

**PERAN INOVASI DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA MIXUE PEKALONGAN
(Perspektif Etika Bisnis Islam)**

SKRIPSI

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



Oleh:

FRIZA RIFQO AZIZAH

NIM 4121020

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

2025

**PERAN INOVASI DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA MIXUE PEKALONGAN
(Perspektif Etika Bisnis Islam)**

SKRIPSI

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



Oleh :

FRIZA RIFQO AZIZAH

NIM 4121020

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

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Friza Rifqo Azizah
NIM : 4121020
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PERAN INOVASI DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA MIXUE PEKALONGAN (Perspektif Etika Bisnis Islam)”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 13 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Friza Rifqo Azizah

NIM. 4121020

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Friza Rifqo Azizah

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Friza Rifqo Azizah
NIM: : 4121020
Judul Skripsi : Peran Inovasi Dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Mixue Cabang Kedungwuni Kabupaten Pekalongan (Perspektif Konsep Bisnis Islam)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Juni 2025
Pembimbing,



Ahmad Sukron, M.E.I.
NIP. 197110152005011003



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 (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **Friza Rifqo Azizah**

NIM : **4121020**

Judul Skripsi : **Peran Inovasi Dan Jaringan Bisnis Terhadap
Keberhasilan Usaha Pada Mixue Pekalongan
(Perspektif Etika Bisnis Islam)**

Dosen Pembimbing : **Ahmad Sukron, M.E.I.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 25 Juni 2025 dan dinyatakan
LULUS serta di terima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Zawawi, M.A.
NIP. 197706252008011013

Penguji II

Qurrota 'Ayun, M.H.I.
NIP. 199103222020122020

Pekalongan, Juli 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. AM. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”
(QS. Ar-Ra’d: 11)

“The results will come if you work hard with sincerity”
(Joshua)

“Hiduplah dengan bersyukur”
(Wen Junhui)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat 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 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 materil maupun nonmaterial dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Torisah dan Bapak Zaenal Abidin, yang telah menjadi pilar utama dalam setiap langkah kehidupan peneliti. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak ternilai. Ibu yang dengan ketulusan dan kerja kerasnya terus berjuang demi pendidikan anak pertamanya, dan Bapak yang senantiasa sigap serta penuh perhatian dalam memastikan setiap kebutuhan pendidikan anak-anaknya terpenuhi. Segala dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, telah menjadi kekuatan besar hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
2. Untuk adik tersayang, Faisal Amir, yang selalu menjadi penyemangat dalam diam dan alasan kuat untuk terus melangkah maju. Terima kasih atas doa, candaan, serta kehadiranmu yang mampu mengurangi lelah dan memberi semangat di tengah proses penyelesaian skripsi ini. Semoga keberhasilan ini bisa menjadi motivasi dan bekal untuk masa depan kita bersama.
3. Keluarga besar yang selalu mendukung dengan tulus serta memberikan ruang untuk bertumbuh tanpa tekanan untuk cepat-cepat menyelesaikan pendidikan.
4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

5. Dosen Pembimbing Bapak Ahmad Sukron, M.E.I. atas arahan, masukan, dan bimbingan beliau yang tidak hanya membantu saya dalam menyelesaikan skripsi, tetapi juga memberikan semangat melalui pendekatan yang penuh pengertian dan komitmen pada tenggat waktu yang telah disepakati bersama.
6. Dosen Wali Ibu Happy Sista Devy, M.M. yang telah berkontribusi dalam penentuan judul skripsi ini dan senantiasa memberikan arahan yang membangun selama masa perkuliahan, menjadi sosok pendamping yang penuh dedikasi dalam perjalanan akademik saya.
7. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung selama proses penyelesaian skripsi ini, terutama kepada Jihan Kamelia, Nafisatul Alawiyah, Nailah Sekar Adriani, Ardia Puspita Dewi, Diva Rosyidatunnuha dan Siti Likha atas segala bantuan, kepedulian, dan kebersamaan selama proses penelitian ini berlangsung. Terima kasih telah menemani saat mengerjakan skripsi mulai dari survei lokasi, membantu dokumentasi, wawancara dan memberikan masukan yang membangun, serta hadir di saat penulis mengalami kesulitan. Semoga persahabatan yang telah terjalin selama masa perkuliahan ini tetap langgeng hingga masa yang akan datang.
8. Teman-teman yang memberi semangat, motivasi dan dukungan tulus dalam setiap langkah saya menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi sumber inspirasi yang tak ternilai.
9. Untuk diriku sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini, sudah belajar menahan diri untuk tidak banyak mengeluh, terimakasih sudah terus berusaha sampai akhir. Skripsi ini adalah bukti bahwa kerja keras dan keyakinan tidak sia-sia.

ABSTRAK

Friza Rifqo Azizah, Peran Inovasi Dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Mixue Pekalongan (Perspektif Etika Bisnis Islam)

Perkembangan bisnis yang semakin pesat ditandai dengan maraknya usaha di berbagai sektor, termasuk industri kuliner es krim yang mengalami pertumbuhan signifikan. Salah satu bisnis yang menonjol adalah Mixue, yang hadir dengan konsep kekinian dan harga terjangkau. Namun, tidak semua pelaku usaha mengimplementasikan etika bisnis Islam secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran inovasi dan jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha Mixue Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam, yang difokuskan pada tiga rumusan masalah: bentuk inovasi yang diterapkan, strategi pengembangan jaringan bisnis, serta penerapan prinsip bisnis Islam dalam usaha tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data diperoleh dari tiga informan utama yaitu: (1) kepala cabang, (2) karyawan, dan (3) konsumen. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, dilakukan triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi yang dijalankan Mixue meliputi peluncuran menu baru secara berkala, pemasaran digital yang aktif, dan operasional yang efisien dengan standar pelayanan yang konsisten. Strategi jaringan bisnis diterapkan melalui distribusi bahan baku terpusat dan kerja sama antar cabang yang kuat, sehingga mendukung efisiensi dan keberhasilan operasional. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam terlihat dari kejujuran dalam transaksi, keadilan terhadap karyawan, penggunaan bahan dan alat produksi yang telah bersertifikat halal, serta upaya menghindari praktik riba dan gharar.

Kata Kunci: Inovasi, Jaringan Bisnis, Keberhasilan Usaha, Etika Bisnis Islam, Mixue.

ABSTRACT

Rifqo Azizah, Friza. The Role of Innovation and Business Networks in the Success of Mixue Pekalongan (An Islamic Business Ethics Perspective).

The rapid growth of business is marked by the rise of enterprises across various sectors, including the ice cream culinary industry, which has experienced significant development. One prominent business is Mixue, known for its modern concept and affordable pricing. However, not all business actors fully implement Islamic business ethics. Therefore, this study aims to examine the role of innovation and business networks in the success of Mixue Pekalongan from the perspective of Islamic business ethics, focusing on three main problems: the forms of innovation implemented, business network development strategies, and the application of Islamic business ethics principles within the enterprise.

This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were obtained from three key informants: (1) the branch manager, (2) employees, and (3) consumers. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used the interactive model of Miles and Huberman, which consists of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. To ensure data validity, source and technique triangulation were conducted.

The results indicate that Mixue's innovations include periodic menu launches, active digital marketing, and efficient operations with consistent service standards. The business network strategy is implemented through centralized raw material distribution and strong inter-branch cooperation, supporting operational efficiency and success. Furthermore, the application of Islamic business ethics is reflected in honest transactions, fairness to employees, the use of halal-certified materials and production tools, and efforts to avoid *riba* and *gharar* practices.

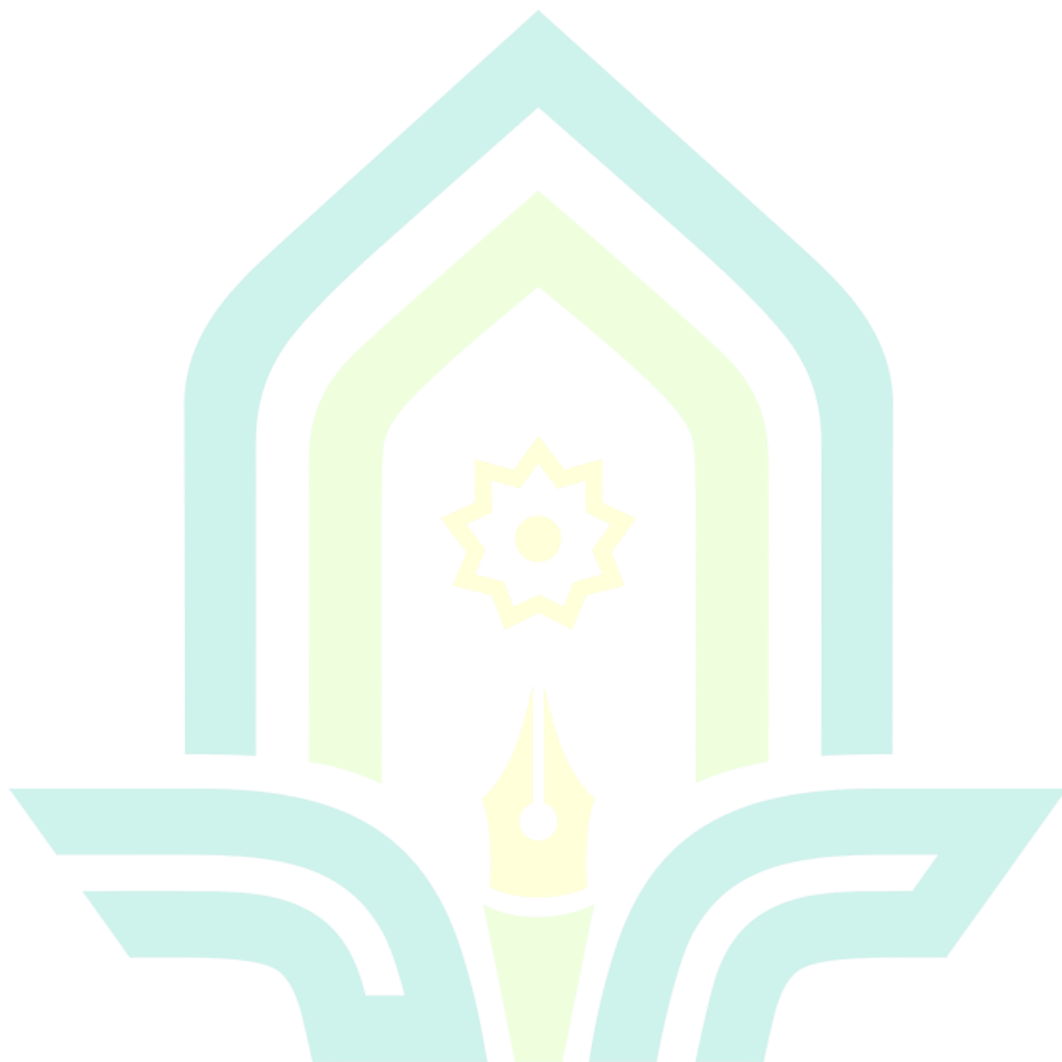
Keywords: Innovation, Business Network, Business Success, Islamic Business Ethics, Mixue.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. 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 sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M. dan Bapak H. M. Shulthoni, M.S.I, Ph.D. selaku Wakil Dekan I, II dan III.
4. Bapak Muhammad Aris Syafi'I, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Ahmad Sukron, M.E.I. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag dan Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M selaku Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

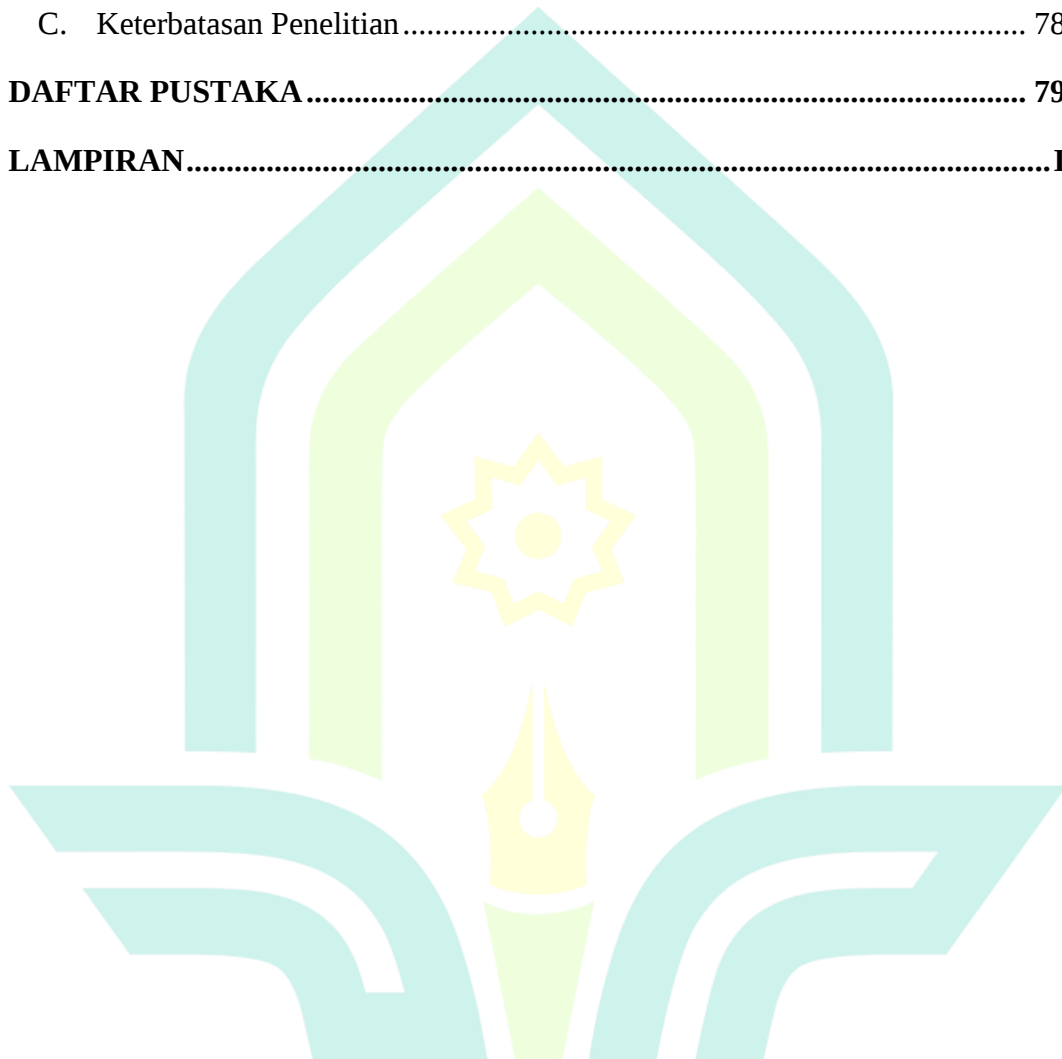


DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori.....	15

B. Telaah Pustaka	38
C. <i>Tentative Theory Construct</i>	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Pendekatan Penelitian.....	47
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	48
D. Subjek dan Objek Penelitian	49
E. Sumber Data.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Keabsahan Data	52
H. Metode Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Sejarah Dan Perkembangan Usaha Mixue	56
2. Visi Misi Mixue.....	57
3. Lokasi Penelitian	58
4. Logo Mixue	59
5. Akun Media Sosial	60
6. Produk yang Terjual	61
7. Perkembangan Usaha Mixue.....	62
B. Pembahasan.....	63
1. Analisis Bentuk Inovasi Yang Diterapkan Oleh Mixue Cabang Kedungwuni Dalam Mengembangkan Usahanya.....	63
2. Analisis Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis Yang Dilakukan Mixue Cabang Kedungwuni Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usahanya.....	70

3. Analisis Penerapan Prinsip Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Mixue Cabang Kedungwuni	72
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
C. Keterbatasan Penelitian.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ďad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	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 vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

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

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i

ـَ	Dammah	u	u
----	--------	---	---

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا..	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا..	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَا.. يَا..	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِي..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ..	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

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

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- البرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu
lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`an/

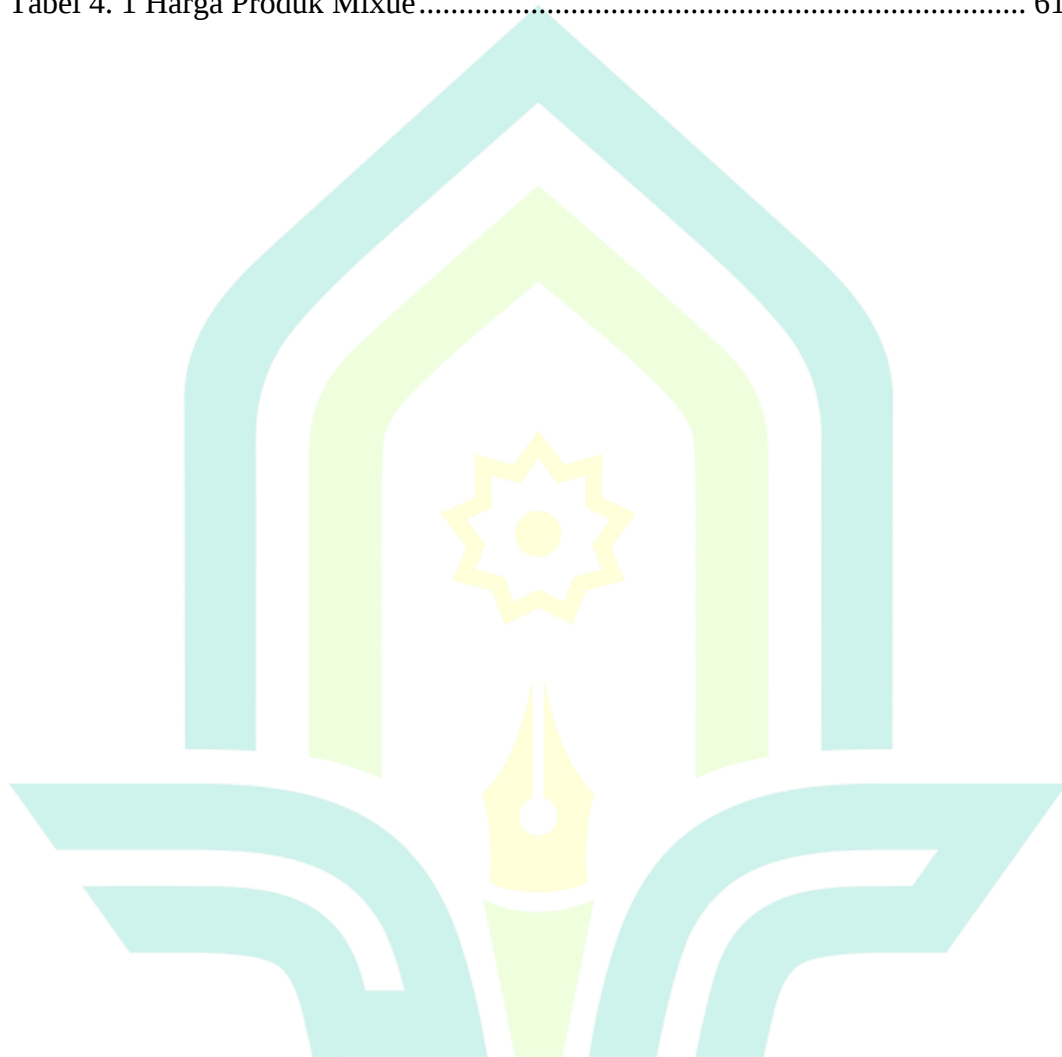
J. Tajwid

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 disertai dengan pedoman tajwid.



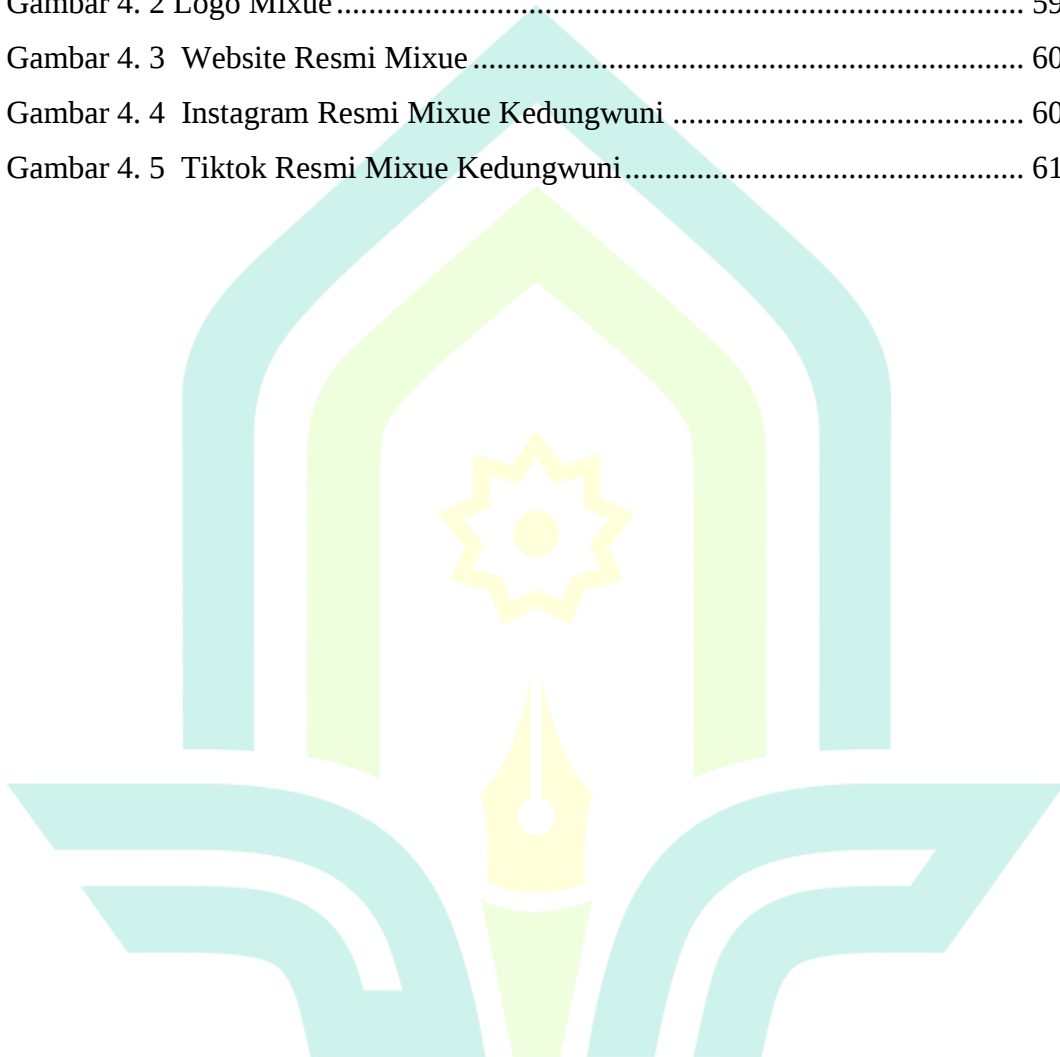
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Gerai Mixue di Pekalongan.....	1
Tabel 1. 2 Jumlah Penjualan dan Total Pendapatan Mixue	3
Tabel 1. 3 Produk Mixue.....	3
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	39
Tabel 4. 1 Harga Produk Mixue.....	61



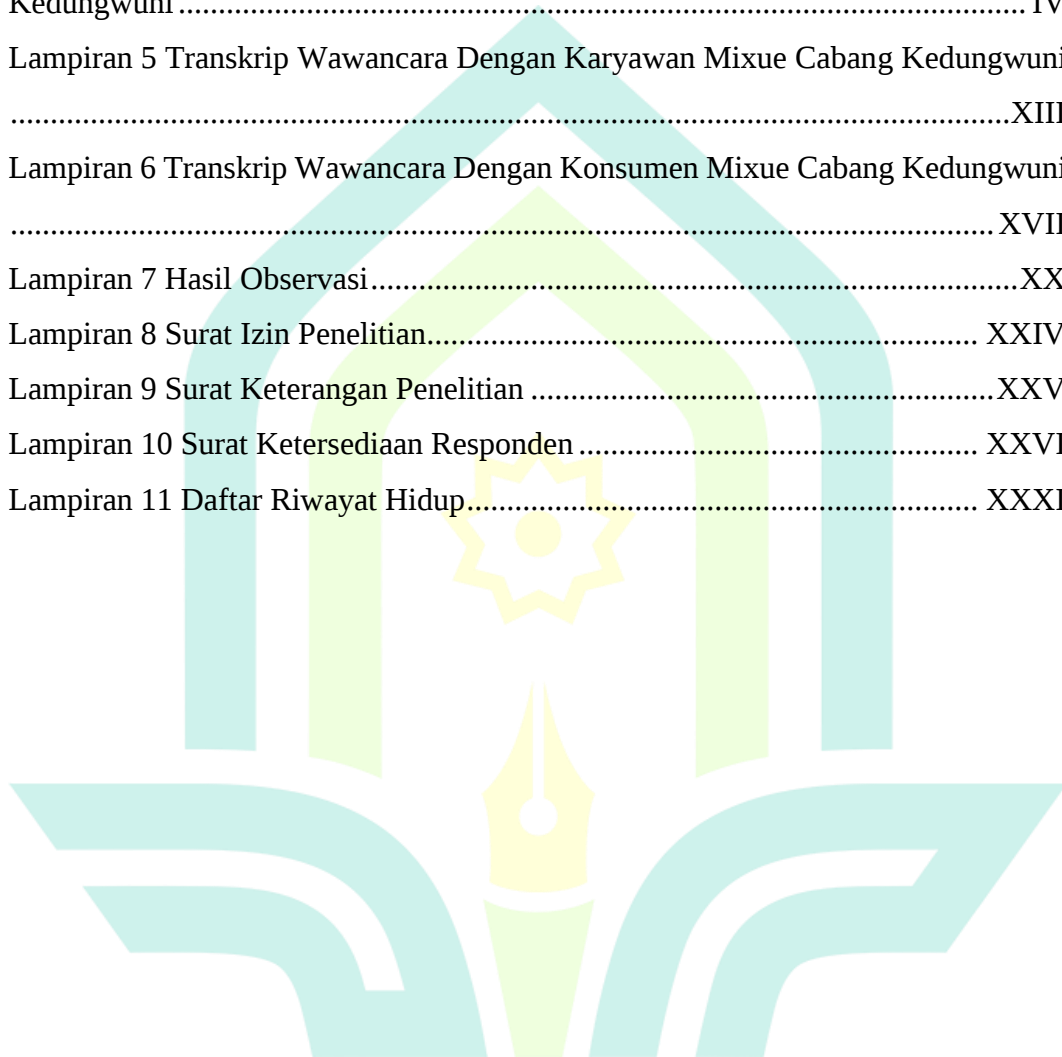
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data usaha kuliner makanan dan minuman dengan franchise terbanyak ke-5 di Indonesia.	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	46
Gambar 4. 1 Lokasi Cabang Mixue Kedungwuni.....	58
Gambar 4. 2 Logo Mixue	59
Gambar 4. 3 Website Resmi Mixue	60
Gambar 4. 4 Instagram Resmi Mixue Kedungwuni	60
Gambar 4. 5 Tiktok Resmi Mixue Kedungwuni.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Manajer Toko Mixue Cabang Kedungwuni	I
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Karyawan Mixue Cabang Kedungwuni.....	II
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Konsumen Mixue Cabang Kedungwuni.....	III
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Dengan Manajer Toko Mixue Cabang Kedungwuni	IV
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Dengan Karyawan Mixue Cabang Kedungwuni	XIII
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Dengan Konsumen Mixue Cabang Kedungwuni	XVII
Lampiran 7 Hasil Observasi.....	XX
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	XXIV
Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian	XXV
Lampiran 10 Surat Ketersediaan Responden	XXVI
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mixue Pekalongan menjadi salah satu bukti nyata keberhasilan strategi bisnis waralaba di daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Berdasarkan data Goodstats.id (3 Mei 2023) yang dikutip oleh JatimNetwork.com dari akun TikTok @lokusi3d (20 Januari 2023), tiga provinsi dengan jumlah gerai Mixue terbanyak di Indonesia berada di Pulau Jawa, yaitu Jawa Barat (189 gerai), Jawa Timur (114 gerai), dan Jawa Tengah (113 gerai). Di Pekalongan, Mixue juga mengalami pertumbuhan dengan semakin bertambahnya jumlah gerai seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk es krim dan minuman dari merek ini. Berdasarkan data Suarajawatengah.id (7 Oktober 2023), terdapat sekitar 7 gerai Mixue di Pekalongan, dan hingga saat ini jumlahnya telah meningkat menjadi 9 gerai. Berikut daftar gerai Mixue yang ada di Pekalongan:

Tabel 1. 1 Gerai Mixue di Pekalongan

No	Gerai	Nomor Telepon	Alamat
1	Mixue Bojong	0823-2933-7704	Jl. Raya Bojong No.5B, RT.10/RW.05, Kedoyo, Bojong Minggir, Kec. Bojong, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51156
2	Mixue Kedungwuni	0812-2851-1515	Jl. Capgawen Utara, Kedungwuni, Kedungwuni Timur, Kec. Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51173

3	Mixue Wono- pringgo	0851-7671-0168	Jl. Raya Wonopringgo No.22, Logaten Selatan, Rowokembu, Kec. Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51181
4	Mixue Ka- ranganyar	0895-2076-7000	XJ97+7J4, Kebonsari, Ka- rangsari, Kec. Karanganyar, Ka- bupaten Pekalongan, Jawa Ten- gah 51182
5	Mixue Kajen	0818-1824-5514	XHGM+337, Tambor, Nyamok, Kec. Kajen, Kabupaten Pekalon- gan, Jawa Tengah 51161
6	Mixue Doro	-	XMCQ+VHP, Jl. KI Hajar De- wantoro Jl. Kp. Baru Silumbung, Kaso Tengah, Doro, Kec. Doro, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51191
7	Mixue Buaran	0812-4941-1983	Jl. Raya Kertijayan, RT.012/RW.04, Jayan Kidul, Kertijayan, Kec. Buaran, Kabu- paten Pekalongan, Jawa Tengah 51171
8	Mixue Pekalon- gan	0895-2804-2201	Jl. Hayam Wuruk No.88, Ben- dan, Kec. Pekalongan Bar., Kota Pekalongan, Jawa Tengah 51113
9	Mixue Progo	(021) 31139999	Jl. Progo No.26a, Dukuh, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalon- gan, Jawa Tengah 51149

Sumber : Suarajawatengah.id, 2025

Selama tiga bulan terakhir, pendapatan Mixue menunjukkan tren positif, se-
bagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1.2 Hal ini menunjukkan antusiasme kon-
sumen terhadap produk yang ditawarkan semakin tinggi dari waktu ke waktu.

Tabel 1. 2 Jumlah Penjualan dan Total Pendapatan Mixue

No	Bulan	Jumlah Produk Terjual	Total Pendapatan (Rp)
1	Maret	3.210	Rp. 73.752.000
2	April	6.329	Rp. 83.739.000
3	Mei	8.668	Rp. 116.697.000
Total		18.207	Rp. 274.188.000

Sumber : Mixue Cabang Kedungwuni, 2025

Selain peningkatan pendapatan, perkembangan Mixue juga tercermin dari semakin beragamnya variasi produk yang ditawarkan, mulai dari minuman, es krim, hingga merchandise. Ragam produk ini terus diperbarui untuk mengikuti selera pasar dan tren konsumen lokal dan ada penambahan menu setiap dua bulan atau tiga bulan sekali agar pelanggan tidak bosan. Untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai jenis produk yang ditawarkan, berikut tabel variasi produk yang tersedia:

Tabel 1. 3 Produk Mixue

No	Produk Mixue	Harga
1	Ice cream cone	Rp. 8000
2	Lemon Earl Grey Tea	Rp. 12000
3	Ice Cream Jasmine Tea	Rp. 13000
4	Oreo Sundae	Rp. 16000
5	Berry Bean Sundae	Rp. 16000
6	Hawalian Fruit	Rp. 22000
7	Boba Shake	Rp. 16000
8	Creamy Mango boba	Rp. 22000
9	Mango Smothies	Rp. 16000

10	Strawberry smoothies	Rp. 16000
11	Chocolate Cookies Smoothies	Rp. 16000
12	Manggo Sundae	Rp. 16000
13	Strawberry Mi Shake	Rp. 16000
14	Supreme Mixed Milk Tea	Rp. 22000
15	Boba sundae	Rp. 16000
16	Fresh Squeezed Lemonade	Rp. 10000

Sumber : Mixue Indonesia, 2025

Penelitian ini berfokus pada cabang Mixue Pekalongan, daerah dengan potensi besar bagi bisnis waralaba. Pekalongan dikenal sebagai Kota Santri, yang tidak hanya mencerminkan mayoritas penduduk Muslim, tetapi juga memiliki motto Sehat, Aman, Nyaman, Tertib, Rapi, dan Indah untuk mendorong masyarakat menerapkan nilai-nilai tersebut. Selain itu, Pekalongan kaya akan kuliner khas seperti megono, pindang tetel, dan olahan laut, menjadikannya destinasi wisata kuliner yang strategis. Dengan budaya kuliner yang kuat dan minat tinggi terhadap makanan dan minuman baru, kehadiran Mixue di Pekalongan menunjukkan potensi pasar yang besar, di mana inovasi produk es krim dan minuman kekinian dapat diterima dengan baik (Waluyo, 2021).

Sebelumnya, Mixue mengalami beberapa kontroversi, salah satunya adalah kekhawatiran masyarakat Indonesia terhadap kehalalan produk Mixue. Seperti yang diketahui, Mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam, sehingga penting untuk memastikan bahwa produk yang sedang populer ini telah memperoleh sertifikasi halal. Berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, kewenangan dalam sertifikasi halal diberikan

kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Kehadiran UU JPH membawa perubahan signifikan dalam kelembagaan penyelenggara sertifikasi halal. Sebelum regulasi ini diberlakukan, peran utama dalam sertifikasi halal dipegang oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui LPPOM.

Dalam menjalankan tugasnya, BPJPH berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk kementerian, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan MUI. LPH bertanggung jawab melakukan audit terhadap produk, sementara dalam proses penetapan fatwa halal, BPJPH bekerja sama dengan MUI melalui Sidang Fatwa Halal (Ma'wa & Alim, 2024).

Sejak tahun 2021, PT Zhisheng Pacific Trading, perusahaan yang membawa Mixue ke Indonesia, telah berupaya memperoleh sertifikasi halal guna meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produknya. Namun, proses ini menghadapi berbagai kendala, terutama kewajiban konsultasi halal di negara asal, mengingat sebagian besar bahan baku Mixue diimpor dari berbagai wilayah. Hambatan ini diperparah oleh pandemi Covid-19 dan kebijakan karantina di Tiongkok, yang menyebabkan keterlambatan dalam pengurusan sertifikasi. Mixue resmi mengajukan pendaftaran sertifikat halal pada 13 November 2022. Setelah melalui proses audit kehalalan dan kajian oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), ketetapan halal diterbitkan pada 15 Februari 2023. Berdasarkan keputusan tersebut, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) kemudian menerbitkan sertifikat halal dengan Nomor ID00410001326911122, yang mulai berlaku pada 16 Februari 2023 (Suprpto et al., 2023).

Pendirinya, Zhang Hong Chao, memulai usaha dengan membuka gerai es serut di kampung halamannya di Zhengzhou, Henan. Meskipun mengalami banyak kendala, Mixue berhasil berkembang menjadi perusahaan waralaba yang sukses, dengan ekspansi ke berbagai negara, termasuk Indonesia (Izzatullah et al., 2023).

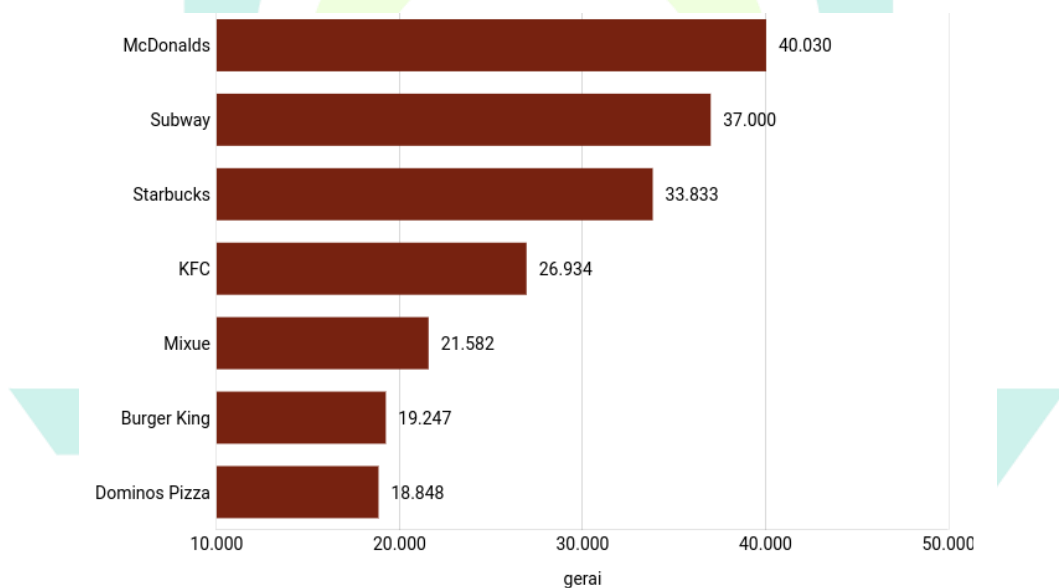
Fokus bisnis Mixue pada produk es krim terinspirasi oleh popularitas es krim jenis kerucut di Zhengzhou. Zhang berhasil mengembangkan resep es krim yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas, dan memulai bisnis waralaba pada tahun 2008. Mixue terus berkembang dan memperluas cakupan bisnisnya di Tiongkok dan luar negeri. Di Indonesia, Mixue mulai populer pada awal pandemi COVID-19, karena keterjangkauannya, variasi rasa yang menarik, dan harga yang terjangkau (Kumparan Bisnis, 2023).

Mixue menjadi salah satu inovator dalam industri es krim di Indonesia dengan memperkenalkan konsep unik yang menggabungkan es krim dengan boba, yang terbuat dari butiran bola tapioka. Ide ini muncul dari tren populer es krim *cone* yang dihancurkan, sehingga remahan potongan *cone* menjadi satu dengan es krim. Mixue sukses memasuki pasar Indonesia dengan daya tarik uniknya, terutama karena harga yang terjangkau dan variasi produk yang menarik. Kehadirannya di Indonesia telah menarik minat banyak konsumen, yang membuatnya menjadi salah satu pilihan utama untuk menikmati es krim (Faidah, 2023).

Selain itu, Mixue juga membuka peluang bagi calon pengusaha dengan menawarkan *franchise* yang menjanjikan. *Franchise*, atau yang dikenal sebagai

waralaba, merupakan jenis usaha yang melibatkan pemberi waralaba (*franchisor*) yang menyediakan sistem usaha kepada penerima waralaba (*franchise*) melalui perjanjian tertentu. Konsep tersebut mencakup pemberian izin kepada pihak ketiga untuk mendistribusikan atau menyediakan layanan terkait produk yang ditawarkan di bawah naungan merek dagang, rahasia dagang, paten, atau produk milik franchisor (Najla et al., 2022).

Mixue terus berkembang hingga memiliki lebih dari 21.582 gerai di seluruh dunia pada 2021, menjadikannya perusahaan makanan dan minuman dengan jumlah franchise terbanyak kelima di dunia, mengungguli Burger King dan Domino's Pizza (Momentum Works, 2021).



Gambar 1. 1
Data usaha kuliner makanan dan minuman dengan franchise terbanyak ke-5 di Indonesia.

Sumber : Data Momentum Works, Mixue Tahun 2021

Kesuksesan Mixue tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui berbagai upaya strategis dalam menghadapi tantangan bisnis. Dalam perkembangannya, Mixue terus melakukan inovasi dalam berbagai aspek bisnisnya, mulai dari diversifikasi produk hingga strategi pemasaran digital yang agresif. Inovasi produk terlihat dari variasi menu yang terus bertambah, menyesuaikan dengan preferensi pasar lokal, serta penggunaan bahan baku yang efisien guna menjaga harga tetap terjangkau. Selain itu, Mixue juga menerapkan strategi pemasaran berbasis digital, seperti pemanfaatan media sosial dan promosi melalui platform *e-commerce*, yang semakin meningkatkan daya tarik merek ini di kalangan konsumen muda (Al Sukri et al., 2024).

Selain inovasi, jaringan bisnis Mixue juga menjadi faktor utama dalam keberhasilannya. Dengan sistem waralaba yang kuat, Mixue mampu memperluas jangkauan bisnisnya dalam waktu singkat. Dukungan dari pusat terhadap mitra waralaba dalam bentuk pelatihan, pengadaan bahan baku, serta standar operasional yang ketat memungkinkan Mixue untuk mempertahankan kualitas produknya di berbagai lokasi. Ekspansi bisnis ini semakin diperkuat dengan pemilihan lokasi strategis yang dekat dengan pusat perbelanjaan, kawasan perkantoran, dan lingkungan pendidikan, sehingga meningkatkan visibilitas merek di pasar yang lebih luas (Aprilia et al., 2023).

Penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Aprilia et al. (2023) lebih menitikberatkan pada keunggulan model bisnis waralaba dan manajemen rantai pasokan Mixue, sedangkan penelitian ini berfokus pada peran inovasi dan jaringan bisnis dalam

keberhasilan usaha Mixue di Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam. Selain itu, penelitian oleh Diandra & Syahputra (2021) membahas strategi bertahan bisnis di era digital dengan menyoroti kapabilitas digital, sedangkan penelitian ini tidak hanya terbatas pada aspek digital tetapi juga meneliti berbagai bentuk inovasi yang diterapkan dalam bisnis Mixue, terutama dalam konteks jaringan bisnis. Selanjutnya, penelitian oleh Triwijayati et al. (2023) lebih menekankan pada adopsi teknologi digital dan e-commerce sebagai strategi inovasi, sementara penelitian ini lebih luas dalam membahas inovasi, termasuk dalam aspek produk, operasional, dan pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam.

Untuk memperkuat fokus penelitian, peneliti melakukan *pra-riset* di Mixue Cabang Kedungwuni, Pekalongan. Berdasarkan wawancara awal dengan kepala cabang dan karyawan, diketahui bahwa Mixue memiliki keunikan dibanding usaha sejenis, seperti resep es krim khas buatan khusus, sistem bahan baku terstruktur, dan variasi menu yang dirilis secara berkala oleh manajemen pusat. Selain itu, konsumen menyebut harga yang terjangkau, pelayanan yang konsisten, serta promosi menarik di media sosial sebagai alasan utama mereka memilih Mixue. Namun, dari sisi etika bisnis Islam, muncul pertanyaan tentang bagaimana prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan kehalalan produk benar-benar diterapkan dalam praktik sehari-hari.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji lebih dalam melalui studi yang berjudul **“Peran Inovasi Dan**

Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Mixue Pekalongan (Perspektif Etika Bisnis Islam)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dibuat rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk inovasi yang diterapkan oleh Mixue dalam mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana strategi pengembangan jaringan bisnis yang dilakukan Mixue dalam meningkatkan keberhasilan usahanya?
3. Bagaimana Mixue menerapkan prinsip bisnis Islam dalam mengembangkan usahanya?

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, peneliti menetapkan beberapa batasan yang menjadi ruang lingkup kajian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Objek Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada bisnis Mixue yang beroperasi di cabang Kedungwuni, Lokasi: Jl. Capgawen Utara, Kedungwuni, Kedungwuni Timur., Kec. Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51173, Jarak dari pusat kota: 5,6 km. Pemilihan cabang ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih terarah dan representatif terkait peran inovasi dan jaringan bisnis dalam keberhasilan usaha Mixue di daerah tersebut.

2. Aspek yang Dikaji

Penelitian ini berfokus pada inovasi dan strategi pengembangan jaringan bisnis Mixue dalam menjaga daya saing serta memperluas pangsa pasar di Pekalongan. Selain itu, kajian ini juga menganalisis bagaimana prinsip bisnis Islam diterapkan dalam strategi pengembangan usaha Mixue.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bentuk inovasi yang diterapkan oleh Mixue dalam mengembangkan usahanya.
2. Mengkaji strategi pengembangan jaringan bisnis yang dilakukan Mixue dalam meningkatkan keberhasilan usahanya.
3. Menjelaskan penerapan prinsip bisnis Islam dalam pengembangan usaha Mixue.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat dari dua aspek utama, yaitu teoritis dan praktis, yang akan dijelaskan pada bagian berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian inovasi dan pengembangan jaringan bisnis dalam keberhasilan usaha mikro. Studi ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya,

terutama yang berkaitan dengan strategi bisnis waralaba dalam prinsip bisnis Islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan wawasan mengenai strategi inovasi dan jaringan bisnis dalam keberhasilan usaha Mixue. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya pemahaman peneliti mengenai penerapan prinsip bisnis Islam dalam dunia usaha.

b. Bagi Pengusaha *Franchise* Mixue

Diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas inovasi dan strategi jaringan bisnis yang diterapkan, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, khususnya di Pekalongan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap produk dan layanan Mixue. Dengan adanya inovasi dalam produk dan layanan, konsumen akan memiliki lebih banyak pilihan yang berkualitas. Selain itu, pengembangan jaringan bisnis yang lebih luas akan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan produk Mixue. Penelitian ini juga membantu konsumen Muslim memahami prinsip bisnis Islam dalam operasional Mixue, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini memaparkan latar belakang, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat dari penelitian, yang menjadi dasar pelaksanaan studi ini.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan dalam penelitian seperti teori Resource-Based View (RBV), inovasi bisnis, jaringan bisnis, dan etika bisnis Islam. Selain itu, bab ini juga mencakup kajian penelitian terdahulu yang relevan sebagai pembanding dan pendukung dalam membangun argumentasi penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian beserta teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan studi dokumen, serta metode analisis data yang digunakan untuk mengolah dan menafsirkan hasil penelitian. Selain itu, dijelaskan juga teknik pemilihan informan atau responden, seperti purposive sampling, serta prosedur penelitian di lokasi penelitian.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan temuan penelitian dengan teori yang telah dibahas dalam

tinjauan pustaka serta membandingkannya dengan penelitian terdahulu.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum temuan utama penelitian yang diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pihak-pihak berkepentingan untuk tindak lanjut



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan beberapa poin penting mengenai peran inovasi dan jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha Mixue Pekalongan dalam perspektif Etika bisnis Islami sebagai berikut:

- a. Inovasi dalam Meningkatkan Keberhasilan: Mixue Pekalongan menerapkan inovasi produk secara terpusat dengan peluncuran menu baru setiap dua hingga tiga bulan. Inovasi ini mencakup produk es krim, teh, dan kopi yang menarik perhatian pelanggan karena kualitas dan harga terjangkau. Strategi pemasaran dilakukan secara seragam oleh pusat melalui media sosial dan promosi di gerai. Inovasi operasional mencakup digitalisasi sistem pemesanan, laporan penjualan, dan pelatihan karyawan yang terstandar.
- b. Strategi Pengembangan Jaringan Bisnis: Mixue menerapkan sistem jaringan bisnis yang terintegrasi antara pusat dan cabang. Pengadaan bahan baku dilakukan melalui gudang pusat dengan aplikasi khusus. Dalam kondisi kekurangan stok, cabang dapat bekerja sama dengan cabang lain. Strategi ini mencerminkan kolaborasi antarcabang dan penerapan supply chain management yang efisien.
- c. Penerapan Prinsip Bisnis Islam: Mixue telah menerapkan prinsip bisnis Islam, seperti kejujuran melalui pencatatan transaksi secara transparan, keadilan melalui pemberian gaji sesuai UMR, dan kebaikan dalam pengelolaan

karyawan. Produk dan alat produksi telah tersertifikasi halal, dan operasional dijalankan sesuai dengan prinsip etika Islam. Mixue juga menghindari praktik riba dan *gharar*, serta menjaga keberkahan usaha melalui kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Mixue Pusat

Disarankan untuk terus mendorong inovasi produk yang menyesuaikan dengan preferensi lokal tanpa mengurangi standar nasional. Selain itu, manajemen pusat dapat memberikan ruang kreativitas terbatas kepada cabang untuk mengadaptasi strategi promosi agar lebih sesuai dengan kondisi dan budaya lokal.

2. Bagi Cabang Mixue Pekalongan

Cabang diharapkan dapat terus menjaga kualitas pelayanan dan kebersihan sesuai standar yang telah ditetapkan, serta tetap aktif dalam promosi dan interaksi digital agar tetap kompetitif di tengah semakin banyaknya cabang baru yang berdiri di wilayah sekitar.

3. Bagi Calon Mitra Waralaba

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi calon mitra dalam memahami sistem manajemen Mixue, terutama dalam hal operasional, inovasi, dan penerapan prinsip bisnis Islami, sehingga mereka dapat mempersiapkan diri dengan baik sebelum membuka cabang.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas cakupan penelitian, misalnya dengan membandingkan antara beberapa cabang di wilayah berbeda, atau melakukan studi kuantitatif untuk melihat hubungan antara inovasi, jaringan bisnis, dan indikator keberhasilan usaha secara statistik.

A. Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Terbatas

Penelitian ini hanya berfokus pada Bisnis Mixue Cabang Kedungwuni, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat sepenuhnya digeneralisasi untuk Bisnis Mixue di seluruh cabang yang ada di beberapa Negara karena memungkinkan memiliki sistem manajemen dan kebijakan berbeda.

2. Data yang Bergantung pada Wawancara

Sebagian besar data diperoleh melalui wawancara dengan kepala toko, karyawan dan konsumen, yang memungkinkan adanya subjektivitas dalam jawaban mereka. Selain itu, kemungkinan terdapat informasi yang belum sepenuhnya terungkap karena keterbatasan waktu atau ingatan responden.

3. Keterbatasan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu yang relatif terbatas, sehingga belum bisa melihat dampak jangka panjang dari penerapan Inovasi dan jaringan bisnis terhadap keberhasilan usaha pada Mixue Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Kadarsih, S. (2024). *PASAR ISLAMI: Penerapan Etika Bisnis Islam bagi Pedagang Sembako*. Zabags Qu Publish.
- Adita, A., et al. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Mixue Cabang Mojosari. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 01-18.
- Ahmad, M. I. S., et al. (2023). Peran Inovasi dalam Keberhasilan Kewirausahaan: Studi Kasus tentang Startup Berkembang Pesat di Industri Teknologi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 153-162.
- Alhidayat, R. (2022). *Pengaruh Inovasi dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Coffee Shop Di Kecamatan Danau Sipin dan Telanaipura* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI).
- Alifah, H. A., et al. (2023). Bunga dan Riba dalam Perspektif Islam. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(5), 765-776.
- Al Sukri, S., et al. (2024). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Jurnal Pajak dan Bisnis (Journal of Tax and Business)*, 5(2), 463-472.
- Aprilia, R., et al. (2023). KEUNGGULAN DAN STRATEGI MODEL BISNIS MIXUE. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 63-72.
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, 27-28.
- Arifin, Z., & Arini, R. E. (2023). Peran Teknologi dan Inovasi dalam Kesuksesan Bisnis Wirausaha Muda. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 301-311.
- Arniessa, A. D., & Nirawati, L. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas Di BSD Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kaa Mieera*, 1(1), 08-18.
- Barus, S. B., et al. (2024). ANALISIS MENDALAM TERHADAP FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA: KAJIAN LITERATUR DARI PERSPEKTIF TEORI DAN PRAKTIK. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 15950-15956.
- Darmawan, D. (2021). Pencapaian Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan melalui Strategi Pemasaran berdasarkan Pengalaman (Studi Kasus Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Mojokerto). *Jurnal Lima Daun Ilmu (MADA)*, 1(1), 1-14.
- Dasuki, R. E. (2021). Manajemen strategi: kajian teori resource based view.
- Diandra, D., & Syahputra, E. (2021, September). Covid-19 dan Strategi Bertahan Bisnis di Era Inovasi Digital: Dalam Perspektif Kapabilitas Digital Keunggulan Sumber Daya. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1102-1107).
- Faidah, S. W. N. (2023). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MIXUE PASKAL 23 DI KOTA BANDUNG* (Doctoral dissertation, Universitas Sangga Buana YPKP).

- Fatahillah, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Mutu Pendidikan Di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Miftahul Ulum Banyuputih Lumajang Tahun Ajaran 2020/2021* (Doctoral dissertation, Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Ferira, R. (2022). Analisis Aplikasi TikTok sebagai Platform Membangun Jaringan Bisnis Generasi Millenial. *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage*, (June), 1-15.
- Firmansyah, MA (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Perencanaan & Strategi*. Penerbit Qiara Media.
- Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.
- Hanson, D., et al. (2021). *Strategic Management: Competitiveness and Globalisation*. Cengage AU.
- Hariyani, N., & Kadariah, S. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Cita Rasa Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Ice Cream & Tea (Studi Kasus Remaja di Kecamatan Medan Deli). *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 2(1), 347-359.
- Husain, N. A., et al. (2023). The Effect of Conceptual Factors on Small and Medium-Sized Enterprises Business Success in Malaysia. *Information Management and Business Review*, 15(4(SI)I), 264-274.
- Ihwanudin, N., et al. (2022). *Etika Bisnis dalam Islam (teori dan aplikasi)*. Penerbit Widina.
- Iskandar, Y. (2022, February). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. In *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)* (pp. 164-179). Atlantis Press.
- Izatullah, M. A., et al. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Pelanggan Pada UMKM Mixue. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 280-286.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Janah, A. W., et al. (2024). ANALISIS PROJECT BASED LEARNING TERHADAP UMKM MIRROR GALLERY BANTUL DALAM MEMPERTAHANKAN RANTAI PASOKAN (Studi Kasus UMKM atau Perusahaan Mirror Gallery Bantul). *Journal Financial, Business and Economics*, 1(2), 95-121.
- Kholil, M., & Zulfiani, S. (2020). Faktor-faktor kesulitan belajar matematika siswa madrasah ibtidaiyah da'watul falah kecamatan Tegaldlimo Kabupaten Banyuwangi. *EDUCARE: Journal of Primary Education*, 1(2), 151-168.
- Kroniko, H., & Wardana, A. (2024). Hukum Syariah Atas Riba Dan Gharar Ditinjau Dari Sudut Pandang Transaksi Ekonomi Dalam Islam. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 14361-14364.

- Kumparan Bisnis. (2023, 3 Januari). *Kisah Zhang Hongchao, Pendiri Mixue yang Gerainya Kini Menjamur di Indonesia*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/1zZ08c3mi99>
- Latifah, E., & Abdullah, R. (2023). KONSEP BISNIS ISLAMI: TUJUAN, KARAKTERISTIK DAN PRINSIP. *JIDE: Journal Of International Development Economics*, 2(02), 133-152.
- Lubis, N. W. (2023). Resource Based View (Rbv) Dalam Meningkatkan Kapasitas Strategis Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 14-26.
- Maisaroh, M. (2019). Kajian Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Ukm (Studi Kasus Sentra Industri Konveksi Dusun Mlangi Dan Sawahan Nogotirto Gamping Sleman Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2).
- Ma'wa, P. N. J., & Alim, M. N. (2024). Analisis Prosedur dan Biaya Pelaksanaan Audit Halal di Lembaga Pemeriksa Halal. *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 9(1), 1-11.
- MANSAH, D. H. A. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan (Edupreneurship) Berbasis Al-Qur'an*. Cv. Azka Pustaka.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
- Mixue Indonesia. (2025). Snow King – Maskot Mixue. Diakses dari <https://id.mixue.com/about> pada 22 Mei 2025.
- Mulyaningrum, M., & Alghifari, E. S. (2018). Perilaku Masyarakat Sunda Muslim Dalam Mengonsumsi Produk Halal Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 34-39.
- Mulyaningrum, F. (2023). *JARINGAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA# MIXUE MELALUI APLIKASI TIKTOK DALAM MENCAPAI TARGET 1000 GERAJ DI INDONESIA* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG).
- Najla, N., et al. (2022). Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Mixue di Indonesia. *Journal Of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 3(2), 189-198.
- Nurfaidah, S. K. M., et al. (2025). *INSTRUMEN PENELITIAN KUALITATIF. PEN-ERBIT KBM INDONESIA*.
- Nwankwo, C. A., & Kanyangale, M. I. (2022). The evolution from pre-academic marketing thought to the new paradigm of entrepreneurial marketing. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1-15.
- Oktaviani, N. (2024). Waralaba Sebagai Peluang Baru Dalam Dunia Wirausaha. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 3(1), 14-26.
- Pradana, A. E. (2019). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Petani Lele di Kota Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 1).
- Prasetyo, R. A., & Andriani, A. (2021). Proses pembelajaran daring menggunakan media aplikasi google meet terhadap keaktifan peserta didik kelas IV SD

- negeri 2 pliken kembaran banyumas. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 4(2), 389-399.
- Purwatiningsih, A. (2024). *Hubungan Pengetahuan dan Sikap Masyarakat terhadap Obat Halal di Kabupaten Jombang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rachman, M. (2021). Manajemen pelayanan publik
- Ruane, J. M., et al. (2021). *Penelitian Lapangan; Saksikan dan Pelajari: Seri Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Nusamedia.
- Saadah, M., et al. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Al-'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54-64.
- Safitri, N. G., et al. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 808-818.
- Santoso, N. P. L., et al. (2025). *Buku Ajar Pengantar Bisnis Digital*. Pandawan Sejahtera Indonesia.
- Sektiyaningsih, I. S. (2022). Tren Nft Dan Defi Dalam Bisnis Di Era Metaverse. *Jmba Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(02), 22-30.
- Sephia, S., & Ardiansyah, T. (2023). Analisis Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kesuksesan Wirausaha di Indonesia. *Jurnal USAHA*, 4(2), 40-52.
- Setiawan, Z., et al. (2023). *Buku Ajar Digital Marketing*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siregar, I. F., et al. (2021). Pengaruh Pemahaman Ilmu Akuntansi dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Bisnis Bagi Pelaku Usaha Mikro Menengah Muda di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kompetitif*, 4(1), 1-104.
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). P Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi Pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *JNANALOKA*, 35-44.
- Suprpto, Y., et al. (2023). Integrasi Model Bisnis Franchise MXBC dan Peluang Ekspansi ke Kawasan Asia Timur Tengah. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 348-356.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2010). Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses. Kencana Prenada Media Group, hlm 201-202.
- Tapera, J. (2014). The importance of strategic management to business organizations.
- Thousani, H. F., & Afgani, K. F. (2023). Jaringan Dalam Mendorong Perempuan untuk Memulai dan Mempertahankan Bisnis: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(2), 100-132.
- Triwijayati, A., et al. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306-314.
- Waluyo, E. (2021). Harijadi Kabupaten Pekalongan. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 1(3), 141- 148.