

**MANAJEMEN STRATEGI USAHA RUMAH MAKAN
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI
KASUS RUMAH MAKAN ELOK BASAMO
WONOPRINGGO PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh :

M. NUR ARI WIBOWO

NIM 4117034

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

2024

**MANAJEMEN STRATEGI USAHA RUMAH MAKAN
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI
KASUS RUMAH MAKAN ELOK BASAMO
WONOPRINGGO PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh :

M. NUR ARI WIBOWO

NIM 4117034

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

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **M. Nur Ari Wibowo**

NIM : **4117034**

Judul Skripsi : **Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan
Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus
Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo
Pekalongan)**

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Mei 2024
Yang menyatakan



M. Nur Ari Wibowo

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Sukron, M.E.I

Jl. Paesan Tengah RT 03/RW 07 Kedungwuni Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. M. Nur Ari Wibowo

Kepada Yth.

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

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka dengan ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **M. Nur Ari Wibowo**

NIM : **4117034**

Judul Skripsi : **Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Ditinjau Dari Konsep Bisnis Islam (Studi Kasus Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo Pekalongan)**

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

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 29 Mei 2024
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 : **M. Nur Ari Wibowo**
NIM : **4117034**
Judul Skripsi : **MANAJEMEN STRATEGI USAHA RUMAH MAKAN
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI
KASUS RUMAH MAKAN ELOK BASAMO
WONOPRINGGO PEKALONGAN)**
Pembimbing : **Ahmad Sukron, M.E.I**

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 27 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Zawawi, M.A.
NIP. 197706252008011013

Penguji II

Zulaikhah Fitri Nur Ngaisah, M.Ag
NIP. 199303292020122026

Pekalongan, 8 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan baik bantuan materiil maupun non materiil dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Dengan rasa syukur yang mendalam, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu menyayangi, membimbing, mendukung dan mendoakan saya tanpa henti. Beliau adalah semangat bagi saya dan segalanya bagi saya.
2. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ahmad Sukron, M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi
4. Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag. selaku dosen pembimbing akademik (DPA)
5. Seluruh teman-teman mahasiswa FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang telah bersedia membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga segala dukungan dan doa yang baik kembali kepada kalian semua dan semoga Allah SWT senantiasa mempermudah segala urusannya

MOTTO

“Makan untuk hidup bukan hidup untuk makan”

-K.H. M. Akrim Mariyat-



ABSTRAK

M. NUR ARI WIBOWO. Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pada Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo Pekalongan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis dan perkembangan pesat dunia bisnis dan kuliner, terkhususnya usaha rumah makan yang sangat banyak bermunculan seperti Rumah Makan Elok Basamo, bertumpu pada rasa *Curiosity* (penasaran dan keingintahuan) maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah manajemen strategi usaha rumah makan ditinjau dari konsep bisnis islam beserta studi kasusnya. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui dua persoalan yaitu: (1) Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Elok Basamo Desa Pegaden Tengah Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, (2) pandangan Konsep Bisnis Islam terhadap Manajemen Strategi Usaha Rumah Elok Basamo.

Untuk mengetahui kedua persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluru, maka penulis menggunakan metode penelitian lapangan bersifat kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT dan menggunakan metode penulisan Deduktif-Induktif serta sumber data primer dan sekunder dengan wawancara kepada 4 orang yaitu pihak rumah makan dan konsemen.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Rumah Makan Elok Basamo Desa Pegaden Tengah Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan telah menerapkan manajemen strategi bisnis, Manajemen strategi yang diterapkan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu melalui pengelolaan produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), kru manajemen atau sumber daya manusia (*people*), proses (*procces*), dan bukti fisik perusahaan/industri bisnis (*physical evidence*). (2) Tinjauan Konsep Bisnis Islam terhadap Rumah Makan Elok Basmo Desa Pegaden Tengah Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan Sudah sesuai dengan prinsip Islam.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Usaha, Rumah Makan Elok Basamo

ABSTRACT

M. NUR ARI WIBOWO. Restaurant Business Strategy Management Viewed from Islamic Business Ethics Case Study of Elok Basamo Restaurant Wonopringgo Pekalongan

This research is motivated by increasingly tight business competition and the rapid development of the business and culinary world, especially restaurant businesses which are popping up a lot, such as the Elok Basamo Restaurant, based on a sense of Curiosity (curiosity and curiosity), so the author is interested in raising the issue of strategic management of home businesses. then reviewed from the concept of Islamic business along with case studies. The purpose of this research was to determine two issues, namely: (1) Business Strategy Management of Elok Basamo Restaurant, Pegaden Tengah Village, Wonopringgo District, Pekalongan Regency, (2) views of the Islamic Business Concept on Management of Elok Basamo House Business Strategy.

To find out these two issues in depth and comprehensively, the author used a qualitative field research method with a SWOT analysis approach and used a Deductive-Inductive writing method as well as primary and secondary data sources by interviewing 4 people, namely the restaurant and the consumer.

From the research results it can be concluded that: (1) Elok Basamo Restaurant, Pegaden Tengah Village, Wonopringgo District, Pekalongan Regency has implemented business strategy management. The strategic management implemented is the marketing mix, namely through product management, price. , place, promotion, management crew or human resources (people), processes, and physical evidence of the company/business industry (physical evidence). (2) Review of Islamic Business Concepts for the Elok Basamo Restaurant, Pegaden Tengah Village, Wonopringgo District, Pekalongan Regency. It is in accordance with Islamic principles.

Keywords: Strategic Management, Business, Elok Basamo Restaurant

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam tidak lupa saya haturkan kepada junjungan Nabi Agung Nabi Muhammad SAW., dengan harapan semoga kita mendapatkan syafa'atnya di *Yaumul Qiyamah*. 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 mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.M, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Bapak Ahmad Sukron, M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk

membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah bermanfaat memberikan ilmu bagi penulis.
8. Pihak Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo Pekalongan yang telah membantu saya dalam melancarkan pencarian data penelitian.
9. Orang tua dan keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan inmaterial.
10. Semua teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman dekat saya Surya Hadhi Wijaya, Muhammad Lukni Maulana Ibrahim, dan Trimono yang telah memberi semangat dan memberikan bantuan serta pengarahan pada penulisan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap dan memohon kepada Allah SWT. Agar memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi saya pribadi dan bagi orang lain.

Pekalongan, 20 Mei 2024



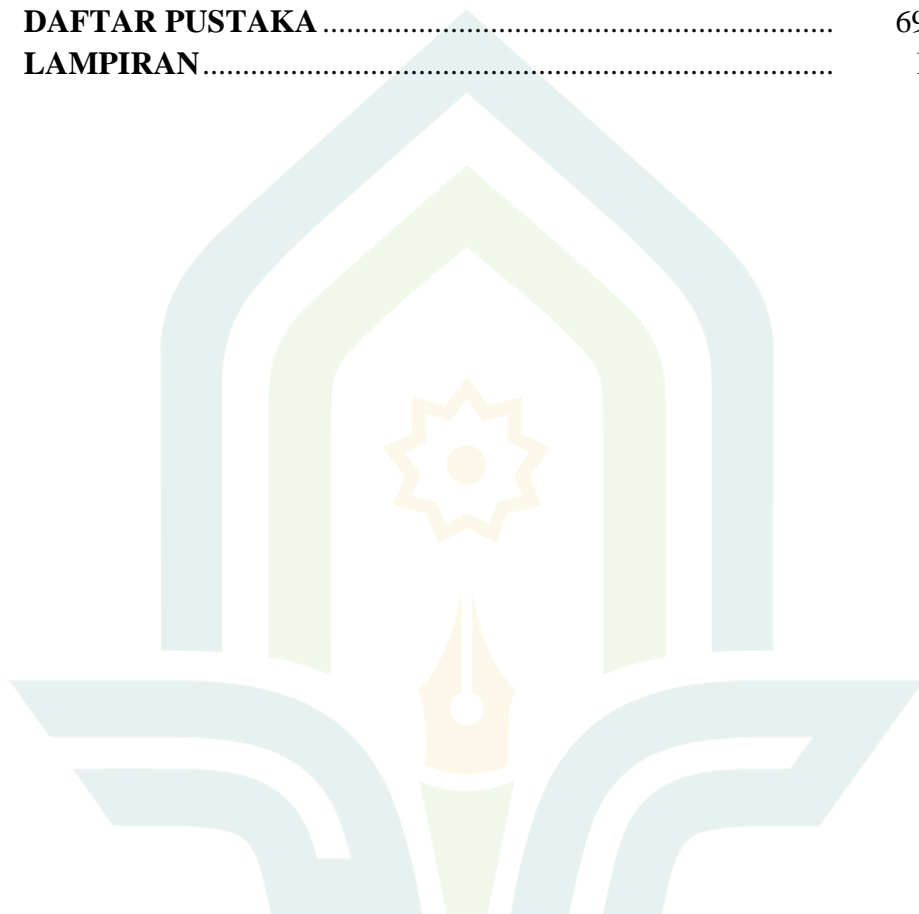
M. Nur Ari Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	12
1. Manajemen Strategi	12
2. Prinsip-Prinsip Manajemen Strategi	13
3. Perencanaan Manajemen Strategi.....	15
4. Manfaat Manajemen Strategi.....	15
5. Keputusan Dalam Manajemen Strategi	16
B. Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan Usaha Mencakup Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
C. Manajemen Strategi Islam dan Konsep Bisnis Islam ..	22

1. Pengertian Manajemen Islam	22
2. Konsep Manajemen Islam	22
D. Etika Bisnis Islam	23
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	23
2. Landas Bisnis dalam Islam	24
3. Prinsip-Prinsip Konsep Bisnis Islam	27
E. Telaah Pustaka	28
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian (Penelitian Kualitatif)	34
B. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian..	35
C. Sumber Data Penelitian	36
D. Analisis Data.....	36
E. Uji Keabsahan Data	38
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum RM Elok Basmo.....	40
1. Sejarah Berdirinya Usaha	40
2. Visi dan Misi.....	40
3. Struktur Organisasi	41
4. Perkembangan Rumah Makan Rumah Elok Basamo	41
5. Sistem Manajemen Aktifitas Rumah Makan Elok Basamo.....	42
B. Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan di Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo Pekalongan	43
1. Produk.....	50
2. Harga	52
3. Tempat	54
4. Promosi	54
5. People (orang/manusia)	55
6. Proses	57
7. Phsyical Evidence/Bukti Fisik Bisnis	58
C. Analisis Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan di Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo Pekalongan	59

D. Analisis Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Elok Basamo Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.....	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

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

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	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	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transiterai
1.	كَتَبَ	Kataba
2.	ذُكِرَ	Žukira
3.	يَذْهَبُ	Yazhabu

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i

أ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u
-------	----------------	----	---------

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كَيْفَ	Kaifa
2.	حَوْلَ	Ḥaula

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...أ...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قَالَ	Qāla
2.	قِيلَ	Qīla
3.	يَقُولُ	Yaqūlu
4.	رَمَى	Ramā

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah ataudammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah

diikuti oleh katayang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Rauḍah al-aṭfāl
2.	طَلْحَةَ	Ṭalḥah

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbana
2.	نَزَّلَ	Nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah

ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُلُ	Ar-rajulu
2.	الْجَلَالُ	Al-Jalālu

7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أَكَلَ	Akala
2.	تَأْخُذُونَ	Ta'khuzūna
3.	النَّوْءُ	An-Nau'u

8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama

diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

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

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
١.	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muḥamadun illā rasūl
٢.	الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Al-ḥamdu lillāhi rabbil 'ālamīna

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
١.	وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqin / Wa innalāha lahuwa khairur-rāziqīn
٢.	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa auful-kaila wal mīzāna

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 disertakan dengan pedoman Tajwid

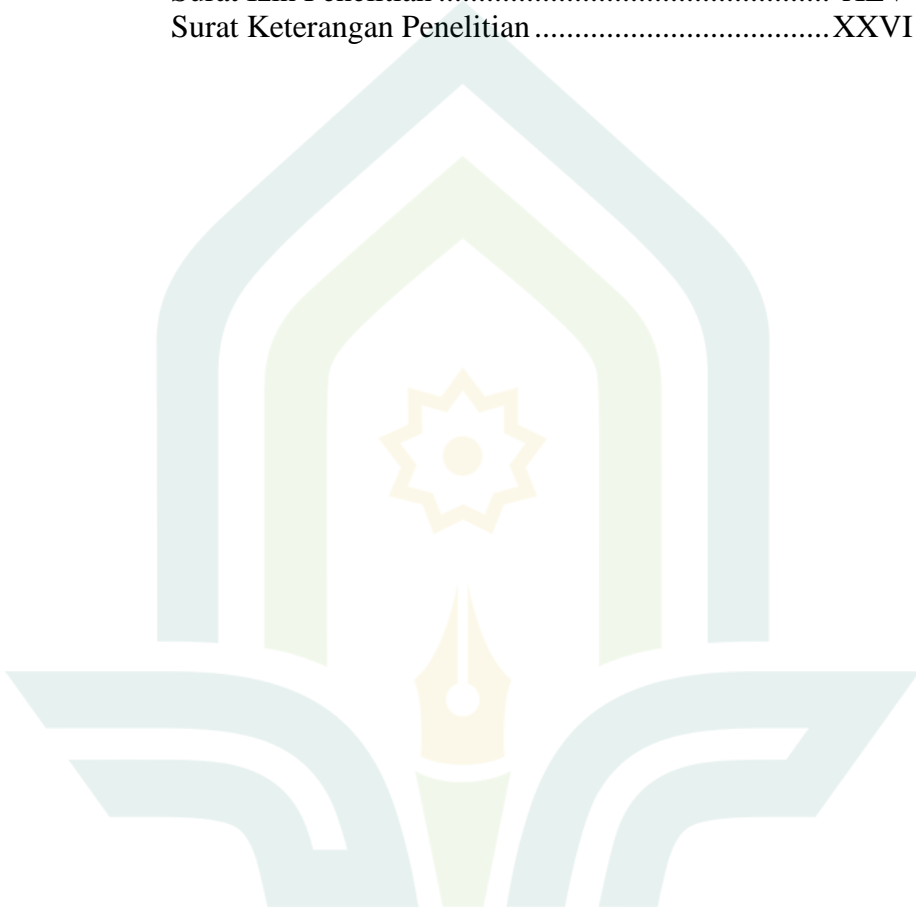
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data omset Rumah Makan Elok Basamo dalam 5 tahun Terakhir 2019-2023.....	6
Tabel 3.1	Triangulasi Sumber	39
Table 4.1	Daftar menu Rumah Makan Elok Basamo.....	50
Tabel 4.2	Daftar harga menu Rumah Makan Elok Basamo.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Pengumpulan Data	I
Lampiran 2	Pedoman wawancara	II
Lampiran 3	Transkrip Wawancara	IX
Lampiran 4	Dokumentasi.....	XL
	Daftar Riwayat Hidup	XLIV
	Surat Izin Penelitian	XLV
	Surat Keterangan Penelitian.....	XXVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi bisa dianggap sudah ada sejak zaman dahulu, seiring dengan perjalanan sejarah manusia. Sejak manusia pertama di bumi Adam dan Hawa muncul, aktivitas ekonomi telah hadir. Progres ekonomi terus berkembang seiring dengan perkembangan manusia dan kemajuan teknologi yang pesat. Aktivitas ekonomi bisnis yang sebelumnya sering melibatkan berdagang dengan sarana terbatas dan memerlukan pertemuan langsung kedua pihak pedagang dan pelanggan, kini sudah teratasi dengan hanya menggunakan platform atau aplikasi komersial daring. Penyebaran berita juga menjadi lebih cepat dengan hanya melalui beragam sosial media. Apalagi, di negara maju, fasilitas teknologi robot sudah dikembangkan untuk menggantikan peran karyawan, meningkatkan kelancaran, efisiensi, dan efektivitas dalam menjalankan kegiatan bisnis. (Sabri, 2010)

Hal ini mengakibatkan laju pertumbuhan dalam ranah bisnis menjadi tidak terkendali. Pendirian industri-industri baru dengan pendekatan pemasaran dan strategi manajemen yang inovatif berdampak besar pada persaingan diantara para pengelola bisnis. Perubahan dramatis yang timbul dari persaingan dalam dunia bisnis akhirnya dimenangkan bagi mereka yang mampu menjalankan bisnisnya dengan bijaksana melalui strategi dan kiat yang sesuai. Contoh konkret dapat ditemukan tidak hanya dalam industri bisnis besar, Namun juga berlaku pada tingkat yang lebih kecil contohnya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Sebuah usaha yang berhasil dalam persaingan tentu mengimplementasikan strategi yang cermat untuk mendominasi pasar dibandingkan dengan pesaingnya. Setelah dianalisis lebih lanjut, terdapat banyak usaha kecil yang saat ini diminati oleh masyarakat dan akhirnya mengembangkan diri dengan membuka cabang-cabang baru, menjelma menjadi usaha besar. Mereka saling bersaing dan mengembangkan bisnisnya melalui promosi-promosi

yang sebelumnya belum pernah dilakukan.

Segala aktivitas bisnis di seluruh dunia selalu mengalami transformasi sebagai dampak dari krisis multidimensional, dan persaingan antara unit bisnis semakin intensif. Untuk tetap bertahan dan mengembangkan pangsa pasar mereka, para pelaku bisnis memerlukan tindakan yang spesifik dan strategi yang terarah. Pendekatan ini harus didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Proses pengambilan keputusan yang sistematis dan penerapan strategi yang cerdas ini sering disebut sebagai manajemen strategi. (Azhar, 2012)

Bisnis Islam adalah suatu usaha pengembangan modal yang dilakukan dengan mematuhi norma-norma etika Islam untuk memenuhi kebutuhan hidup. Selain menekankan pentingnya moralitas, dalam konteks Islam, juga mendorong individu untuk aktif dalam mengembangkan bidang bisnis. (Subandi, 2000)

Bisnis Islam juga dapat dijelaskan sebagai rangkaian aktivitas usaha (termasuk memproduksi, pendistribusi, dan konsumsi) dalam beragam bentuk, yang tidak terbatas oleh jumlah kepemilikan harta (barang dan jasa) beserta keuntungannya. Namun, batasannya terletak pada cara perolehan dan pemanfaatan harta tersebut, yang diatur oleh konsep halal dan haram. Konsep bisnis dalam Al-Qur'an bersifat komprehensif, tidak hanya mencakup aspek dunia semata, melainkan juga mengaitkan dengan kehidupan akhirat. Al-Qur'an menggambarkan bisnis yang benar-benar berhasil atau baik sebagai bisnis yang memberikan keuntungan bagi pelakunya dalam dua fase kehidupan yang terbatas, yaitu dunia dan fase yang abadi, yaitu akhirat. (Mustaqim, 2001)

Hukum *muamalah mubah* pada dasarnya menyatakan bahwa semua bentuk transaksi atau aktivitas ekonomi dianggap diperbolehkan, kecuali jika terdapat larangan khusus di Al-Qur'an dan Al-Hadis. Prinsip ini memberikan ruang dan kesempatan untuk berkembangnya berbagai bentuk transaksi baru sesuai dengan perkembangan zaman. Allah SWT telah menetapkan batasan-batasan perilaku ekonomi manusia agar menghasilkan keuntungan bagi satu individu tanpa merugikan hak-hak individu lainnya.

Setiap individu yang ingin terlibat dalam dunia bisnis memiliki tanggung jawab untuk memahami faktor-faktor yang dapat menyebabkan usaha tersebut menjadi sah atau tidak sah (*fasid*). Tujuannya adalah supaya kegiatan usaha bisa berjalan dengan lancar dan terhindar dari tindakan yang dapat merugikan atau merusaknya.

Ragamnya para penjual dan berbagai faktor yang memengaruhinya, baik secara internal ataupun eksternal, menciptakan variasi dalam perilaku dan strategi perdagangan mereka. Pendekatan tersebut bervariasi, mulai dari promosi produk, memberikan diskon, hingga menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau dari pesaing lainnya. Para pedagang saling bersaing dalam menerapkan strategi untuk menarik perhatian para pembeli. (Nikmah, 2021)

Dalam konteks strategi tersebut, dalam perspektif Islam, usaha bukan hanya sekedar memperoleh keuntungan semata, tetapi juga mencari keberkahan. Dalam berbisnis, ditekankan bahwa tindakan bisnis tidak boleh melanggar prinsip-prinsip syariat Islam. Hal ini mencakup aturan-aturan syariat baik terkait modal, strategi, proses, praktik, dan lainnya. Dengan demikian, Islam memiliki kerangka kerja syariat yang mencakup norma agama dalam berbagai segi kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. (Yunus, 2016) Bisnis yang saat ini tidak akan mati dimakan zaman adalah bisnis Rumah Makan (RM), mengingat kebutuhan dasar manusia akan makanan adalah hal yang begitu penting dan mendasar bagi kelangsungan hidupnya.

Tujuan manajemen strategi untuk rumah makan yang paling penting adalah kesuksesan jangka panjang yang konsisten atau berkelanjutan, peningkatan jumlah pelanggan, dan peningkatan laba. Untuk mencapai hal ini, dibutuhkan penerapan strategi manajemen rumah makan yang sangat relevan, seperti manajemen produksi, tempat, harga, promosi, dan sumber daya manusia, serta pelayanan yang baik, termasuk proses dan bukti fisik rumah makan. Produksi harus dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku dengan memperhatikan bahan baku yang aman (bukan bahan berbahaya), kebersihan dan kehalalannya, dan sebagainya. Strategisnya, bisnis rumah makan biasanya berada di tempat terbuka yang dilalui banyak

orang, seperti di jalan raya, persimpangan jalan, pasar, mall, dan tempat ramai lainnya sehingga menarik banyak pelanggan. Tak hanya itu, tempat yang nyaman juga penting bagi pelanggan. Harga biasanya merupakan hal pertama yang dilihat oleh pembeli dan biasanya akan membeli jika mereka melihat harga yang sesuai dengan kantongnya. Harga makanan murah biasanya lebih disukai oleh pembeli, dan harga menengah ke atas atau mahal biasanya harus sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan menarik perhatian pembeli. Promosi yang efektif sangat berkontribusi pada perkembangan bisnis rumah makan. Contohnya, mengadakan *soft launching* yang kreatif, memanfaatkan media sosial, menawarkan program-program menarik untuk pelanggan, menerapkan *strategi up sell* yang menarik, bekerja sama dengan komunitas, menggunakan email dan *mobile marketing*, memanfaatkan blog dan video, memasang stiker promosi di tempat-tempat strategis, serta memastikan masakan yang lezat dan sesuai dengan selera pelanggan sehingga mendorong *testimonial* dan promosi dari mulut ke mulut. (Saleh, 2021). Pelayanan yang baik juga sangat penting untuk mempertahankan hubungan antara pelanggan dan karyawan maupun pengelola restoran, sehingga pelanggan terus datang kembali. Langkah-langkah yang tepat dalam proses bisnis serta bukti fisik untuk mendukung dan mengevaluasi bisnis juga memiliki peranan yang signifikan.

Namun, masalah yang sering muncul dalam bisnis rumah makan adalah kurangnya ketelitian dalam melakukan survei pasar, padahal tahap awal dalam manajemen strategi adalah analisis lingkungan. Misalnya, jika harga menu di restoran tergolong mahal tetapi restoran tersebut berada di lingkungan dengan daya beli menengah ke bawah, hal ini dapat menyebabkan kurangnya pelanggan karena harga yang tidak terjangkau. Selain itu, masalah lain termasuk daftar menu yang kurang menarik, layanan konsumen yang buruk, identitas bisnis yang kurang jelas, pengabaian terhadap manajemen dan operasional bisnis, kualitas sumber daya manusia yang rendah, kurangnya perhatian terhadap strategi pemasaran, masalah keuangan, dan pemilihan jenis kemasan yang salah. (Saleh, 2021). Agar hal tersebut tidak terjadi, diperlukan ketelitian dalam

setiap aspek, baik eksternal maupun internal, terkait manajemen strategi bisnis restoran itu sendiri.

Memulai bisnis rumah makan memerlukan lebih dari sekadar modal; langkah awalnya adalah melakukan survei pasar dan memilih lokasi bisnis yang strategis. Penting untuk tidak mengabaikan kenyataan di lapangan agar tidak terjebak dalam idealisme yang tidak realistis. Pemilihan lokasi strategis sangat krusial untuk memulai bisnis rumah makan. Kabupaten Pekalongan, misalnya, merupakan tempat yang strategis untuk memulai bisnis baru atau membuka cabang guna memperluas jangkauan bisnis. Lokasinya berada di tengah keramaian. Kabupaten Pekalongan, terdapat beragam makanan yang menggoda selera konsumen. Setiap pengusaha berusaha dengan strategi masing-masing untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Sebagai contoh, Rumah Makan Elok Basamo mencerminkan tradisi Rumah Makan khas Minang dalam pengelolaan usahanya. Rumah Makan Elok Basamo menjadi salah satu usaha rumah makan padang yang berdiri di Wonopringgo, Rumah makan Elok Basamo Menyajikan berbagai masakan minang dengan cita rasa yang khas seperti rendang, ayam bakar bumbu rendang dan menu lainnya.

Rumah makan Elok Basamo membuka usaha di kalangan masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah, usaha rumah makan padang tersebut hadir di Wonopringgo dengan harga makanan yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Sayangnya perkembangan usaha Rumah Makan Elok Basamo mengalami naik turun karena dampak covid-19 dan usaha yang sama banyak tumbuh di daerah Wonopringgo, dengan memperhatikan faktor-faktor kunci keberhasilan industri (dalam hal ini rumah makan), kita dapat menilai aspek produk, lokasi, pelayanan, harga, dan promosi. Rumah Makan Elok Basamo tampak sedikit tertinggal dibandingkan dengan kompetitornya. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan industri menjadi salah satu tahap penting dalam manajemen strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah direncanakan. Namun, di antara banyaknya faktor-faktor kunci tersebut. “hampir tidak mungkin bagi suatu industri, termasuk

industri besar, untuk dapat unggul dalam semua faktor kunci keberhasilan. (Hery, 2018). Bisa dilihat dari tabel omset dalam kurun waktu 5 tahun sebelumnya sebagai berikut:

Table 1.1 data omset Rumah Makan Elok Basamo dalam 5 tahun Terakhir 2019-2023

No	Tahun	Omset
1	2019	Rp. 1.620.000.000.
2	2020	Rp. 720.000.000.
3	2021	Rp. 1.170.000.000.
4	2022	Rp. 900.000.000
5	2023	Rp. 990.000.000

Sumber: hasil wawancara dengan pemilik Rumah Makan Elok Basamo

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, bisa dilihat bahawa omset penjualam Rumah Makan Elok Basamo mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun, di tahun 2019 omset sebesar Rp. 1.620.000.000 karena pada saat itu masih sedikit usaha yang sejenis dan jaraknya pun berjauhan, di tahun 2020 omset sebesar Rp. 720.000.000. mengalami penurunan yang signifikan karena terdampak covid-19, di tahun 2021 omset sebesar Rp. 1.170.000.000. mengalami kenaikan karena rumah makan elok basamo sudah bisa beradaptasi dalam usahanya, di tahun 2022 omset sebesar Rp. 900.000.000 mengalami penurunan karena banyak usaha sejenis yang tumbuh berdekatan yang mengakibatkan Sebagian pelanggannya beralih, di tahun 2023 omet sebesar Rp. 990.000.000 mengalami kenaikan karena mulai beradaptasi dengan persaingan dan bisa menyesuaikan dengan minat pelanggannya. Hal tersebut tidak lepas dari kurangnya pemahaman akan manajemen strategi bisnis agar usahanya bisa bertahan dan berkembang.

Produk atau menu yang disajikan adalah masakan khas minang seperti Rendang, ayam bakar bumbu padang, gulai tunjang

dan menu lainnya dengan bumbu gulai berwarna kuning dengan rasa asam dan bumbu dengan cita rasa yang kuat. Menu unggulan dari rumah makan ini adalah rendang dan ayam bakar bumbu padang tetapi semua menu yang tersedia menjadi favorit masing-masing pelanggan. Yang membedakan usaha ini dengan rumah makan biasa adalah menu yang disajikan adalah masakan khas minang yang memiliki cita rasa khas dengan perpaduan berbagai macam bumbu. Terkadang rasa masakannya tidak konsisten itu menjadi salah satu penyebab berkurangnya konsumen.

Tempat usaha rumah Makan Elok Basamo dihiasi dengan berbagai macam hiasan yang bergambar tentang daerah minang dan dengan penataan meja yang rapih yang bisa digunakan untuk rombongan, berdua ataupun sendiri. Lokasi Rumah Makan Elok basamo yang sangat strategi tapi tidak dibarengi dengan tempat parkir yang luas, hanya cukup untuk beberapa motor dan mobil, sehingga ketika ramai akan pelanggan parkir akan penuh dan membuat pembeli akhirnya mencari tempat makan lain.

Pelayanan dan proses operasional yang diberikan sangat baik dan ramah serta mengerti akan kemauan konsumen. Proses memasak dan penyajian makanan pun bersih dan higienis, dengan proses memasak makanan khas minang yang butuh proses seperti rendang dan makanan lainnya yang penuh akan perpaduan bermacam bumbu sehingga menghasilkan citarasa yang berbeda, apalagi dengan penggunaan bahan-bahan yang berkualitas dan terjamin halalnya, tetapi ketelitian proses masaknya harus ditingkatkan agar rasa masakan setiap harinya sama dan tidak berubah, hal tersebut akan membuat konsumen menjadi puas.

Harga yang diberikan cukup terjangkau disesuaikan dengan kondisi masyarakat di daerah Wonopringgo agar bisa bersaing dengan rumah makan lain. Untuk harga per porsi nasi lauk dan sayur adalah serba 10 ribu tapi untuk nasi rendang komplit 13 ribu dan nasi gulai tunjang komplit 16 ribu. Sayangnya dari bukti fisik usaha rumah makan elok basamo hanya menggunakan buku catatan sederhana yang mana antara arus pemasukan dan pengeluaran menjadi satu sehingga tidak mengetahui berapa biaya dan hasil

penjualan sehingga perlu penerapan manajemen keuangan yang lebih efisien.

Yang tidak kalah penting dari faktor lainnya adalah strategi promosi yang penulis rasa kurang berjalan dengan baik karena belum dikelola dengan baik, walaupun begitu Rumah Makan Elok Basamo ada spanduk yang dipasang di depan rumah makan dan tulisan paket 10 ribu yang menjadi daya tarik.

Maka saran dan solusi yang bisa diterapkan pada masalah-masalah yang dihadapi Rumah Makan Elok Basamo adalah dengan meningkatkan manajemen strategi Rumah Makan Elok Basamo, meningkatkan strategi pemasaran khususnya promosi dan peningkatan kualitas makanan serta mulai melirik ancaman sebagai sebuah aspek untuk berkembang dan beradaptasi ditengah persaingan bisnis yang semakin kompleks ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan usaha rumah makan. Penelitian ini akan dikaitkan dengan judul penelitian yang relevan. Oleh karena itu, penulis akan menyusun penelitiannya dengan judul "**Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam" (Studi Kasus Rumah Makan Elok Basamo Wonopringgo Pekalongan)**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan dalam latar belakang di atas, penulis memusatkan penelitian ini pada pembahasan:

1. Bagaimana Manajemen Strategi Yang Dilakukan Usaha Rumah Makan Elok Basamo di Wonopringgo Dalam Mengembangkan Usahanya?
2. Bagaimana manajemen strategi Rumah Makan Elok Basamo yang ada di Wonopringgo ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian:

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka diperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian sehingga tujuan penelitian dapat tercapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui manajemen strategi dalam usaha Rumah

Makan Elok Basamo di Wonopringgo Dalam Mengembangkan Usahanya

2. Untuk mengetahui manajemen strategi Rumah Makan Elok Basamo di Wonopringgo ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat dan menyempurnakan teori-teori yang ada serta menambah pengetahuan dan wawasan tentang fenomena sosial akademis terkait manajemen strategi usaha rumah makan Elok Basamo. Dengan demikian, kajian ini akan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan referensi untuk penelitian di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan tugas akhir yang terkait dengan program studi Ekonomi Syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi para peneliti lain yang akan meneliti permasalahan serupa di masa mendatang.

b. Bagi Kaum Muda

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai manajemen strategi usaha rumah makan. Membangun mental anak muda dalam melihat perkembangan usaha kuliner khususnya rumah makan yang perkembangannya tidak akan mati dimakan zaman, sehingga menjadikan peluang usaha rumah makan bisa menjadi acuan usaha bagi kaum muda.

c. Bagi Pengusaha

Untuk pengusaha diharapkan dari penelitian ini bisa mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam manajemen strateginya guna untuk meningkatkan usahanya.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan, penulis akan menyusun

beberapa urutan, di antaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi pendahuluan yang menjelaskan alasan dilakukannya penelitian dan berfungsi sebagai pengantar skripsi secara keseluruhan. Dalam bagian ini terdapat latar belakang, tema penelitian yang diambil, alasan umum yang mendasari penelitian, tujuan, dan manfaat penelitian untuk mengetahui pentingnya dan tujuan penelitian ini. Bab ini diakhiri dengan penjelasan sistematika pembahasan yang memberikan gambaran arah penulisan dalam penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Teori-teori tersebut akan berfungsi sebagai alat analisis untuk mendukung hasil penelitian. Selain itu, bab ini juga mencakup kajian pustaka yang bertujuan sebagai referensi dalam pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan teknik atau metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode tersebut meliputi pendekatan penelitian yang digunakan, penemuan sampel, dan alat yang akan digunakan untuk mengumpulkan data. Selain itu, bagian ini juga menjelaskan teknik pengumpulan data di lapangan dan teknik analisis data. Di dalam bagian ini juga dijelaskan metode untuk menguji keabsahan data agar penelitian yang dilakukan dapat diterima sesuai dengan kaidah-kaidah penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

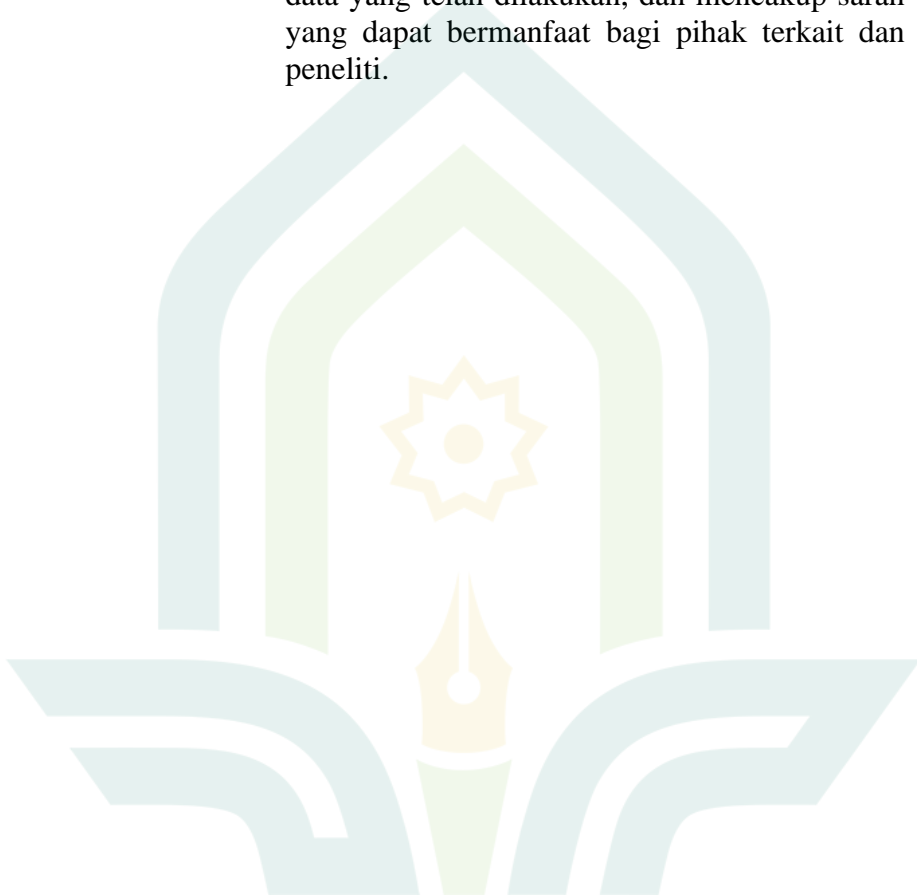
Bagian ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini mencakup hasil-hasil penelitian serta pembahasan informasi dan data

yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan responden yang ditentukan.

BAB V

PENUTUP

Bagian ini adalah bab yang merangkum kesimpulan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban terhadap rumusan masalah yang dibahas. Kesimpulan ini didasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, dan mencakup saran yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait dan peneliti.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diperoleh dari penelitian terkait Pengelolaan Manajemen Strategi Bisnis dan Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Manajemen Strategi Islam Rumah Makan Elok Basamo, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Keunggulan (*Strength*) Rumah Makan Elok Basamo adalah implementasi yang baik dalam strategi produk, harga, tempat, dan proses, yang telah mendukung keberlangsungan bisnis selama lebih dari 7 tahun. Namun, kelemahan (*Weakness*) Rumah Makan Elok Basamo terletak pada kurangnya penerapan manajemen strategi bisnis secara efektif dalam strategi promosi, manajemen sumber daya manusia, dan bukti fisik bisnisnya. Rumah Makan Elok Basamo masih belum berhasil mengeksploitasi kesempatan (*Opportunity*) untuk memperluas eksposur bisnisnya melalui strategi promosi yang lebih agresif, memanfaatkan potensi penuh karyawan, dan mempertahankan reputasi cita rasa masakannya. Meskipun demikian, mereka memiliki peluang untuk bertahan dan meningkatkan laba dengan memperhatikan tren perilaku belanja pelanggan. Rumah Makan Elok Basamo juga menghadapi tantangan (*Threat*) dari persaingan yang ketat, kenaikan harga bahan baku, dan dinamika bisnis yang semakin kompetitif.
2. Manajemen strategi Rumah Makan Elok Basamo menekankan pelayanan ramah dan menyajikan makanan yang halal, sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Mereka sangat mengutamakan akhlak yang baik dalam memberikan layanan. Meskipun demikian, terdapat beberapa area di mana mereka perlu meningkatkan pemahaman, terutama dalam menghadapi persaingan bisnis dan semangat untuk saling berlomba dalam kebaikan. Rumah Makan Elok Basamo memiliki kemampuan

berbisnis dengan prinsip yang mengedepankan hati, sebagaimana yang diajarkan oleh Nabi Muhammad. Namun, mereka masih perlu meningkatkan upaya dalam memperoleh pangsa pasar dengan meningkatkan promosi sesuai dengan strategi manajemen bisnis. Selain itu, mereka telah memperhatikan empat prinsip Etika Bisnis Islam, yaitu menghindari kezaliman, menjual produk yang halal, tidak melakukan penipuan, dan mempraktikkan saling tolong-menolong.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, peneliti memberikan beberapa saran untuk pimpinan Rumah Makan Elok Basamo sebagai berikut:

1. Diperlukan pemahaman yang lebih mendalam terhadap manajemen strategi bisnis di Rumah Makan Elok Basamo agar usaha ini dapat meningkatkan kinerjanya secara signifikan dan memastikan kelangsungan eksistensinya dalam jangka panjang. Penerapan manajemen strategi bisnis ini sangat penting untuk memaksimalkan performa bisnis dalam jangka panjang.
2. Rumah Makan Elok Basamo perlu terus memperhatikan pesaing-pesaingnya dan berinovasi secara terus-menerus untuk menjaga agar bisnisnya tetap relevan dan tidak tertinggal oleh perubahan zaman. Mereka selalu mengikuti perkembangan bisnis kuliner terbaru dan belajar dari para pesaing tanpa menghancurkan kompetisi.
3. Untuk kedepannya, Rumah Makan Elok Basamo di Kabupaten Pekalongan perlu mengembangkan diri sebagai rumah makan yang maju dengan mengintegrasikan secara seimbang antara Manajemen Strategi Bisnis dan Manajemen Strategi Islam. Diperlukan peningkatan kinerja dalam hal produk, harga, tempat, pelayanan, promosi, manajemen sumber daya manusia, proses operasional, serta aspek fisik bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Armstrong, P. (2001). *Principle of Marketing*. New Jersey: Upple Saddle River.
- Astuti, An Ras Try. (2022). *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Pres
- Azhar, Erisman. (2012). *Manajemen Strategi* Yogyakarta: Depublish Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah : Penerbit CV Dipenogoro, 2005.
- Dessler, G. (2011). *Human Resource Management*. New Jersey: Pearsons Prentice Hall
- Hery. (2018). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hindun. (2015). *Perencanaan Strategis Dan Prilaku Manajerial Lembaga-lembaga Pendidikan*. Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Juwono Onny. (2011). *Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi Kasus Di Restoran Cepat Saji Mcdonald's) Periode Oktobet-Desember 2011*. Jakarta: JEB
- Latif M Jauhari Latif, Latun Nikmah. *Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Di Desa Sumber Rezeki Kabupaten Musi Banyuasin*. Palembang: Jurnal Um-Palembang
- Mayogi Lamtiur, Rohana Pasaribu. (2019). *Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Kopri)*

Lampung: Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan
Lampung

Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif* Bandung:
ROSDA

Muhammad. (2005). *manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP
AMP YKPN

Muhammad Abdul Tuasikal. (2018) *Hadits Al-Arbain AN-Nawawi*.
Yogyakarta: CV. Rumaysho

Mustaqim Ahmad. (2001). *Business Ethics In Islamic*. Pustaka: Al-
Kausar

Nawawi Ismail. (2010). *Manajemen Syariah: Sebuah Pemikiran,
Wacana dan Realita*. Al-Qanun

Norvadewi. (2015). *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep,
Prinsip dan Landasan Normatif)*. Al-Tuary

Nugraha Quadrat. (2007). *Manajemen Strategis Organisasi Publik*.
Jakarta: Universitas Terbuka

Oni, A., Albayan, A., Hatta, I. M., & Kurniawan, W. (2020). *Perilaku
Pedagang Padi Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam dan
Etika Bisnis Islam*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*

Prasojo Lahtip Diat. (2018). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UNY
Pres

Rahim Abdur Rahmah, Enny Rajab. (2017). *Manajemen Strategi*.
Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas
Muhammadiyah Makassar

Ramli Akhmad. (2022). *Manajemen Strategi*. Samarinda: UINSI
Samarinda

Sabri M. (2010). *Kontribusi Usaha Agribisnis Dalam Meningkatkan
Kesejahteraan Masyarakat Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi*

Islam(Studi Terhadap Petani Sayur Di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai). Riau: UIN Sultan Syarif Kasim

Saleh Arif. (2021). Manajemen Strategi Bisnis Warung Makan Ditinjau Dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Warung Makan Simpang Empat). Banjarmasin Universitas Islam Negri Antasari

Sekaran Uma, Roger Bougie.(2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis dengan Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi Cetakan Kedua. Jakarta: Salemba Empat

Setiawati, A. F. (2021). Implementasi Etika Bisnis Pada Lembaga Kursus Komputer Di Alego Creative Studio Purwakarta. JAMMIAH. 24-25

S Siyoto, A Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Yogyakarta: Literasi Media Publishing

Siagian Sondang. (1992). Teori dan praktek pengambilan keputusan. Jakarta: Haji Masagung

Sopiah, Etta Mamang Sangadji. (2021). MANAJEMEN STRATEGIS Dilengkapi Kasus-Kasus Manajemen Strategi dari perusahaan Indonesia yang go internasional. Yogyakarta: andi publisher

Subandi Bambang. (2002). Bisnis Sebagai Setrategi Islam. Surabaya: Paramedia

Sudikin, Basrowi. (2002). Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro. Surabaya: Insan Cendekia

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Bandung: Alfabeta

Wahid Nur. (2021). Mengenal Konsep Bisnis Syariah Dari Titik Nol. Purwokerto: Wawasan Ilmu

Walidin, Saifullah and Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Aceh: FTK Ar-Raniry Press

Yunus Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*. Surabaya: ASDI

Yusuf A Muri. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : M. NUR ARI WIBOWO
NIM : 4117034
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : wibowoari251@gmail.com
No. Hp : 0878-3005-5401

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**MANAJEMEN STRATEGI USAHA RUMAH MAKAN DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS RUMAH MAKAN ELOK
BASAMO WONOPRINGGO PEKALONGAN)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 16 Juli 2024



M. NUR ARI WIBOWO

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD