

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS BUBUR AYAM NIRWANA PEMALANG)**

SKRIPSI

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



Oleh :

DINA SINTARI

NIM 4119003

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

2023

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS BUBUR AYAM NIRWANA PEMALANG)**

SKRIPSI

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



Oleh :

DINA SINTARI

NIM 4119003

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

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Sintari

Nim : 4119003

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bubur Ayam Nirwana Pecalang)**

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.

Pecalongan, 5 Desember 2023

Yang menyatakan,



Dina Sintari
Dina Sintari
NIM. 4119003

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Dina Sintari

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Dina Sintari**

Nim : **4119003**

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bubur Ayam Nirwa)**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 5 Desember 2023
Pembimbing,


Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag
NIP. 197502111998032001



**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

P E N G E S A H A N

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Dina Sintari**
NIM : **4119003**
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Usaha Bubur Ayam Nirwana Pematang)**
Dosen Pembimbing : **Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 15 Desember 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Drajat Stiawan M.Si.
NIP. 198301182015031001

Penguji II

Syifa Rohmala M.M.
NIP. 199408222022032001

Pekalongan, 18 Desember 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“ “Tidak halal baginya (mendapatkan) dua keuntungan dalam satu transaksi. Jual belilah kamu (dengan sejujur-jujurnya).”

(HR. Bukhari dan Muslim)



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 penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Kursin dan Ibu Hertin Susrini yang selalu melangitkan doa-doa baik untuk saya, yang telah berjasa dalam hidup saya, yang telah memberikan pengorbanan, dan kalimat semangat yang tidak pernah berhenti terucap. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu tercinta.
2. Kakak saya Dani Sintara serta keluarga besar saya yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat dalam proses mengerjakan skripsi ini.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik selama saya menempuh pendidikan.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing saya dari awal pembuatan proposal skripsi sampai berakhirnya pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dosen Wali saya dari semester 1 ini yang senantiasa sabar dalam membimbing saya.

6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Anggit Linggar Utama. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan support semangat untuk tidak menyerah.
7. Sahabat sekaligus saudara saya Wildina Fairus Zulfa yang senantiasa menemani, membantu, serta memberi support saya dalam pembuatan skripsi ini.
8. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

ABSTRAK

Dina Sintari. Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Usaha Bubur Ayam Nirwana Pematang).

Bubur Ayam Nirwana merupakan salah satu usaha yang tetap bertahan dan terus mengalami perkembangan di setiap tahunnya, meskipun keadaan ekonomi pada saat itu sedang tidak stabil. Islam menganjurkan dalam melakukan sebuah bisnis atau usaha maka hendaklah beretika. Etika bisnis tidak hanya diartikan dari sudut pandang kegiatan bisnisnya saja, namun dapat dilihat dari seluruh aspek termasuk pada sifat dan etika dari seorang pebisnis tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di bubur ayam nirwana Pematang dan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis bubur ayam dalam perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan segala sesuatu tentang strategi pengembangan usaha dan etika bisnis Islam di Bubur Ayam Nirwana. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis pada usaha Bubur Ayam Nirwana yaitu menggunakan strategi produk, strategi pelayanan, dan strategi promosi. Ditinjau dari etika bisnis Islam, usaha Bubur Ayam Nirwana telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Pengembangan usaha yang dilakukan oleh Bubur Ayam Nirwana menggunakan prinsip tauhid, prinsip tanggung jawab, prinsip keseimbangan, prinsip ihsan, dan prinsip kehendak bebas.

Kata Kunci: Bisnis Kuliner, Etika Bisnis Islam, Strategi Pengembangan.

ABSTRACT

Dina Sintari. Culinary Business Development Strategy in the Perspective of Islamic Business Ethics (case study of the nirwana chicken porridge business in Pemalang)

Nirwana chicken porridge is a business that has survived and continues to develop every year, even though the economic situation at that time was unstable. Islam recommends that when conducting a business or business ethics is not only interpreted from the perspective of business activities, but can be seen from all aspects including the nature and ethics of a businessman. The purpose of this research is to find out the business development strategy implemented at nirwana Pemalang chicken porridge and to find out the chicken porridge business development strategy from the perspective ethics.

The research uses field research and a descriptive qualitative research approach. The data sources used are primary data sources and secondary data sources. Data was collected using interview, observation, and documentation methods. Data analysis uses describing everything about the business development strategy and Islamic business ethics at nirwana chicken porridge. Data analysis using data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

Based on the result of this research, it can be concluded that the business development strategy for the nirwana chicken porridge business is using product strategy, service strategy and promotion strategy. Judging from Islamic business ethics, the nirwana chicken porridge business is in accordance with principles of Islamic business ethics. The business development carried out by nirwana chicken porridge uses the principle of monotheism, the principle of responsibility, the principle of balance, the principle of ihsan, and the principle of free will.

Keywords: Culinary Business, Islamic Business Ethics, Development Strategy.

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:

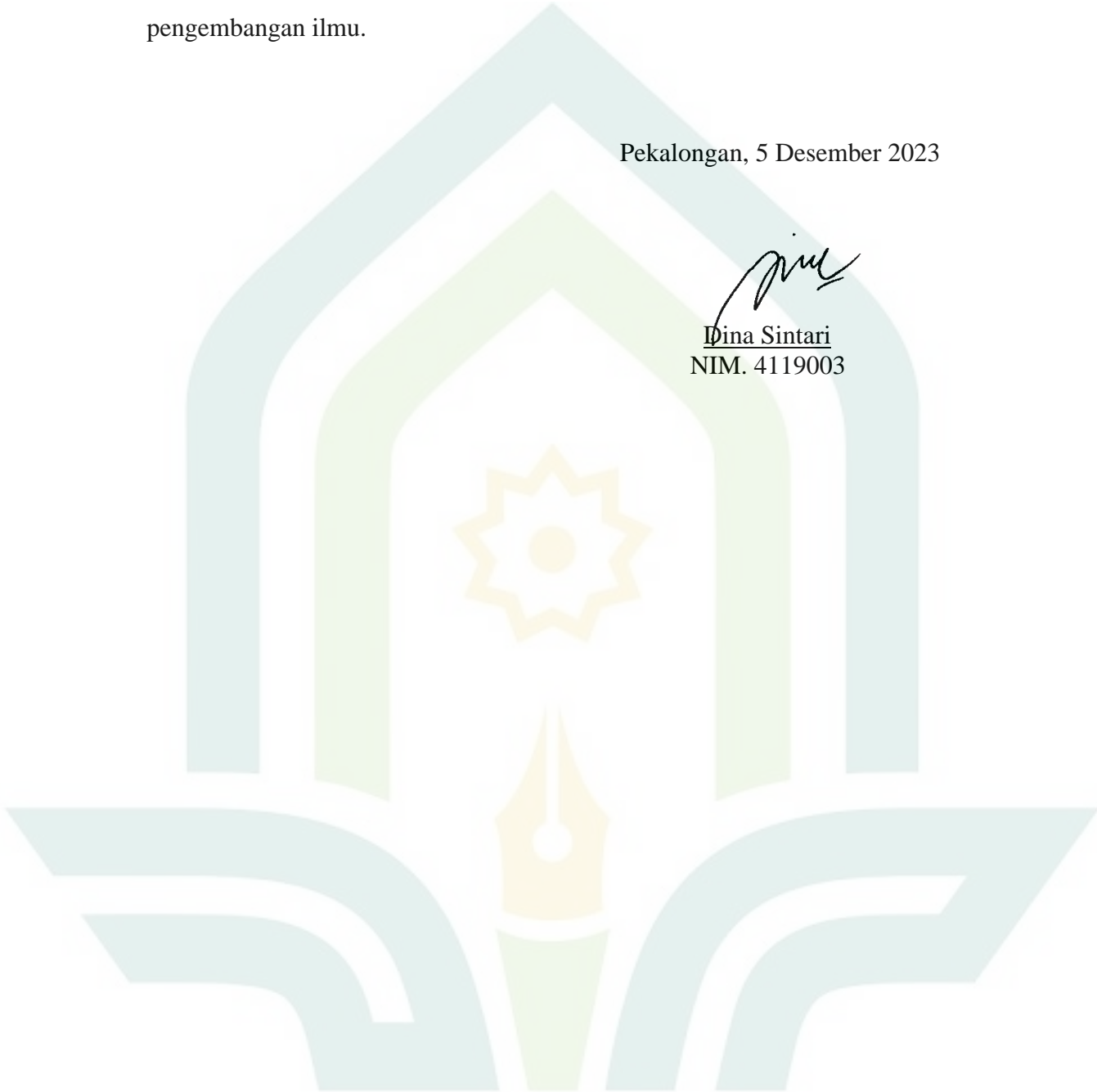
1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Bapak Drajat stiawan, M.Si. Selaku dosen penguji I, dan Ibu Syifa Rohmah, M.M. selaku dosen penguji II
8. Pemilik dan para karyawan Bubur Ayam Nirwana Pemasang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
10. 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.

Pekalongan, 5 Desember 2023



Dina Sintari
NIM. 4119003



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
1. <i>Theory Of Planned</i>	21
2. Strategi Pengembangan Bisnis	19
3. Konsep Pengembangan Bisnis	26
4. Etika Bisnis Islam.....	28
B. Telaah Pustaka	38
C. Kerangka Berfikir.....	49

BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Jenis Penelitian	51
B. Pendekatan Penelitian.....	51
C. <i>Setting</i> Penelitian	52
D. Subjek Penelitian dan Sampel.....	52
E. Sumber Data	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Keabsahan Data	54
H. Metode Analisis Data.....	58
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Bubur Ayam Niwana Pernalang	60
1. Sejarah Singkat Bubur Ayam Pernalang	60
2. Struktur Organisasi Bubur Ayam Nirwana Pernalang	61
3. Menu Bubur Ayam Nirwana	63
B. Analisis Data	64
1. Strategi Yang Diterapkan pada Usaha Bubur Nirwana.....	64
2. Implementasi Strategi Yang Digunakan pada Usaha Bubur Ayam Nirwana dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	69
C. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN –LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Sesuai dengan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan

RI No. 158/1997 dan 0543 b/U/1987

Tertanggal 12 Januari 1998.

1. Konsonan

Fenomkonsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan trasliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. 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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... َ ِ	Fathahdanya	Ai	a dan i
... َ ُ	Fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - z\ukira

يَذْهَبُ - yaz\habu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هَؤُلَ - haula

3. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Hrurf dan tanda	Nama
... ا ... ي ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qa>la

رَمَى - rama>

قِيلَ - qīla

4. Ta'marbutah

Trasliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

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

c. 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 ditrasliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ آلِ أَطْفَالٍ . - raud}ah al-at}fa>l

- raud}atul}fa>l

المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talh}ah

5. Syaddah

Syahadah 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 syaddahitu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbana>

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-h}ajj

6. 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 ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf / I / diganti dengan huruf yang sam dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

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

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

الْجَلالُ - al-jala>lu

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْخِذُونَ - ta'khuz\u>na

النَّوْءُ - an-nau'

شَيْءٌ - syai'un

إِنَّ - inna

أُمِرْتُ - umirtu

أَكَلَ - akala

8. 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 هُوَ 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

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَكِيمٌ غَبِيبٌ Walillāhi‘alan-nāsi hijju al-baiti

manistaṭā’a ilaihi sabīla

اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi‘alan-nāsi hijjul-baiti

manistaṭā’a ilaihi sabīlā

9. 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, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari 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 بِبَكَّةَ
مُبَارَكًا Inna
awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallażībibakkat
amubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fih al-
Qur'ānu

Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fihil
Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn
Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

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

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ Nas{runminalla>hiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا Lilla>hi al-amrujamī'an

Lilla>hil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Walla>habikullisyai'in 'alim

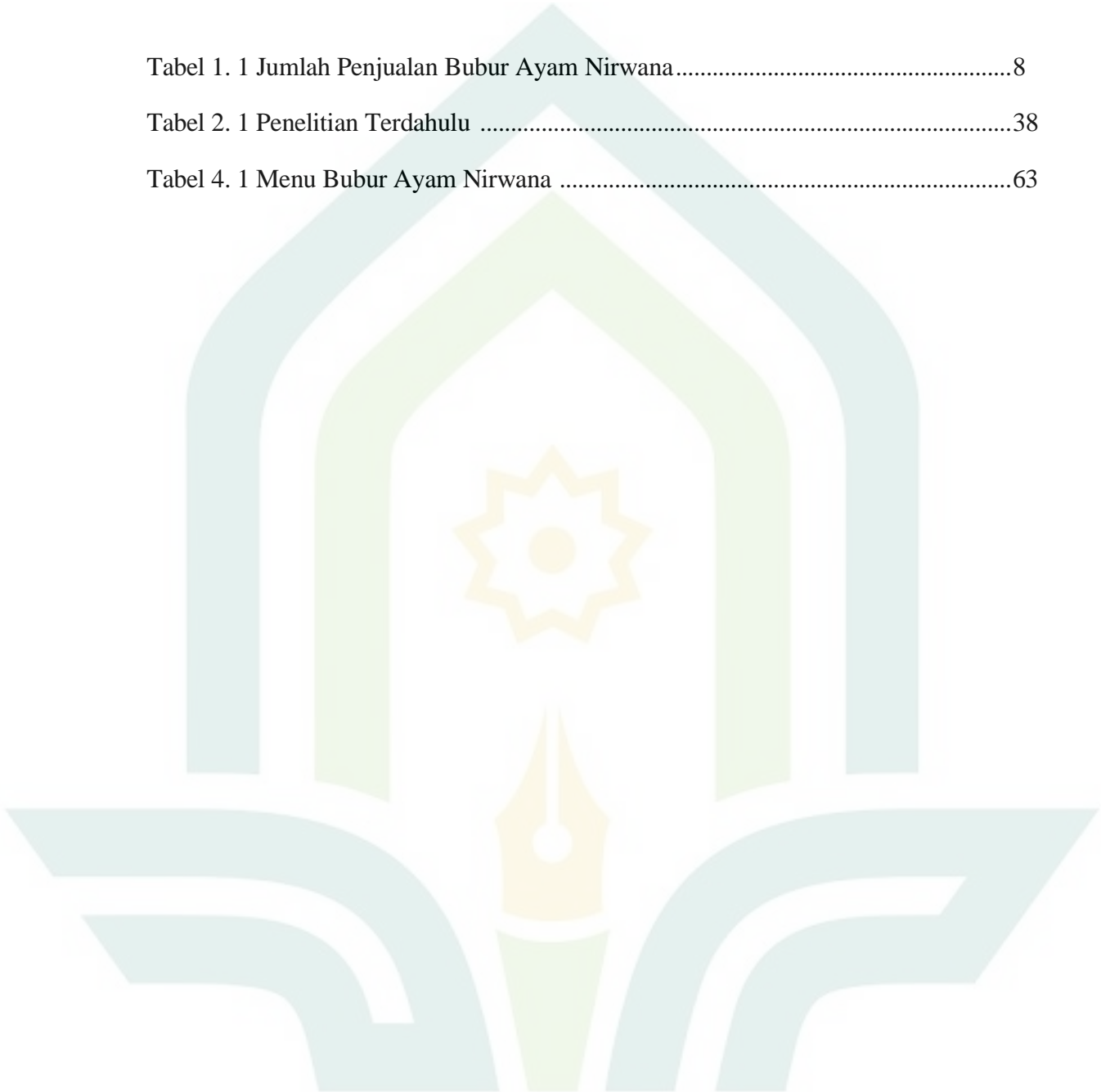
10. Tajwid

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.



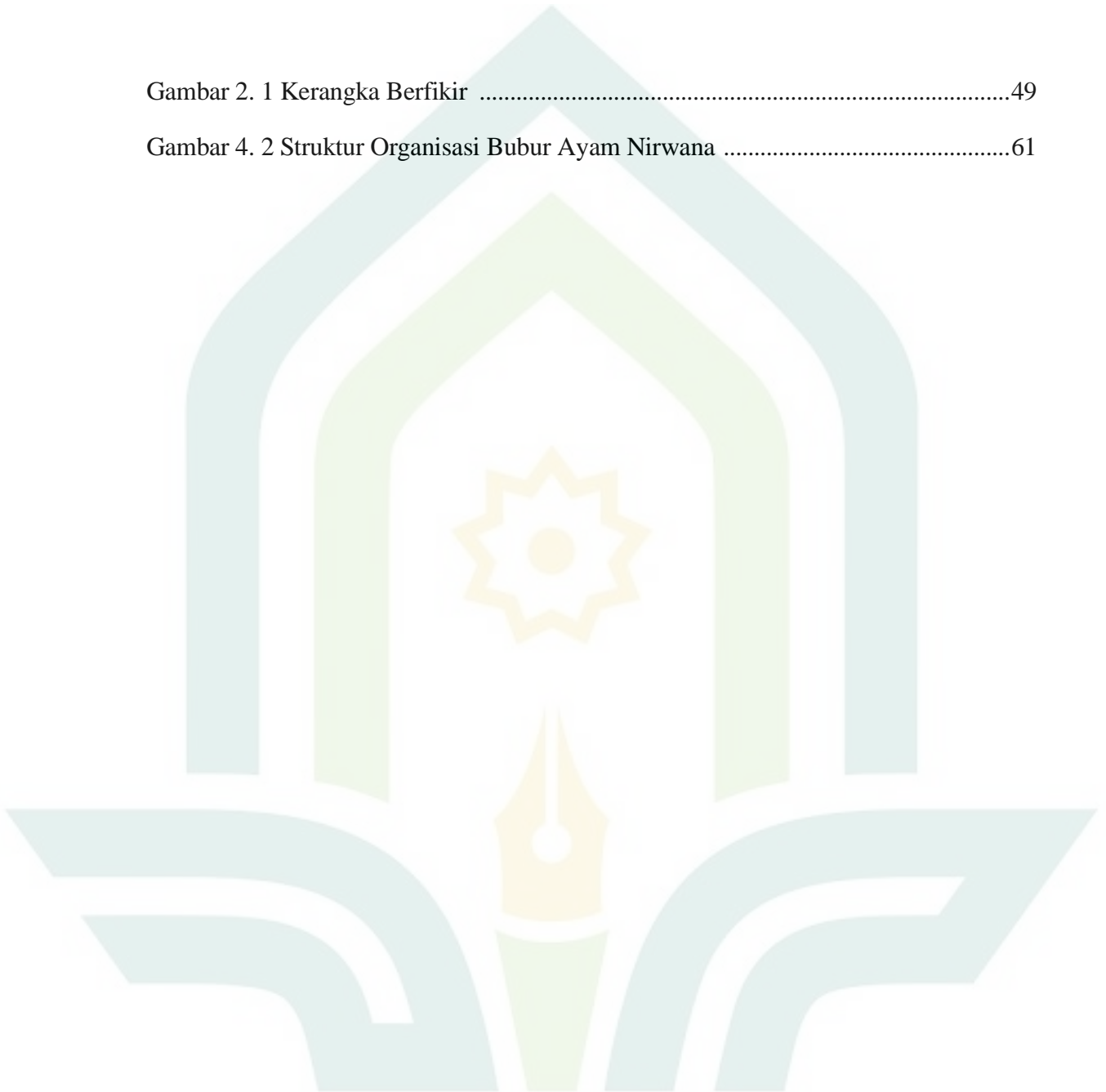
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Bubur Ayam Nirwana.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4. 1 Menu Bubur Ayam Nirwana	63



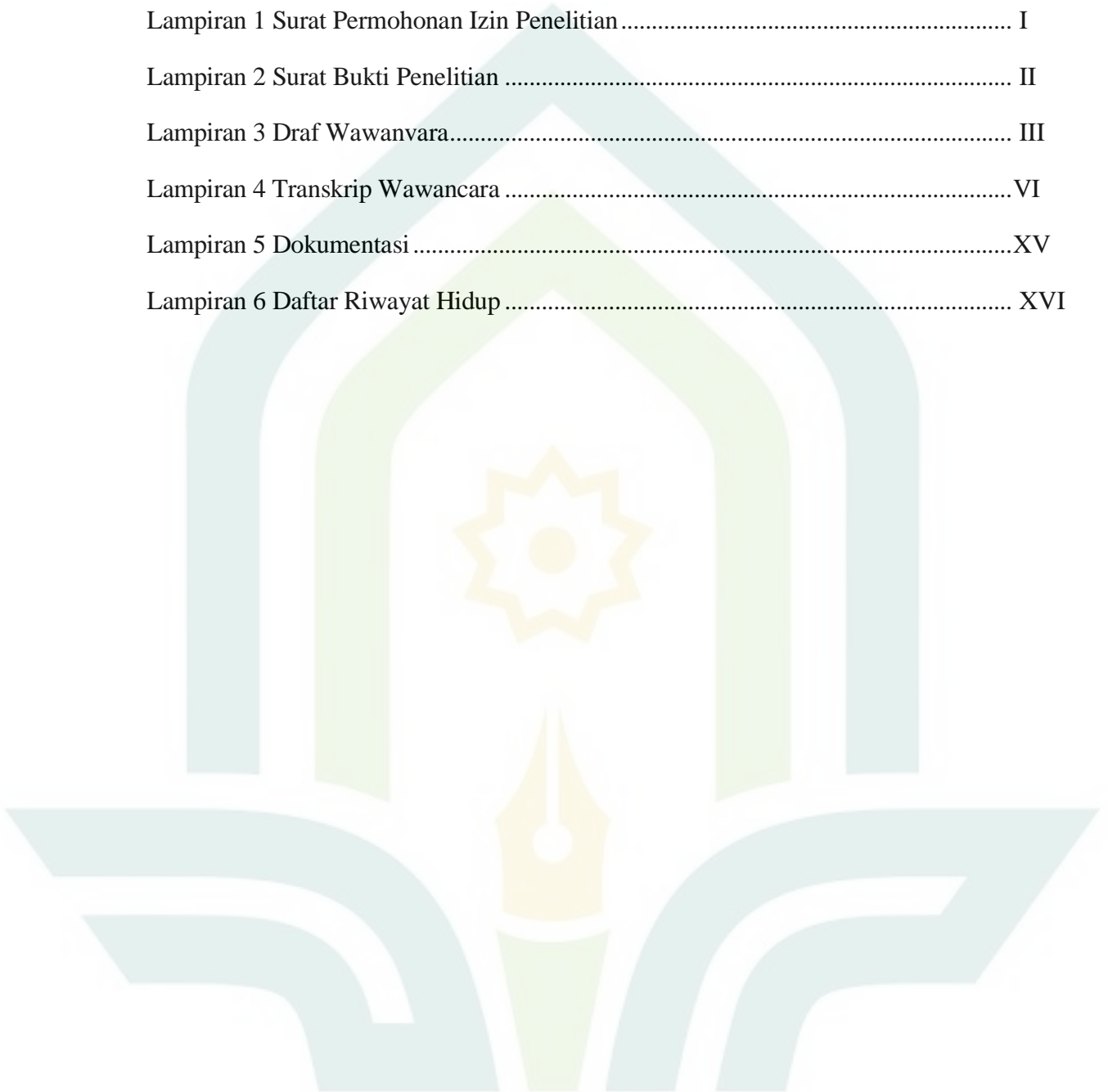
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	49
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Bubur Ayam Nirwana	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	I
Lampiran 2 Surat Bukti Penelitian	II
Lampiran 3 Draf Wawancara.....	III
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	VI
Lampiran 5 Dokumentasi	XV
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	XVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan salah satu bagian dari kegiatan ekonomi yang mempunyai peranan sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi hampir semua tingkat kehidupan manusia baik itu individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Setiap hari, jutaan orang terlibat dalam aktivitas bisnis sebagai produsen, perantara, dan konsumen. Salah satu kegiatan ekonomi adalah bisnis, pertukaran, jual beli, produksi-pemasaran, sewa-menyewa, dan hubungan antar manusia semuanya dapat terjadi dalam kegiatan bisnis dengan tujuan keuntungan. Dalam kegiatan perdagangan, baik pelanggan (pengguna barang dan jasa) maupun pelaku usaha atau pelaku bisnis memiliki tuntutan dan kepentingan masing-masing. Dalam semua aspek kegiatan perusahaan, pelaku usaha harus bertanggungjawab kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan. Untuk mencegah adanya pihak-pihak yang dirugikan yang berpartisipasi dalam bisnis ini, jadi sangat penting untuk memiliki norma dan nilai yang mengatur kegiatan ini (Nawatmi, 2010).

Kegiatan ekonomi terkait erat dengan kegiatan transaksi yang kita lakukan untuk memenuhi kebutuhan kita sendiri, mendukung keluarga kita, dan menyediakan bagi mereka yang membutuhkan makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Agama dapat dimintai pertanggungjawaban jika ketiga kriteria ini tidak terpenuhi. Konteks ini mengandung makna bahwa kita harus

menyeimbangkan ketaatan pada perintah Allah SWT baik dari sisi ibadah (*hablum minallah*) dan juga dari sisi muamalah (*hablum minannas*) (Turmudi, 2017).

Perusahaan yang baik harus mempraktikkan etika dalam urusan bisnis yang sedang kita jalani. Perusahaan yang beroperasi secara etis dan menjunjung tinggi sejumlah prinsip yang berasal dari moralitas, empati, dan norma. Jika pemilik perusahaan terus-menerus bertindak berdasarkan hati nuraninya saat mengoperasikannya, bisnis tersebut dapat dianggap etis. Etika bisnis yang mencakup semua faktor yang berhubungan dengan orang, bisnis, industri, dan masyarakat secara keseluruhan, hanyalah cara untuk melakukan aktivitas bisnis. Studi menyeluruh lainnya tentang moral yang benar dan salah adalah etika bisnis. Studi ini berfokus pada standar moral yang digunakan dalam institusi, praktik bisnis, dan peraturan. Etika bisnis adalah studi tentang benar dan salah untuk memberikan panduan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mereka mempertimbangkan untuk membuat penilaian strategis tentang topik yang sulit dan mengganggu secara moral. Keberlanjutan perusahaan itu sendiri tergantung pada perilaku etis ditempat kerja. Bisnis yang beroperasi secara tidak etis akan menderita, terutama dalam jangka panjang (Durin, 2020).

Kelangsungan hidup dan keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh etika bisnis yang mungkin digunakan dalam mengoperasikannya. Bisnis yang beroperasi secara etis akan dilindungi dari perilaku ilegal. Perusahaan yang dijalankan secara etis akan terlindungi dari

perilaku yang bertentangan dengan norma yang dianut dalam masyarakat (Nuryadin, 2015).

Mencari rezeki dalam ajaran Islam merupakan bagian dari berbisnis. Agama Islam sendiri adalah agama yang kompleks, segala macam bentuk bisnisnya tidak lepas dari ajaran Islam. Dapat dikatakan bahwa moralitas atau perilaku moral seseorang dalam dunia bisnis adalah buah dari iman, Islam, dan juga takwa yang dilandasi keyakinan akan keberadaan Tuhan yang Maha Esa. Agar kegiatan bisnis berhasil dan tentunya mendatangkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus mendirikan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah diajarkan didalam agama Islam.

Tujuan berbisnis salah satunya adalah untuk memperoleh keuntungan. Jika praktik bisnis dilakukan dengan cara yang benar, baik, beretika, dan juga adil pasti akan membantu tercapainya keadilan dalam kehidupan di masyarakat. Begitu juga sebaliknya, penguatan keadilan akan menimbulkan keresahan sosial yang sangat memprihatinkan bagi para pengusaha. Jika setiap orang bisa menjalankan bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam maka dalam menjalankan bisnis tidak akan menimbulkan ketimpangan atau kesenjangan di antara para pebisnis, maka dengan itu akan terciptanya kesejahteraan bagi masyarakat dan juga para pelaku bisnis. Etika bisnis Islam merupakan salah satu strategi pengembangan pada bisnis yang sedang dijalankan, dengan melakukan semua prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang benar tentunya suatu usaha akan terlihat baik dan bisa menarik para konsumen di tengah banyaknya para pesaing (Rianti, 2021).

Persaingan usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat. Monopoli dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dijelaskan bahwa praktek monopoli adalah pemusatan kekuasaan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan menguasai produksi dan pemasaran suatu barang atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan masyarakat. Pelaku usaha dilarang menguasai produksi atau pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Untuk menghadapi persaingan bisnis, bisnis perlu mengambil strategi untuk dapat bersaing dengan bisnis lain.

Strategi bisnis didefinisikan sebagai tindakan, reaksi dan keputusan untuk menciptakan dan memanfaatkan bauran pemasaran dan memanfaatkannya semaksimal mungkin dengan meminimalkan biaya. Persaingan bisnis memerlukan inovasi dan strategi dari berbagai aspek, baik kualitas produk, harga, pelayanan, dan strategi pemasaran (Magfiroh et al., 2021).

Perkembangan dunia bisnis yang semakin dinamis dan penuh persaingan yang terjadi saat ini menuntut para pengusaha untuk melakukan inovatif produk dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Tanpa inovasi produk akan tertinggal dalam persaingan pasar lainnya. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif dan variatif, maka pengusaha hendaknya menyiapkan sebuah strategi sebaik mungkin agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Alasan sebuah usaha membutuhkan konsep rencana yang jelas yaitu

karena rencana yang sudah terkonsep dapat menganalisis perubahan lingkungan dengan cepat dan tepat terkait dengan komponen internal dan eksternal organisasi, sehingga perusahaan dapat merespons lebih awal terhadap perubahan yang akan terjadi. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya adalah memiliki penentuan strategi yang baik sebagai sarana mengantisipasi persaingan di pasar (Hayati, 2020).

Strategi bisnis yang dipikirkan dengan cermat bertujuan untuk mencapai pertumbuhan perusahaan sebaik mungkin. Sebuah rencana yang dipikirkan dengan matang dan terorganisir akan memudahkan perusahaan dan mampu memberikan kesinambungan usaha, sehingga perusahaan akan tetap bertahan dalam jangka panjang. Dalam perkembangan bisnis yang dinamis menjadikan para pelaku usaha melakukan sebuah perencanaan yang siap, yakin serta terperinci sebelum melakukan usahanya. Pengembangan bisnis bertujuan untuk memastikan usaha yang sedang berjalan memberikan manfaat dan nilai bagi organisasinya, dan memberikan sumber daya yang cukup agar dapat beroperasi serta menjamin kelangsungan bisnis yang dijalankan memiliki jangka hidup yang panjang (Putra, 2020).

Pengembangan merupakan suatu upaya yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah, teratur serta bertanggung jawab yang dilakukan guna memperkenalkan, mengarahkan, menumbuhkan, dan mengembangkan karakter yang seimbang, holistik, selaras, berdasarkan dengan bakat, keinginan dan kapasitas untuk peningkatan serta pengembangan diri ataupun pengembangan

lingkungan menuju pencapaian kapasitas optimal serta martabat kualitatif individu dan karakter mandiri. Sedangkan pengembangan usaha yaitu sebuah kegiatan untuk menambah skala, memperluas pasar, serta menginovasi produk dan pasar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha yaitu suatu kegiatan untuk menambahkan produk, penjualan, konsumen, nilai produk dan keuntungan. Tujuan pengembangan usaha secara umum yaitu untuk meningkatkan pendapatan usaha (sulaiman & asmawi, 2022).

Jenis usaha yang dapat dilakukan ada banyak macamnya, seperti usaha fashion, skincare, furniture, kuliner, dan lainnya. Dari banyaknya jenis usaha yang ditawarkan, bisnis dalam bidang kuliner bisa menjadi salah satu solusi, hal ini dikarenakan kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang sifatnya harus dipenuhi agar tetap bertahan hidup, sehingga besar kemungkinannya usaha tersebut akan tetap bertahan walaupun berada di masa sulit (Adiristi & Hermawan, 2022). Namun demikian, agar tetap bertahan dan terhindar dari kebangkrutan, pelaku usaha kuliner harus senantiasa beradaptasi dengan lingkungan dengan menerapkan strategi agar mampu bertahan.

Bisnis kuliner merupakan kegiatan memproduksi masakan berupa lauk pauk, makanan ataupun minuman dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Ezizwita & Sukma, 2021). selain menjadi kebutuhan pokok, makanan juga dapat dijadikan sebagai bagian dari kebudayaan yang mencirikan identitas suatu bangsa atau suatu daerah. Di Indonesia sendiri ada banyak sekali makanan diberbagai kalangan masyarakat. Salah satunya yang sudah terkenal

dikalakangan masyarakat adalah bubur ayam. Menurut hasil observasi, usaha Bubur Ayam Nirwana semakin mengalami perkembangan di setiap tahunnya. Padahal jika kita lihat, pada saat terjadi wabah covid-19 para pengusaha berfikir keras untuk mempertahankan usahanya agar tetap bertahan di tengah pertumbuhan ekonomi yang melemah. Namun usaha Bubur Ayam Nirwana ini tetap eksis bahkan bisa mengembangkan usahanya. Sebuah usaha yang setiap tahunnya mengalami pengembangan tentunya memiliki beberapa strategi untuk mempertahankan usahanya agar terus bertahan atau bahkan mengalami perkembangan.

Usaha Bubur Ayam Nirwana pada tahun pertama membuka usahanya sama dengan para pebisnis lainnya yaitu berada pada masa merintis. Usaha tersebut awalnya hanya dijalankan sendiri karena tahun pertama masih bisa dipegang sendiri. Namun semakin bertambahnya tahun usaha ini juga mengalami perkembangannya yang cukup bagus hingga jumlah porsi yang terjual sudah semakin meningkat. Akhirnya pemilik usaha memutuskan untuk merekrut karyawan untuk membantu menjalankan usahanya yang semakin banyak pengunjung dan porsi yang terjual dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang bagus.

Berikut adalah tabel perkembangan jumlah penjualan Bubur Ayam Nirwana Pemalang dari tahun 2011-2023:

Tabel 1. 1
Jumlah penjualan Bubur Ayam Nirwana Pemalang
Tahun 2011-2023

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2011	3.600 porsi
2.	2012	7.200 porsi
3.	2013	9.000 porsi
4.	2014	10.800 porsi
5.	2015	18.00 porsi
6.	2016	25.200 porsi
7.	2017	30.600 porsi
8.	2018	39.600 porsi
9.	2019	46.800 porsi
10.	2020	54.000 porsi
11.	2021	59.400 porsi
12.	2022	72.000 porsi
13.	2023	75.600 porsi

Sumber : Hasil wawancara dengan Bpk. Rohmanih pada Jumat, 15 Desember 2023 (Rohmanih, 2023).

Berdasarkan tabel di atas, usaha tersebut mengalami perkembangan jika dilihat dari jumlah pendapatan berdasarkan porsi penjualannya. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2011 jumlah porsi yang terjual pertahun 3.600 porsi dan dari setiap tahunnya mengalami peningkatan sampai pada tahun 2023 usaha Bubur Ayam Nirwana dalam setahun mengalami jumlah peningkatan sebanyak 75.600 porsi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis berkeinginan untuk mengetahui lebih jauh tentang usaha bubur ayam nirwana di pemalang. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian lebih mendalam

dengan mengangkat judul **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Usaha Bubur Ayam Nirwana Pematang).**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka penulis membatasi permasalahan yang diteliti dengan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang di terapkan di Bubur Ayam Nirwana?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis Bubur Ayam Nirwana dalam perspektif etika bisnis Islam?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan penelitian yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang di terapkan di bubur ayam nirwana.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis bubur ayam nirwana dalam perspektif etika bisnis Islam.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak materi referensi, guna memperbanyak khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai sarana menempatkan beragam teori yang telah diperoleh dimasa kuliah dan guna memperbanyak pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada di tengah masyarakat sebelum memasuki ke dalam dunia kerja yang seutuhnya.

b. Bagi Pedagang

Supaya dapat memberikan anjuran kepada para pedagang akan hal yang berkesinambungan dengan etika berbisnis berdasarkan syariat islam.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat berbagi ilmu pengetahuan dan manfaat serta memberi saran bagi masyarakat yang luas yang pada umumnya masih memiliki pemikiran serta informasi yang kurang tepat terhadap tata cara berdagang berdasarkan etika bisnis islam.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penulisan penelitian disusun secara sistematis untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian ini, sistematika pembahasan akan dibahas dalam 5 bab, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori relevan yang terkait dengan tema skripsi

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data penelitian, teknik keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang di dalamnya berisi intisari dari semua teori, penemuan yang dilakukan peneliti terkait oleh rumusan masalah. Selain kesimpulan, pada bab ini juga memuat saran/ rekomendasi. Saran juga berisi tentang uraian langkah yang perlu diambil selanjutnya tentunya masih berkaitan dengan hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi pengembangan usaha yang di terapkan dalam Bubur Ayam Nirwana menggunakan strategi produk, strategi pelayanan, dan strategi promosi. Strategi produk yang diterapkan yaitu pada bahan baku, dan menunya. Penerapan strategi pelayanannya sudah sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. Strategi promosinya dengan menggunakan dua media yang sama-sama efektif yaitu dengan media *Online* melalui social media dan media *Offline*.
2. Ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam, usaha Bubur Ayam Nirwana telah menerapkan etika bisnis Islam sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Bubur Ayam Nirwana sudah menerapkan prinsip tauhid, prinsip tanggung jawab, prinsip keseimbangan, prinsip ihsan, dan prinsip kehendak bebas. Pada prinsip tauhid diterapkan dengan cara menjunjung tinggi ke Islaman. Prinsip tanggung jawab diterapkan dengan membayar gaji sesuai jatuh tempo dan mau bertanggung jawab jika ada komplain dari pembeli dengan catatan kesalahan tersebut memang kesalahan dari pihak perusahaan. Prinsip keseimbangan diterapkan dengan bersikap adil kepada para pembeli, tidak membeda-bedakan, serta menetapkan harga yang sama kepada semua

pembeli sesuai harga yang tertera di menu. Prinsip ihsan diterapkan dengan bersikap baik dan ramah. Prinsip kehendak bebas diterapkan dengan memberi kebebasan kepada siapa saja yang ingin membuka usaha di sekitar lokasi sekalipun usahanya sama.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses melakukan penelitian ini, terdapat keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, yaitu:

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan peneliti.
2. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali strateginya di masa depan.
3. Keterbatasan data dan referensi yang digunakan dalam penelitian ini membuat hasil penelitian ini kurang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiristi, S. P., & Hermawan, Y. (2022). Strategi Bertahan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1>
- Agustini, A. D. (2020). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Lokal Dan Asing (Studi Kasus Resto Apung Pulau Bungin, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa)*. 13.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen. (2005). Attitudes, Personality and Behaviour. *Open University Press*.
- Ali, Abbas, & F. (2020). Factors Influencing Customers' Purchase Intention in Social Commerce. *International Review of Management and Marketing*, 10(5), 63–.
- Aminah, Sitti, S. (2017). Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaa. *Jurnal Manajemen Strategi*, 12(1), 87–101.
- Anggit. (2023). *Wawancara dengan pelanggan tetap Bubur ayam Nirwana*.
- Anik. (2023). *Wawancara dengan salah satu karyawan Bubur ayam Nirwana*.
- Bertens, K. (2023). *ETIKA*, Yogyakarta: Kanisius.
- Budi Sufyanto, & Hasan, Z. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Aspek Pemasaran. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 112–122. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2021.v2i1.112-122>
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, 6(1), 32–40.
- Ermansyah, E. (2022). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, 5(2), 11–17. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>
- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>
- Fishbein, & Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.

- Freddy Rangkuti. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan Ocai*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama). hal.3.
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v4i1.74>
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 122–129. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>
- Hulaimi, A., & Huzaini, M. (2020). Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 17–32.
- Izzati, S. A. (2015). *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*. 1–99.
- Jamal, M. (2011). Konsep Al-Islam Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Al- Ulum, Volume. 11*(Hal. 283-310), 1–28. <https://media.neliti.com/media/publications/184357-ID-konsep-al-islam-dalam-al-quran.pdf>
- Janah, U. R., & Ag, M. (2021). *ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA SKRIPSI Oleh : Aprilia Tri Wulandari Pembimbing : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI*.
- Janinuddin, Fitriadi, & Wahyuni, S. (2022). Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam. *JESM : Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(2), 151–160.
- jogiyanto. (2007). *sistem informasi keperilakuan*.
- Koni, W. (2017). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam. *Al-Buhuts*, 13(2), 75–89. <https://doi.org/10.30603/ab.v13i2.896>
- Magfiroh, W., Susminingsih, S., Wahdati, A., & Subiyadi, A. (2021). STRATEGI KOMPETISI ECERAN TRADISIONAL DAN ECERAN MODERN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARIAH. *Upaya Dewantara : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 5 (1), 42-57. <https://doi.org/10.26460/mmud.v5i1.9920>
- Manik, S. (2016). Manajemen Strategik. In *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama* (Issue Pertemuan 1).
- Mihani, & Hutaaruk, T. R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dapur Etam Sejahtera Samarinda Dalam

- Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Inossa*, 2(2), 111–122.
- Muhammad, A. A. (2016). Strategi Pengembangan Bisnis Toko Buku Sinar Fajri Berbasis Inovasi kanvas. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1–23.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam [Business Ethics in Islamic Perspective]. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 50–59.
- Nirwatiningsih. (2023). *Wawancara dengan karyawan keuangan kasir Bubur ayam Nirwana*.
- Nugraha, Q. (2016). Modul 1 Manajemen Strategis. *Manajemen Strategis Pemerintahan*, 51. <http://repository.ut.ac.id/4213/1/IPEM4218-M1.pdf>
- Nuryadin, M. B. (2015). Urgensi Penerapan Etika Dalam Bisnis. *Al-Tijary*, 1(1), 23–32. <https://doi.org/10.21093/at.v1i1.419>
- Prameswary, T. N., Studi, P., Islam, E., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Suryaningsih, S. A., Studi, P., Islam, E., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Bebas, K., Jawab, T., Chicken, L., & Islam, E. B. (2020). PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DI LAZIZAA CHICKEN & PIZZA KEDUNGTURI SIDOARJO Abstrak : Abstract : Perekonomian di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat . Salah satu faktor yang membuat perekonomian. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3, 54– 66. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/9862/4797>
- Pratiwi, R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut Cv . Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara*.
- Pratiwi, R. A. (2013). *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produsen Pangan Olahan Tepung Nusantara Program Studi Agribisnis Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 1434 H / 2013 M*.
- Priscila Ritonga, A., Putri Andini, N., Iklmah, L., & Pendidikan Guru, J. (2022). Pengembangan Bahan Ajaran Media. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 343–348.
- Pujanarko, M. (2021). Problematika Etika Komunikasi Verbal dalam Penulisan Berita di Media Online. *Jurnal Citra*, 9(1), 1–8. <http://jurnalcitra.id/index.php/JCN/article/view/33%0Ahttp://jurnalcitra.id/index.php/JCN/article/viewFile/33/26>
- Putra, R. P. H. (2020). Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis pada

UMKM Kuliner KRR'S Otentik. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1–18. <http://repository.ub.ac.id/187849/>

- Rianti, R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1680>
- Rohmanih. (2023). *Wawancara dengan Pemilik Bubur ayam Nirwana*.
- Rusmini. (2021). Makna Bisnis Online Oleh Pengusaha Muda Di Kecamatan Randuagung Kabupaten Lumajang. *Jurnal Al-Tsaman*, 3(02), 72–85. <https://ejournal.inaifas.ac.id/index.php/Al-tsaman/article/view/740/427>
- Salaf. (2023). *Wawancara dengan salah satu karyawan Bubur ayam Nirwana*.
- S, S. (2018). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi Dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi Pgri Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 98. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1755>
- Sampurno, W. M. (2016). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(1), 13–18.
- Sanita, S., Kusniawati, A., & Lestari, M. N. (2019). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 169–184.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The Role Of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, and Moral Norm In The Intention To Purchase Local Food Products. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(4), 338–351. <https://doi.org/https://doi.org/10.>
- Stephen, S. (2009). *Theory of Planned Behaviour*. University Press. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9780511543579.0>

- Sudiantini, D. (2022). Manajemen Strategi. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2).
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich'S Coffe. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.969>
- Susanto, R. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt. Patrinsaka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(9), 1689–1699.
- SUSMININGSIH, Susminingsih dkk. Pengaruh Etos Kerja Islami dan Budaya Kerja Islami Terhadap Peningkatan Produktivitas Pekerja Batik di Masa Pandemi COVID-19. *Madania: Jurnal Kajian Keislaman, [SI]*, v.25, n. 2, hal. 153-168, Desember. 2021.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2020
- Turmudi, M. (2017). PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Muhammad Turmudi. *Islamadina*, 18(1), 37.
- Vicente, P., Marques, C., & Reis, E. (2021). Willingness to Pay for Environmental Quality: The Effects of Pro-Environmental Behavior, Perceived Behavior Control, Environmental Activism, and Educational Level. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/215>.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- Widodo, A., & Fahrizal. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Berbasis Teknologi Komunikasi (Studi Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Mauizoh*, 7(2), 163–180. www.kanalinfo.web.id
- Wiharto, M. (2014). *Mulyo Wiharto-Etika*. 4(3), 197–198.
- Wijaya, W., Yulianeu, Syaifuddin, T., & Wulan, H. S. (2017). Strategi Pengembangan Usaha CV Steba Advertising Semarang dalam Meningkatkan Pendapatan. *Journal of Management : Jurnal Ilmiah Mahasiswa SI Manajemen Universitas Pandanaran*, 53(9), 1689– 1699.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Dina Sintari
2. Tempat tanggal lahir : Pematang, 10 Juli 2001
3. Alamat rumah : Jalan Rajawali RT 06 RW 03 Danasari Pematang
4. Alamat tinggal : Jalan Rajawali RT 06 RW 03 Danasari Pematang
5. Nomor handphone : 083861894911
6. Email : dinasintari10@gmail.com
7. Nama ayah : Kursin
8. Pekerjaan ayah : Pedagang
9. Nama ibu : Hertin Susrini
10. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 01 Danasari, (2007-2013)
2. SMP : SMP AL-IRSYAD Pematang, (2013-2016)
3. SMA : MAN Pematang, (2016-2019)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Ikatan Mahasiswa Pelajar Pematang (IMPP) - Pekalongan

Pekalongan, 5 Desember 2023


Dina Sintari