga yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.
11. Ucapan terimakasih yang terakhir penulis ucapkan untuk diri sendiri. Terimakasih telah berjuang sampai titik ini, terimakasih untuk tidak menyerah, terimakasih sudah kuat dan mau bangkit kembali dan terimakasih sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih Istalamtunnada.

MOTTO

"Jangan khawatir jika saat ini kamu merasa tertinggal atau belum tahu arah hidupmu. Hidup bukan perlombaan, dan tidak ada jalan yang benar-benar lurus. Setiap orang memiliki waktunya sendiri. Selama kamu terus berjalan, kamu akan menemukan jalanmu sendiri."

-Kim Namjon-



ABSTRAK

ISTALAMTUNNADA, Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Ditinjau dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Fara Catering Pekalongan).

Bisnis kuliner merupakan sektor yang terus berkembang dan berpotensi tinggi, termasuk usaha catering seperti Fara Catering di Pekalongan. Meski telah menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam produksi dan pengelolaan SDM, strategi promosi Fara Catering masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan *digital marketing* secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis Fara Catering dengan pendekatan ekonomi syariah serta untuk memberikan gambaran strategi promosi yang etis, modern, dan sesuai prinsip Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan teknik triangulasi untuk menjaga validitas. Penelitian ini dilakukan di Fara Catering Pekalongan selama Agustus 2024 hingga Februari 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fara Catering telah menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam aspek produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran. Strategi produk dan distribusi berjalan efektif, sementara strategi promosi masih bersifat konvensional. Penelitian ini merekomendasikan integrasi *digital marketing* berbasis syariah sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Dengan demikian, strategi pengembangan bisnis yang menggabungkan nilai-nilai Islam dan pendekatan digital dapat menjadi model yang relevan bagi pelaku usaha kuliner lainnya dalam membangun usaha yang berkelanjutan dan beretika.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Ekonomi Syariah, Kuliner, Fara Catering.

ABSTRACT

ISTALAMTUNNADA, Business Development Strategy in the Culinary Sector from the Perspective of Islamic Economics (A Case Study on Fara Catering Pekalongan).

The culinary business is a continuously growing and highly potential sector, including catering enterprises such as Fara Catering in Pekalongan. Although Fara Catering has implemented Sharia economic principles in its production and human resource management, its promotional strategies remain conventional and have yet to fully utilize digital marketing. Therefore, this study aims to analyze the business development strategies of Fara Catering through a Sharia economic perspective and to provide an overview of promotional strategies that are ethical, modern, and aligned with Islamic values.

This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and were analyzed using triangulation techniques to ensure validity. The study was conducted at Fara Catering Pekalongan from August 2024 to February 2025.

The findings indicate that Fara Catering has applied Sharia economic principles in production, human resources, and marketing. The product and distribution strategies have been implemented effectively, while the promotional strategy remains conventional. This research recommends the integration of Sharia-based digital marketing as a strategic step to enhance competitiveness and expand market reach. Thus, a business development strategy that combines Islamic values with digital approaches can serve as a relevant model for other culinary entrepreneurs in building a sustainable and ethical business.

Keywords: Business Strategy, Sharia Economics, Culinary Business, Fara Catering.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. dengan judul "ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pada Fara Catering Pekalongan)" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Fitri Kurniawati, M.E.Sy. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah memberikan motivasi dan arahan akademik selama saya menempuh studi.
7. Pihak Fara Catering yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan untuk penelitian ini.
8. Orang tua dan keluarga saya, yang telah memberikan doa, dukungan moral, serta bantuan material sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabat saya, yang selalu memberikan motivasi, bantuan, serta kebersamaan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan, bimbingan, serta dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik dan menjadi kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah.

Pekalongan, 17 April 2025



Istalamtunnada

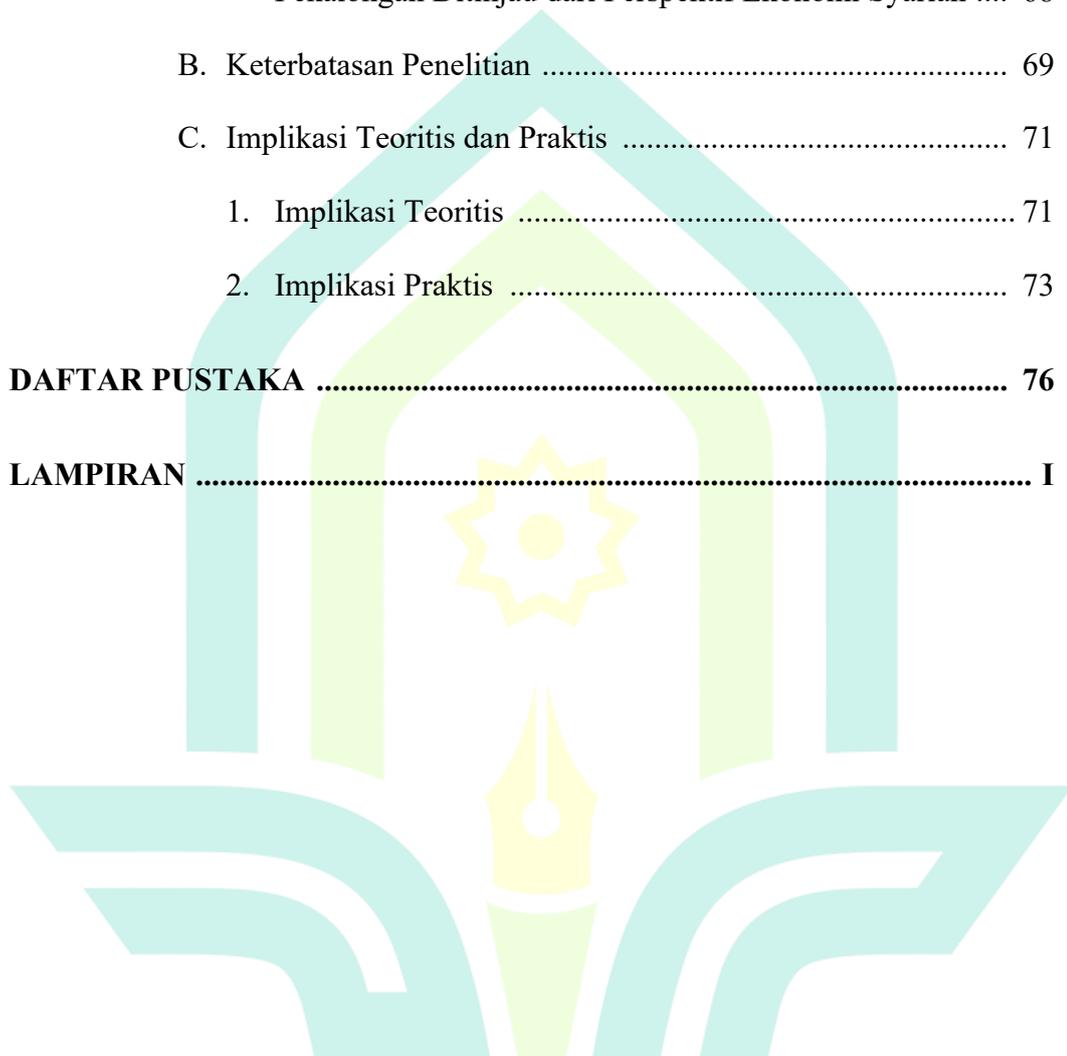
DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvii
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR GAMBAR	xxviii
DARTAR BAGAN	xxix
DAFTAR LAMPIRAN	xxx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6

C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Strategi	9
2. Pengembangan Bisnis	15
3. Bisnis Kuliner	16
4. Ekonomi Syariah	18
B. Telaah Pustaka	24
C. Kerangka Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Pendekatan Penelitian	39
C. <i>Setting</i> Penelitian	40
1. Lokasi Penelitian	40
2. Waktu Penelitian	40
D. Sumber Data	40
1. Sumber Data Primer	40
2. Sumber Data Sekunder	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41

1. Wawancara	41
2. Observasi	42
3. Dokumen	42
F. Teknik Keabsahan Data	42
1. Triangulasi	42
2. Member Check	43
3. Audit Trail	43
4. Peer Debriefing	44
G. Metode Analisis Data	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi	45
1. Sejarah Singkat Fara Catering	45
2. Variasi Menu	46
3. Lokasi Produksi	46
B. Temuan Lapangan	48
1. Proses Produksi di Fara Catering	48
2. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) di Fara Catering	51
3. Strategi Pemasaran di Fara Catering	54
C. Pembahasan	56
1. Strategi Bisnis di Fara Catering Pekalongan	56
2. Strategi Pengembangan Bisnis Fara Catering Pekalongan Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Syariah	61

BAB V PENUTUP	67
A. Simpulan	67
1. Strategi Bisnis di Fara Catering Pekalongan	67
2. Strategi Pengembangan Bisnis Fara Catering Pekalongan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah	68
B. Keterbatasan Penelitian	69
C. Implikasi Teoritis dan Praktis	71
1. Implikasi Teoritis	71
2. Implikasi Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia No. 0543b/ 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulissan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia yang terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
اَ... يَ	Fathah dan ya	ai	a dan i
اَ... وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

كيف - kaifa

هول - haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِ... يَ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
اِ... يِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
اِ... وِ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

قال - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudatul al-afal

- raudatu al-afal

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةَ - talḥah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِ - al-birr

الْحَجَّ - al-ḥajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

تَأْخُذُونَ - ta'khuzūna

النَّوْءُ - an-nau'

شَيْءٌ - syai'un

إِنَّ - inna

أَمْرٌ - umirtu

أَكَلَ - akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَوَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti
manistaṭā’a ilaihi sabīla

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti
manistaṭā’a
ilaihi sabīla

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي

Inna awwalabaitin wuḍi’alinnāsilallażi

بِكَلِمَةٍ مُّبَارَكَةٍ

Bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramaḍān al-lażi unzila fih al-Qur’ānu

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihil Qur'ānu

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn

Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh :

نَصْرٌ رَمِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيْبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya..... 24



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	55
------------------	----



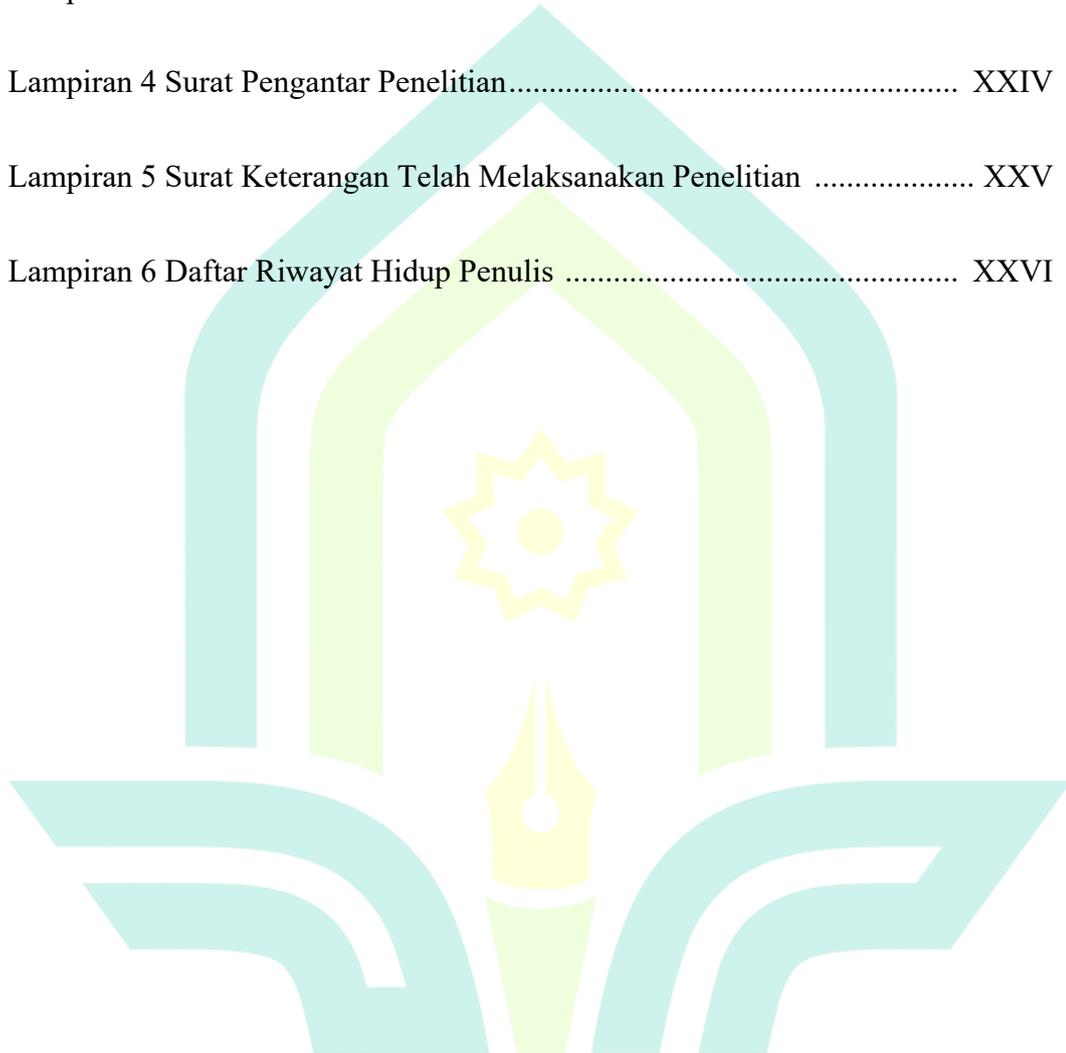
DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	36
-----------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	I
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	V
Lampiran 3 Dokumentasi	XXI
Lampiran 4 Surat Pengantar Penelitian.....	XXIV
Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	XXV
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup Penulis	XXVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis makanan atau yang biasa dikenal dengan bisnis kuliner saat ini sangat populer di industri makanan dan minuman, dan menjadi salah satu sektor yang diperkirakan akan terus berkembang secara signifikan di masa depan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) menunjukkan bahwa subsektor makanan dan minuman menyumbang lebih dari 30% terhadap total kontribusi industri pengolahan nonmigas di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa sektor kuliner tidak hanya mampu bertahan dalam berbagai situasi ekonomi, tetapi juga memiliki daya adaptasi tinggi dan potensi pertumbuhan yang besar. Pertumbuhan pesat bisnis kuliner terlihat pada meningkatnya jumlah penyedia makanan siap saji, termasuk usaha jasa boga atau catering. Bisnis Catering saat ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena dinilai praktis, fleksibel, dan memiliki potensi pasar yang luas, khususnya di kalangan ibu rumah tangga yang ingin berwirausaha dari rumah. Selain memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, industri catering juga diharapkan dapat memberikan pengembalian investasi yang tinggi.

Namun demikian, dalam praktiknya, tidak semua usaha catering mampu bertahan dan berkembang dengan optimal. Banyak pelaku usaha yang menghadapi kendala dalam manajemen usaha, keterbatasan modal, persaingan yang ketat, serta kurangnya inovasi dalam strategi pengembangan bisnis. Dalam konteks ini, strategi pengembangan bisnis menjadi elemen penting untuk menjamin keberlanjutan dan

daya saing usaha. Strategi pengembangan bisnis tidak dapat dipisahkan dari upaya perusahaan untuk bertahan dan unggul di tengah persaingan. Menurut Sridewi (2020), strategi mencakup arah tindakan jangka panjang, tujuan, serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Untuk itu, perusahaan perlu mengenali secara mendalam faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnisnya (Putra R. P., 2020).

Dalam perspektif ekonomi syariah, strategi pengembangan bisnis tidak hanya menekankan pada aspek profitabilitas, tetapi juga nilai-nilai spiritual dan etika. Strategi pengembangan bisnis dalam perspektif Islam mencakup berbagai sikap seperti ketakwaan, keadilan, moralitas, menepati janji, memperlakukan pelanggan dengan ramah, dan menepati janji. Hal-hal yang mempengaruhi perkembangan bisnis berdasarkan prinsip syariah antara lain meningkatkan motivasi dan mengembangkan tekad, memperkuat keimanan kepada Allah SWT, cepat mengambil keputusan tentang apa yang terbaik, kesabaran dan ketakwaan. Termasuk memperkuat akhlak dan membedakan perbuatan baik dan maksiat (Iqbal, 2022). Selain itu, Ekonomi Islam juga mengacu pada konsep-konsep dasar yang harus diketahui dan diamalkan agar dapat menjalankan bisnis sesuai hukum syariah. Produk yang dijual harus halal, tidak boleh riba, harus ada perjanjian (akad jual beli) antara penjual dan pembeli, dan akad transaksinya dilarang mengandung *gharar* (ketidakpastian) dan *masyir* dalam akad transaksinya (Hasniaty, 2022).

Fara Catering adalah salah satu bisnis kuliner yang sudah ada sejak 1997 di Kota Pekalongan. Usaha yang didirikan oleh Noriko Candra Khaerani ini bermula

dari hobi memasak dan keinginan untuk menambah penghasilan. Seiring waktu, usaha ini berkembang dari melayani pesanan kecil-kecilan hingga menyediakan paket lengkap catering untuk berbagai acara besar. Saat ini, Fara Catering dikenal luas hingga luar Kota Pekalongan dan telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah pesanan, karyawan, serta variasi produk.

Namun, di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat dan dinamis, Fara Catering masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah dalam hal strategi promosi. Meskipun telah menerapkan strategi produk, harga, dan distribusi secara cukup baik, strategi promosi yang digunakan masih tergolong konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut, penyebaran brosur dalam kemasan, serta penggunaan WhatsApp.

Di era digital saat ini, strategi promosi yang tidak berbasis *digital marketing* dapat membatasi jangkauan pasar dan memperlambat pertumbuhan usaha. Menurut data *We Are Social* (2023), lebih dari 75% konsumen Indonesia mencari referensi kuliner melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, Putri & Haryanto (2022) menemukan bahwa penggunaan digital marketing mampu meningkatkan penjualan UMKM kuliner hingga 40% dalam enam bulan. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha seperti Fara Catering agar mampu bersaing dan berkembang secara berkelanjutan.

Kurangnya pemanfaatan media sosial secara strategis membuat Fara Catering berisiko tertinggal dalam persaingan yang semakin kompetitif. Di saat para pesaing

telah aktif memanfaatkan *platform digital* seperti Instagram, TikTok, dan marketplace makanan untuk menjangkau konsumen muda serta menjalin kerja sama yang lebih luas, Fara Catering masih belum mengembangkan strategi *digital marketing* yang terstruktur. Kondisi ini menjadi hambatan nyata bagi pertumbuhan usaha, terutama dalam menjangkau pasar baru dan memperkuat *positioning* merek di benak konsumen.

Padahal, strategi pemasaran melalui media digital dapat tetap sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Pemasaran digital yang berbasis syariah menekankan pada etika konten, kejujuran informasi produk, transparansi harga, serta tidak menipu atau menyesatkan konsumen. Dengan kata lain, nilai-nilai syariah tidak menjadi penghalang dalam penerapan *digital marketing*, melainkan menjadi pedoman dalam menciptakan sistem pemasaran yang berkah, beretika, dan berdaya guna.

Fara Catering sendiri telah menunjukkan komitmen kuat terhadap prinsip ekonomi syariah, seperti penggunaan bahan baku yang halal, kewajiban berhijab bagi karyawan perempuan, serta menjunjung tinggi nilai kejujuran dan keberkahan dalam menjalankan usaha. Namun, untuk dapat meningkatkan skala bisnis dan memperluas jangkauan pasar secara lebih luas dan berkelanjutan, integrasi antara prinsip syariah dan strategi *digital marketing* menjadi sebuah langkah strategis yang perlu dipertimbangkan secara serius.

Mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam strategi pemasaran digital bukan hanya relevan, tetapi juga sangat potensial. *Digital marketing* dapat difungsikan

sebagai media dakwah yang menyebarkan nilai-nilai Islami melalui konten yang edukatif, transparan, dan etis. Platform seperti Instagram dan TikTok tidak hanya dapat digunakan untuk menarik pelanggan, tetapi juga menjadi sarana membangun citra usaha yang halal dan *tayyib*. Oleh karena itu, tantangan utama yang dihadapi Fara Catering saat ini tidak hanya terletak pada peningkatan kualitas produk atau efisiensi operasional, melainkan pada bagaimana mengembangkan strategi bisnis yang mampu memadukan nilai-nilai syariah dengan kekuatan digital secara selaras dan efektif.

Dari observasi awal yang dilakukan peneliti, terlihat bahwa strategi pengembangan bisnis Fara Catering dinilai belum maksimal, khususnya pada aspek strategi promosi. Saat ini, Fara Catering masih mengandalkan metode promosi yang tergolong sederhana, seperti promosi dari mulut ke mulut, penyebaran brosur, serta penggunaan WhatsApp. Padahal, usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh. Kurangnya pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai alat promosi menjadi salah satu faktor penting yang perlu segera diperbaiki.

Dengan berbagai potensi dan tantangan tersebut, penting dilakukan kajian yang mendalam mengenai bagaimana strategi pengembangan bisnis Fara Catering dapat dioptimalkan dengan memadukan prinsip ekonomi syariah dan pendekatan pemasaran modern berbasis digital. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam penelitian berjudul **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pada Fara Catering Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi bisnis di Fara Catering Pekalongan?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis Fara Catering Pekalongan ditinjau dari prespektif ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis bagaimana strategi bisnis di Fara Catering Pekalongan.
2. Untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan bisnis Fara Catering Pekalongan ditinjau dari prespektif ekonomi syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu ekonomi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi Islam dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan intelektual peneliti ketika melakukan penelitian dan memperoleh pengalaman praktis dalam menulis karya ilmiah, dan memberikan wawasan dalam menjalankan usaha catering berdasarkan syariat Islam serta diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi pengembangan strategi bisnis dan pelaksanaan bisnis kuliner dalam berbagai kompetisi antar pengusaha kuliner, khususnya untuk pengembangan usaha catering yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk menghasilkan pembahasan yang sistematis, peneliti memerlukan sistematika pembahasan untuk menyusun hasil penelitian yang didapat agar mudah dipahami dan tertata secara sistematis.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan mengenai landasan teori, telaah pustaka, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subjek penelitian dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian serta data dan pembahasan mengenai strategi bisnis dan strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Fara Catering dalam perspektif ekonomi syariah.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan penelitian dan keterbatasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner ditinjau dari Ekonomi Syariah pada Fara Catering Pekalongan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi Bisnis di Fara Catering Pekalongan

Fara Catering Pekalongan menerapkan berbagai strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Strategi utama yang diterapkan meliputi strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam strategi produk, Fara Catering menekankan kualitas, kehalalan, dan kepuasan pelanggan dengan perencanaan menu yang sesuai dengan preferensi pelanggan serta penggunaan bahan baku berkualitas. Strategi penetapan harga dilakukan secara kompetitif dengan menyesuaikan harga pasar dan transparansi dalam mencapai kesepakatan harga dengan pelanggan. Strategi distribusi mengandalkan pengiriman langsung dari lokasi produksi dengan tenaga kerja yang disesuaikan berdasarkan jumlah pesanan. Sementara itu, strategi promosi mengutamakan metode *word of mouth* serta penggunaan media sosial dan poster dengan tetap memperhatikan prinsip etika bisnis syariah.

Dalam mengembangkan bisnisnya, Fara Catering menggunakan Strategi Integrasi (strategi produk) dan Strategi Intensif (strategi

penetrasi pasar dan pengembangan produk). Sebagian besar strategi yang diterapkan pada Fara Catering sesuai dengan teori yang ada.

2. Strategi Pengembangan Bisnis Fara Catering Pekalongan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah

Jika ditinjau dari prespektif ekonomi syariah, metode yang diterapkan oleh Fara Catering umumnya sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek mulai dari produksi, pengelolaan sumber daya manusia, hingga pemasaran yang semuanya dilakukan berdasarkan nilai-nilai Islam seperti kehalalan, keadilan, dan transparansi.

a. Prinsip syariah dalam proses produksi

Fara Catering memastikan bahwa seluruh bahan baku yang digunakan berasal dari pemasok bersertifikat halal dan mengikuti standar kebersihan serta kesehatan yang sesuai dengan syariat Islam. Komitmen ini semakin diperkuat dengan perolehan sertifikasi halal dari MUI setelah melalui proses verifikasi selama enam bulan.

b. Prinsip syariah dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM)

Fara Catering lebih mengutamakan tenaga kerja yang beragama Islam untuk menjaga konsistensi dengan nilai-nilai syariah. Selain itu, perusahaan menerapkan sistem kerja yang fleksibel, terutama dalam hal ibadah dan kegiatan keagamaan, serta memberikan kesempatan bagi karyawan untuk mengikuti pelatihan guna meningkatkan keterampilan mereka.

c. Prinsip syariah dalam pemasaran

Fara Catering menitikberatkan pada transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi. Tidak ada praktik manipulatif atau pemalsuan informasi yang digunakan dalam strategi pemasaran, sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga.

Meskipun telah menerapkan prinsip ekonomi syariah, tantangan tetap dihadapi, seperti fluktuasi harga bahan baku yang mempengaruhi harga jual produk serta keterbatasan modal untuk pengembangan usaha. Untuk mengatasi kendala tersebut, Fara Catering memiliki rencana pengembangan usaha, di antaranya dengan memperluas jaringan pemasaran serta meningkatkan kapasitas produksi. Dengan terus berpegang pada prinsip ekonomi syariah dalam setiap aspek bisnisnya, diharapkan Fara Catering dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat sekitar.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilaksanakan dan diselesaikan ini tidak jauh dari kekurangan. Oleh karena itu terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan, di antaranya:

1. Ruang Lingkup Terbatas

Penelitian ini hanya berfokus pada strategi bisnis dan penerapan prinsip ekonomi syariah di Fara Catering Pekalongan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk semua usaha catering di

wilayah lain yang mungkin memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda.

2. Data Berdasarkan Wawancara dan Observasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung. Hal ini berpotensi menghadirkan subjektivitas dari pihak informan serta keterbatasan dalam menggali data secara lebih mendalam, terutama terkait aspek keuangan dan strategi bisnis yang lebih rinci.

3. Tidak Membahas Analisis Keuangan Secara Mendalam

Penelitian ini lebih menitikberatkan pada strategi pengembangan bisnis dan penerapan ekonomi syariah tanpa melakukan analisis keuangan yang mendalam. Padahal, aspek keuangan, seperti profitabilitas dan analisis modal, merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha.

4. Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya

Waktu penelitian yang terbatas menyebabkan kurangnya eksplorasi terhadap faktor eksternal yang dapat memengaruhi keberlanjutan usaha Fara Catering, seperti kebijakan pemerintah, tren pasar, dan persaingan industri catering secara keseluruhan.

5. Kendala dalam Mengukur Efektivitas Strategi

Penelitian ini lebih banyak membahas strategi yang diterapkan oleh Fara Catering tanpa adanya pengukuran kuantitatif mengenai efektivitas

strategi tersebut dalam meningkatkan pendapatan, jumlah pelanggan, atau pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengatasi keterbatasan ini dengan melakukan studi yang lebih luas, melibatkan lebih banyak responden, serta mengintegrasikan analisis keuangan dan strategi bisnis secara lebih komprehensif.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

Berdasarkan pemaparan sebelumnya mengenai penerapan prinsip ekonomi syariah dalam operasional Fara Catering, terdapat beberapa implikasi teoritis dan praktis yang dapat diidentifikasi.

1. Implikasi Teoritis

Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam operasional Fara Catering memiliki implikasi teoritis yang signifikan terhadap pengembangan literatur ekonomi Islam, khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Studi ini menegaskan bahwa integrasi prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan produk, keadilan dalam transaksi, dan pemberdayaan masyarakat, dapat meningkatkan kinerja bisnis dan kesejahteraan karyawan.

a. Integrasi Prinsip Syariah dalam Manajemen Bisnis.

Penerapan prinsip ekonomi syariah oleh Fara Catering, yang mencakup kehalalan produk, keadilan dalam transaksi, dan pemberdayaan masyarakat, memperkaya literatur tentang manajemen bisnis syariah. Studi ini menunjukkan bahwa integrasi

nilai-nilai Islam dalam operasional bisnis dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta menciptakan ekosistem bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah dalam bisnis dapat menciptakan lingkungan kerja yang adil dan transparan, serta meningkatkan kesejahteraan karyawan dari berbagai aspek, termasuk pendapatan (Damanik, 2024).

b. Pengembangan Model Bisnis Syariah di Sektor Catering.

Studi kasus Fara Catering dapat menjadi referensi dalam pengembangan model bisnis syariah di industri catering. Implementasi strategi produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi yang sesuai dengan prinsip syariah berkontribusi pada pengembangan teori pemasaran syariah yang efektif dan etis. Selain itu, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana integrasi nilai-nilai Islam dalam strategi bisnis dapat menjadi model bagi UKM lain dalam mengadopsi praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan. (Auderey G. Tangkudung P. L., 2024).

Temuan ini mendukung literatur yang menyatakan bahwa penerapan prinsip ekonomi syariah dalam transaksi bisnis tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga memperkuat stabilitas dalam ekosistem bisnis syariah.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha, khususnya di sektor kuliner, yang ingin menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam bisnis mereka. Berikut adalah beberapa implikasi praktis pada penelitian ini :

a. Penerapan Prinsip Syariah dalam Produksi

Bisnis kuliner lain dapat mencontoh pendekatan Fara Catering dalam menerapkan prinsip halal dan *thayyib* secara menyeluruh, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga penyajian makanan.

Langkah yang dapat diterapkan:

- 1) Menjalin kerja sama dengan pemasok yang bersertifikat halal.
- 2) Mengikuti pelatihan sertifikasi halal dari LPPOM MUI untuk pelaku UMKM.
- 3) Menyusun SOP produksi yang sesuai dengan prinsip kebersihan dan syariah.

b. Strategi Pengelolaan SDM Berbasis Syariah.

Fara Catering menunjukkan bahwa pengelolaan SDM dengan pendekatan syariah yang memperhatikan keseimbangan antara produktivitas dan ibadah dapat meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja.

Langkah yang dapat diterapkan:

- 1) Menyediakan waktu shalat dalam jam kerja dan mengatur pembagian tugas secara bergilir.
- 2) Memberikan pelatihan *soft skills* berbasis nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan tanggung jawab.
- 3) Menyusun sistem *insentif* dan gaji yang disepakati secara adil berdasarkan prinsip akad.

c. Transparansi dalam Penetapan Harga dan Pemasaran.

Kejujuran dalam menyampaikan harga dan kualitas produk, sebagaimana yang diterapkan oleh Fara Catering, dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Langkah yang dapat diterapkan:

- 1) Mencantumkan harga secara jelas dalam brosur, media sosial, dan platform pemesanan online.
- 2) Menyediakan informasi lengkap tentang komposisi makanan dan proses pembuatannya.
- 3) Menghindari iklan yang bersifat manipulatif atau mengandung unsur *tadlis* (penipuan).

d. Penguatan Strategi Promosi Digital Berbasis Syariah.

Pelaku usaha lain perlu memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah sekaligus promosi bisnis. Promosi yang edukatif dan etis dapat memperluas pasar dan memperkuat identitas merek halal.

Langkah yang dapat diterapkan:

- 1) Mengunggah testimoni pelanggan tanpa rekayasa.
- 2) Menyelaraskan desain promosi dengan adab Islam (tidak menampilkan aurat, tidak menggunakan musik yang melanggar syariat).

e. Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Risiko

Kendala yang dihadapi Fara Catering seperti fluktuasi harga bahan baku dan keterbatasan modal memberikan pelajaran penting bagi pelaku usaha lain dalam hal manajemen risiko dan akses permodalan.

Langkah yang dapat diterapkan:

- 1) Menyusun laporan keuangan sederhana secara berkala.
- 2) Mengatur buffer dana darurat untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan pokok.
- 3) Mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan syariah seperti BMT, Koperasi Syariah, atau Bank Syariah melalui skema *mudharabah* atau *musyarakah*.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya relevan untuk Fara Catering, tetapi juga dapat menjadi acuan konkret bagi pelaku usaha kuliner lainnya yang ingin membangun dan mengembangkan bisnis yang kompetitif, etis, dan berkelanjutan, serta sesuai dengan prinsip ekonomi Islam di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apta, A. (2021). Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muslim UMKM Di Kota Semarang Dengan Keberhasilan Penjualan Online Sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*.
- Auderey G. Tangkudung, P. L. (2024). Strategi dan Inovasi Model Bisnis Katering dalam Meningkatkan daya Saing di Era Pasar Digital. *Syntax Admiration*, 1146.
- Azharsyah Ibrahim, E. A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia.
- BPS. (2023). *Statistik Industri Pengolahan Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dadang Muljawan, P. S. (2020). *Ekonomi Syariah Untuk Sekolah Menengah Atas Kelas X*. Jakarta : Bank Indonesia.
- Damanik, A. Z. (2024). Peran Hukum Ekonomi Syariah Dalam Mengatur Transaksi Bisnis . *Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*, 434 - 441 .
- Destiya Wati, S. A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 141-154.
- Haryanti, N. &. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tsikmalaya. *Ekonomi Syariah*, 122-129.

- Hasniaty. (2022). Analisis Pengembangan Bisnis Berbasis Syariah di Pondok Pesantren. *Economics and Digital Business Review*, 346.
- Haudi, S. M. (2021). Strategi Pembelajaran. *Insan Cendekia Mandiri*, 1.
- Hootsuite, W. A. (2023). *Digital 2023: Indonesia*.
- Iqbal, M. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi pada Kopi Pasir Jogja di Sleman). *Skripsi*, 3 & 29.
- Ismail. (2020). *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*. Jakarta : Kencana.
- Jayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Kuliner Dalam Prespektif Islam. *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 129.
- Kertajaya, H. (2020). *Digital Marketing: Konsep dan Aplikasinya dalam Bisnis Kuliner*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khaerani, N. C. (2025, Januari 20). Penerapan Strategi Pemasaran di Fara Catering . (Istalamtunnada, Pewawancara)
- Khaerani, N. C. (2025, Januari 20). Penerapan Strategi Produksi di Fara Catering. (Istalamtunnada, Pewawancara)
- Khaerani, N. C. (2025, Januari 20). Penerapan Strategi SDM di Fara Catering. (Istalamtunnada, Pewawancara)
- Khaerani, N. C. (2025, Januari 20). Sejarah Berdirinya Fara Catering. (Istalamtunnada, Pewawancara)

- Kusuma, A. (2024). *Optimalisasi Efisiensi Operasional Bisnis di Era Disrupsi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Murdiyanto, D. (2019). *Inovasi Menu Makanan dan Minuman dalam Bisnis Kuliner*. Yogyakarta : Andi.
- Nasution, S. (2019). *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung : Tarsito.
- Nugroho, A. (2019). *Manajemen Layanan di Industri Kuliner*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Putra, M. R. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Monbeiku Palembang. *Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10.
- Putra, R. P. (2020). Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Kuliner Krr's Otentik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Putri, N. &. (2022). Efektivitas Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1).
- Rahmadania, S. E. (2020). Etika Bisnis (Business Ethic) Pada Pt. Tn Jakarta. *Jemsi (Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 427.
- Rahman. (2022). Strategi Pemasaran Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 45-56.
- Riyadi, L. &. (2019). *Strategi Pengembangan Bisnis dalam Era Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sridewi, N. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatann Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaen Lombok Barat. *Sripsi*, 2.

Sudrajat, A. (2020). Analisis Strategi Pengebangan Bisnis Kuliner Dalam Prespektif Etika Islam (Studi Kasus pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu). *TESIS*, 43.

Sukarno, D. (2021). *Manajemen Oprasional dalam Bisnis Kuliner*. Jakarta: Salemba Empat.

Surya, A. (2022). *Keberlanjutan dalam Industri Kuliner: Teori dan Praktik*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

