

Strategi Pemasaran Restoran Ayam Geprek Sa'i menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

Aminatus Zuhriyah¹, Ainol², Waqi'atul Aqidah³

^{1,2,3}Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

aminatus882@gmail.com¹, ainol1968@gmail.com², syifabintunahl@gmail.com³

Abstract

This study aims to investigate business marketing strategies from the perspective of Islamic business ethics. The marketing strategy implemented at the Ayam Geprek Sa'i Kraksaan Restaurant and Islamic business ethics are in accordance with the regulations. The research method used is a qualitative method, while the type of research is descriptive. The location of this research is at the Geprek Sa'i Chicken Restaurant. Determination of informants using purposive techniques. Data collection techniques, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity uses triangulation techniques. Based on the results of the research, the implementation of the marketing strategy carried out by the Geprek Sa'i Chicken Restaurant is seen from the principles of Islamic business ethics which include unity in providing food menus to consumers, showing a friendly attitude and smiling. Balance, which is applied to act fairly towards consumers. Free will, namely giving customers the freedom to ask questions about things they don't understand. Responsibility, which is related to economic freedom in the principle of responsibility for truth, honesty, and wisdom in promoting the appropriate menu.

Keywords: Business Marketing Strategy, Business Ethics, Sa'I Kraksaan Geprek Chicken, Purposive Techniques, Triangulation Techniques.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategis pemasaran bisnis dari perspektif etika bisnis Islam. Strategi pemasaran yang diterapkan di Restoran Ayam Geprek Sa'i Kraksaan dan etika bisnis Islam sesuai yang ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, sedangkan jenis penelitiannya adalah deskriptif. Lokasi penelitian ini di Restoran Ayam Geprek Sa'i. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data menggunakan teknik triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian, implementasi strategi pemasaran yang dilakukan Restoran Ayam Geprek Sa'i dilihat dari prinsip etika bisnis Islami yang meliputi kesatuhan dalam memberikan menu makanan kepada konsumen, menunjukkan sikap ramah dan murah senyum. Keseimbangan, yang diterapkan untuk bertindak adil terhadap konsumen. *Free will* yaitu memberikan kebebasan kepada customer untuk bertanya tentang hal-hal yang tidak dimengerti. Tanggung jawab, yaitu berkaitan dengan kebebasan ekonomi dalam prinsip tanggung jawab atas kebenaran, kejujuran, dan kebijaksanaan dalam mempromosikan menu yang sesuai.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Bisnis, Etika Bisnis, Ayam Geprek Sa'I Kraksaan, Teknik Purposive, Teknik Triangulasi.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Strategi adalah rencana jangka panjang yang bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Strategi adalah proses manajemen yang bertujuan untuk mengelola dan menyesuaikan tujuan perusahaan dengan produk yang dihasilkan untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang menguntungkan. Jadi perusahaan harus terus memantau dan mengadaptasi strategi yang sesuai dengan perubahan yang terjadi di pasar, serta memahami selera dan kebutuhan *competitor* yang ada di pasar [1].

Pemasaran adalah kegiatan utama yang dilakukan oleh para pengusaha untuk memastikan kelangsungan bisnis dan pertumbuhan serta menghasilkan keuntungan [2]. Konsep strategi pemasaran merupakan perkembangan besar dalam sejarah pemikiran pemasaran yang mengalihkan fokus dari pelanggan dan produk kepada pelanggan dalam lingkungan eksternal yang lebih luas. Strategi

pemasaran sendiri mencakup semua sistem yang terkait dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga, mempromosikan, dan menyalurkan produk yang dapat memuaskan pelanggan [3].

Memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena menerapkan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia, dalam bentuk memperoleh keuntungan material dan kebahagiaan akhirat dengan niat mendapat ridha Allah SWT [4]. Berdasarkan penjelasan tersebut etika merupakan aspek penting dalam memulai dan menjalankan bisnis [5]. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku bisnis untuk memperhatikan etika dalam kegiatan bisnisnya agar dapat tercapai kesuksesan yang sesuai dengan prinsip [6]. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, dan berperilaku tanpa diskriminasi [7].

Salah satu tujuan esensial penegakan etika dalam bisnis adalah agar seluruh perusahaan memahami dengan baik bagaimana berbisnis sebenarnya bukan hanya bereorientasi pada profit semata [8]. Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa salah satu tujuan utama penegakan etika bisnis yaitu untuk memastikan perusahaan tidak hanya memperoleh keuntungan, tetapi juga memperhatikan hak dan kepentingan orang lain serta mempertahankan integritas dan reputasi yang baik [9]. Munculnya kesadaran untuk menjalankan bisnis syariah dalam kehidupan ekonomi muslim yang berarti harus mengubah pola pikir dari sistem termasuk dalam dunia bisnis [10]. Berarti harus mengubah cara pandang terhadap sistem bisnisnya. Etika tidak dapat dipisahkan dari dunia bisnis, karena banyak penelitian yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara etika bisnis dan keberhasilan perusahaan. Pada akhirnya praktik bisnis yang tidak jujur hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan yang tergolong besar sekalipun akan hancur [11].

Restoran tidak hanya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam proses produksinya, tetapi juga dalam pelayanan kepada konsumen. Restoran harus memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dan puas. Prinsip-prinsip seperti keadilan dan tanggung jawab dapat diterapkan dalam strategi pemasaran untuk menciptakan kualitas pelayanan yang positif bagi kepuasan konsumen [12]. Berdasarkan penjelasan tersebut restoran harus menerapkan prinsip-prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam strategi pemasaran yang berkualitas untuk memberikan kepuasan kepada konsumen [13].

Restoran harus terus berupaya untuk memberikan produk dan pelayanan yang terbaik, termasuk yang dilakukan oleh Restoran Ayam Geprek Sa'i. Restoran Ayam Geprek Sa'i merupakan sebuah restoran fastfood yang berada di Jl. Panglima Sudirman No 357, Kapuran, Kraksaan Wetan. Restoran Ayam Geprek Sa'i sudah memiliki cabang di Kraksaan dekat pom bensin. Salah satu cabang Restoran Ayam Geprek Sa'i yaitu yang terdapat di Jl. Panglima Sudirman No 95, Semampir, Kraksaan [14].

Sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang telah di dokumentasikan yang terkait dengan masalah yang diteliti. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam dalam Usaha [15]. Penelitian ini membahas tentang penerapan dan pengendalian program pemasaran berdasarkan strategi pemasaran dalam perspektif Islam. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian ini meneliti pengendalian program pemasaran, sementara penelitian tersebut penulis membahas tentang strategi pemasaran menurut perspektif etika bisnis Islam [16]. Implementasi Etika Produksi Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini membahas tentang implementasi etika produksi dalam perspektif Islam,

serta dampak implementasi etika produksi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian ini hanya meneliti etika produksi, sementara penelitian penulis membahas tentang strategis pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan tujuan dari peneliti ini ingin mengetahui strategi pemasaran yang digunakan di Restoran Ayam Geprek Sa'i Kraksaan dan etika bisnis Islam. Peneliti juga ingin mengetahui apa yang bikin berbeda dengan Restoran Ayam geprek yang lain, karena Restoran ini baru buka sudah ramai di kunjungi konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, Strategi Pemasaran Restoran Ayam Geprek Sa'i Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam [17].

Etika bisnis Islam merupakan aturan yang didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist yang mengatur tingkah laku pelaku bisnis agar sesuai dengan syariat Islam. Etika bisnis juga diartikan sebagai prinsip-prinsip yang harus diikuti oleh pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis agar tidak melanggar syariat Islam. Dalam menjalankan bisnis, etika bisnis Islam menjadi panduan bagi pelaku bisnis [18].

Etika bisnis Islam diperlukan agar para pengusaha muslim memiliki sikap yang baik dalam melakukan kegiatan bisnis. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, para pelaku bisnis akan mengetahui nilai-nilai moral yang harus dipegang dalam berbisnis, seperti kejujuran dalam menentukan harga, timbangan, dan kualitas produk, sesuai dengan ajaran Rasulullah. Selain itu, etika bisnis Islam juga membantu para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis sesuai dengan syariat Islam [19].

Prinsip-prinsip dasar dalam etika bisnis Islam sering disebut dengan aksioma, yang diartikan sebagai hal-hal yang sudah pasti benarnya. Aksioma etika bisnis Islam dapat dijadikan sebagai prinsip yang harus dipegang teguh dan dilaksanakan oleh para pengusaha Muslim. Aksioma juga berfungsi sebagai batasan bagi para pebisnis agar tidak melakukan tindakan yang melebihi ketentuan dalam etika bisnis Islam [20]. Cara Efektif dalam menerapkan Etika Bisnis Islam Untuk mewujudkan hal-hal tersebut di perlukan untuk memperhatikan prinsip-prinsip utama yang harus di aplikasikan oleh sang pelaku bisnis, yaitu :

- a. Memuliakan pelanggan atau mitra bisnis sebagai saudara;
- b. Menawarkan yang dibutuhkan masyarakat;
- c. Menawarkan Barang atau Jasa yang Mendorong Produktivitas;
- d. Menawarkan cara bersaing yang sehat;
- e. Menawarkan Barang dan Jasa yang Halal (Mubah);
- f. Menawarkan Barang dan Jasa yang berkualitas;

- g. Menawarkan Barang dan Jasa yang Tidak Merusak Lingkungan;
- h. Menawarkan barang dan jasa yang bermanfaat sosial;
- i. Menawarkan Produk dan Cara Kerja yang Menghemat Sumber Daya dan Tidak Menimbulkan maksiat.

Strategi pemasaran diartikan sebagai suatu analisis yang bertujuan mengembangkan dan menjalankan kegiatan dalam menentukan pasar sasaran untuk produk di setiap unit bisnis, menetapkan tujuan pemasaran, serta mengelola program pemasaran yang bertujuan untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.

Strategi pemasaran Syariah dari pandangan Islam adalah suatu cara yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Syariah dalam mengelola suatu bisnis. Dari sisi emosional, pemasaran memperlakukan konsumen sebagai individu yang memiliki perasaan dan empati, bukan sekedar sebagai objek pembeli produk perusahaan tetapi juga untuk kebutuhan konsumen akan diakui dan diusahakan untuk terpenuhi. Pemasaran Syariah merupakan suatu disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai-nilai dari suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut, selama proses tersebut sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang merupakan penelitian bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas, sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran individu atau kelompok secara mendetail. Penyusun meneliti dengan cara mencari data langsung di lapangan untuk mengetahui Bagaimana strategi pemasaran Restoran Ayam Geprek Sa'i dan penerapan Etika Bisnis Islam dalam Proses Produksi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Kraksaan. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada 1 Pimpinan, dan 5 Karyawan Restoran Ayam Geprek Sa'i Kraksaan. Restoran Ayam Geprek Sa'i memiliki 15 orang karyawan, ada beberapa karyawan yang di wawancara oleh peneliti yaitu Mbak Pipit, Mbak Fitri, Mas Kamel, Mbak Ulfie dan Bapak Ben selaku Owner Restoran Ayam Geprek Sa'i.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam hal ini Restoran Ayam Geprek Sa'i telah menggunakan strategi bauran pemasaran (*mix marketing*) yaitu melalui produk, harga, tempat dan promosi. Marketing mix merupakan variabel-variabel terkendali yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang telah dituju perusahaan. Data yang diperoleh dari hasil penelitian:

3.1. Produk

Produks yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Strategi pemasaran produk yang digunakan oleh Restoran Ayam Geprek Sa'I menurut perspektif etika bisnis islam yaitu dengan menyediakan produk yang berkualitas terjamin kehalal-lannya dan kekhasan sambal pedas dan kriuk Ayamnya yang menjadi incaran konsumen. Hal ini bertujuan agar produk yang dijual sudah tepat dengan pasar sasaran. Produk yang berkualitas baik juga dapat berpengaruh terhadap volume penjualan. Dalam hal itu, menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang telah diterapkan oleh Restoran Ayam Geprek Sa'i telah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Adapun menu makanan dan minuman ayam geprek sai:

- a. Makanan sebagai berikut Paket super hemat 1 Rp. 10.500, Paket super hemat 2 Rp. 14.000, Paket super hemat 3 Rp. 16.000, Paket super hemat 4 Rp. 15.500, Paket super hemat 5 Rp. 16.500, Paket super hemat 6 Rp. 19.000, Paket super hemat 7 Rp. 18.500.
- b. Minuman sebagai berikut Es ceam Rp. 3.000, Aneka milkshake Rp. 8.000, Teh manis/panas Rp. 3.000, lemon tea Rp. 4.000. Keterangan harga belum termasuk PPN 10% dan biaya delivery.

3.2. Promosi

Strategi promosi merupakan sebuah program yang terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang di rancang untuk menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan agar memberi peran pada kinerja laba jangka panjang. Jadi Kesimpulannya bahwa strategi promosi ini sangat berpengaruh di berbagai usaha bisnis untuk menyampaikan produk yang di pasarkan.

Strategi promosi yang digunakan oleh Restoran Ayam Geprek Sa'I yaitu dengan memasang papan nama atau banner di depan Restoran untuk memperjelas lokasi dan memberikan informasi tentang menu apa saja yang dijual. Para karyawan juga berupaya melakukan promosi dengan mengunggah pamphlet menu di berbagai akun seperti di Instagram, Whatsapp dan Facebook. Mereka berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada calon konsumen dengan merespon setiap pertanyaan dari konsumen agar mereka merasa nyaman ketika memesan. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan Restoran Ayam Geprek sa'i telah sesuai dengan etika bisnis islam karena informasi yang diberikan di papan nama sudah jelas dan sesuai dengan menu yang dijual di Restoran.

3.3. Harga

Strategis pemasaran harga yang digunakan Restoran Ayam Gepreks Sa'i yaitu dengan harga pas, dimana harga yang diberikan membuktikan kualitas dari produk. Diterapkannya harga pas di Restoran Ayam Geprek Sa'I ini juga semata-mata agar terhindar dari khiyar yang berujung pada pemalsuan atau penipuan harga jual pada calon konsumen. Maka dengan ini, harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas produknya, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran harga yang diterapkan oleh Restoran Ayam Geprek Sa'I telah sesuai dengan etika bisnis islam karena menggunakan harga pasar yang sesuai dengan daya beli masyarakat dan tidak terdapat pemalsuan harga jual.

3.4. Tempat

Strategi tempat yang digunakan oleh Restoran Ayam Geprek Sa'i yaitu memilih lokasi yang strategis yang berdekatan dengan jalan raya, pemukiman penduduk dan tempat yang ramai. Hal ini bertujuan agar banyak masyarakat yang mengetahui lokasi Restoran tersebut dan tempatnya mudah untuk dikunjungi oleh calon konsumen. Diketahui bahwa lokasi yang strategi sangat berpengaruh terhadap penjualan produk. Di Restoran ini yang bikin ramai pembeli salah satunya juga dari tempat makan yang luas, kamar mandi dan mushollah bersih dan rapi, serta tempat parkir yang memadai. Geprek Sai semula hanya menyediakan restoran di kawasan Jl. Panglima Sudirman No 357, Kapuran, Kraksaan Wetan. Namun seiring dengan meningkatnya permintaan, lokasi Restoran bertambah di kawasan Jl. Panglima Sudirman No 95 ps, Semampir, Kraksaan.

Penggunaan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam proses produksi di Restoran Ayam Geprek Sa'i terdapat pada saat pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga produk siap disajikan. Etika bisnis Islam bertujuan agar tercipta proses produksi sesuai syariat Islam dan menghasilkan produk berkualitas. Menurut penjelasan dalam buku Faisal Badroen yang berjudul Etika Bisnis dalam Islam, setiap pelaku bisnis diwajibkan untuk mengikuti dan menerapkan empat prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis mereka. Prinsip-prinsip tersebut menjadi panduan bagi para pebisnis muslim untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih baik dan sesuai dengan syariat Islam. Sehingga jika sebuah restoran menerapkan etika bisnis Islam dengan benar, maka bisnis yang dijalankan tidak akan melanggar aturan. Berdasarkan prinsip etika bisnis Islam yaitu a. Prinsip Ketauhidan, b. Prinsip Keseimbangan, c. Prinsip Kehendak Bebas, d. Prinsip Tanggung jawab.

Hasil dari wawancara dengan karyawan, prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan dalam proses produksi di Restoran Ayam Geprek Sa'I yaitu:

a. Prinsip Ketauhidan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Restoran Ayam Geprek Sai Kraksan telah menerapkan prinsip-prinsip ketaqwaan dalam proses produksi mereka. Salah satu prinsip yang diterapkan adalah melalui penyembelihan ayam dengan menyebut nama Allah. Selain itu, bahan baku lain yang digunakan direstoran juga sudah memiliki sertifikasi halal di setiap kemasannya. Kehalalan bahan baku ini merupakan bukti dari penerapan prinsip ketaqwaan dalam proses produksi, karena telah sesuai dengan perintah Allah. Orang yang menerapkan prinsip ketaqwaan akan merasa bahwa Allah selalu mengawasi mereka, sehingga tidak pernah meninggalkan kewajiban untuk beribadah kepada Allah. Ini sesuai dengan Restoran Ayam Geprek Sa'i Kraksan yang menerapkan prinsip ketaqwaan dengan memberikan waktu sholat secara tepat waktu kepada karyawannya. Melalui penggunaan bahan baku yang halal sebagaimana yang di sampaikan oleh Mbak Pipit selaku karyawan:

“Di sini, kami hanya menggunakan bahan baku yang halal, Mbak. Ayam yang kami gunakan diperoleh dari pabrik yang telah terverifikasi halal. Kami juga memilih merek tepung dan kecap yang telah terverifikasi halal agar tidak menggunakan bahan yang tidak terjamin. Konsep Restoran Ayam Geprek Sa'i sesuai dengan syariat Islam, jadi tentunya proses produksinya juga menggunakan bahan baku yang halal. Ayam yang kami gunakan diperoleh dari pabrik yang dipilih oleh manajemen kami sebagai bahan bakunya. Pabrik tersebut telah terverifikasi halal dan ayam yang dipotong sudah sesuai dengan syariat Islam. Selain ayam yang halal, kami juga memilih produk yang memiliki label halal, seperti terigu, keju, susu, saus, teh, dan bahan baku lainnya.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak Pipit bahwa Restoran ini telah menjamin semua bahan terseifikasi halal, semua bahan yang digunakan telah dipilih dengan hati-hati dan telah menerapkan etika bisnis islam. Sebagaimana yang juga di sampaikan oleh Mas Kamel selaku karyawan:

Di sini, sholat berjama'ah wajib bagi para karyawan laki-laki. Produksi akan dihentikan sementara saat sholat berjamaah, dan jika ada pesanan, kasir akan memberikan penjelasan bahwa karyawan sedang sholat. Sebelum sholat, kita pastikan persediaan ayam di etalase cukup untuk memenuhi pesanan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Kamel tersebut menunjukkan bahwa ibadah adalah no 1 meskipun Restoran ramai para karyawan tetap melaksanakan ibadah sholat secara bergantian dan juga telah menyediakan ayamnya sebelum kehabisan.

b. Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan merupakan prinsip etika bisnis dalam Islam yang menuntut agar seseorang berlaku adil dan

proporsional. Dalam dunia bisnis, ketidakadilan dapat menyebabkan perbuatan yang merugikan orang lain. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus memastikan untuk berlaku adil dan seimbang, seperti yang dilakukan oleh restoran Ayam Geprek Sa'i yang menggunakan bahan baku sesuai dengan takaran yang tepat dalam proses produksinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Restoran Ayam Geprek Sa'i memiliki standar yang ketat untuk menentukan berat ayam yang digunakan. Selain itu, bahan baku lain yang digunakan juga sesuai dengan takaran yang tercantum dalam resep agar tidak ada kecurangan dalam proses produksinya. Hasil wawancara dan observasi juga menunjukkan bahwa pelayanan di Restoran Ayam Geprek Sa'i telah mempraktikkan prinsip keseimbangan dengan baik. Selain itu, kasir restoran juga menerapkan keadilan dengan tidak pernah memberikan keuntungan lebih kepada konsumen tertentu dalam antrian pemesanan, karena hal tersebut dianggap sebagai perbuatan curang yang dapat merugikan konsumen. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Mbak Fitri selaku karyawan untuk takaran bahan baku secara adil:

Tentu saja ada takaran yang harus diikuti dalam proses produksi di sini, Mbak. Proses produksi di sini harus sesuai dengan resep dari kantor, jadi kita harus mengikuti resep tersebut termasuk takaran bahan bakunya. Misalnya, untuk memproduksi 10kg nasi beras, kita harus menggunakan takaran air yang sesuai dengan resep. Hal yang sama juga berlaku untuk pembuatan tepung ayam goreng, dimana ada standar berat ayam yang harus diikuti.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak Fitri mengenai takaran bahan telah berlaku adil dan sudah menyesuaikan dengan resep dari office tersebut. Dengan demikian, takaran ini merupakan faktor yang sangat penting dalam proses pembuatan bahannya.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Manusia berhak memilih bagaimana hidupnya akan dijalani, tetapi dalam Islam kebebasan memilih tersebut hanya diperbolehkan untuk kebaikan. Berdasarkan hasil penelitian, meskipun memiliki kebebasan untuk memilih pemasok bahan baku, restoran hanya memilih pemasok yang menyediakan bahan baku yang halal dan berkualitas. Ini sesuai dengan prinsip kehendak bebas dimana setiap pelaku bisnis harus memilih pilihan yang baik.

Prinsip Kehendak Bebas diterapkan dalam pelayanan di Restoran Ayam Geprek Sa'i dengan memberikan kebebasan kepada kasir dan pelayan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kasir dan pelayan di restoran tersebut bebas menggunakan kalimat sapaan dalam menyambut konsumen. Namun, ada batasan yang harus diikuti agar tidak melakukan hal-hal yang dapat membuat konsumen merasa tidak nyaman. Oleh karena itu, kasir di Restoran Ayam Geprek Sa'i juga menyambut konsumen dengan mengucapkan salam dan menyapa dengan sopan dan ramah, sehingga

sesuai dengan konsep restoran yang bernuansa islami. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Mbak Ulfi selaku karyawan: Restoran ini dapat bekerja sama dengan pelanggan untuk menyediakan makanan dan minuman untuk acara.

Pelanggan dapat memesan produk kami untuk dikonsumsi dalam acara mereka. Oleh karena itu, kami akan membuat perjanjian terlebih dahulu dengan pelanggan, kemudian kami akan memenuhi pesanan mereka tepat waktu. Jika pesanan yang diterima cukup banyak, kami biasanya bisa menyiapkannya dalam waktu kurang dari 1 minggu. Berdasarkan hasil wawancara Restoran bahwa Restoran ini memiliki kemampuan yang baik dalam bekerja sama dengan konsumen untuk acara, serta mampu memenuhi pesanan dengan tepat waktu. Dan ini sangat membantu konsumen untuk mengadakan acara.

Sebagaimana yang di sampaikan oleh Bapak Ben selaku Owner adalah Kami memilih supplier yang menyediakan produk berkualitas sebagai bahan baku. Kami mendapatkan supplier sayur dan cabai dari pasar, sementara bahan lainnya dari supplier di luar pasar. Kami akan menyeimbangkan supplier bahan baku dengan outlet lain agar bahan yang digunakan juga berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ben bahwa Restoran ini memiliki kebijakan untuk memilih supplier yang berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa Restoran tersebut sangat memperhatikan kualitas bahan baku yang memiliki standar tinggi.

d. Prinsip tanggung jawab

Secara dasar, setiap orang bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya termasuk dalam menjalankan bisnis. Para pelaku bisnis bertanggung jawab terhadap semua orang yang terlibat dalam bisnis mereka terutama kepada konsumen. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, Restoran Ayam Geprek Sa'i telah menjalankan proses produksi yang sesuai dengan Prinsip Tanggung Jawab dengan selalu memperhatikan kualitas makanannya. Restoran tersebut tetap menggunakan bahan baku dan takaran yang sama meskipun terjadi kenaikan harga. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, apabila terjadi kesalahan dalam pesanan, pelayan akan meminta maaf dan langsung mengantinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayan selalu bertanggung jawab terhadap kenyamanan konsumen. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Mbak Ulfi selaku karyawan:

Proses produksi di sini dilakukan sesuai dengan resep yang telah ditetapkan, meskipun harga bahan baku mengalami kenaikan. Supervisor yang mengatur biaya produksi, sedangkan tugas karyawan adalah memproduksi sesuai dengan resep yang telah diberikan. Walaupun harga bahan baku naik, kita tetap melakukan produksi sesuai dengan resep yang ada. Berdasarkan hasil wawancara proses produksi di Restoran ini sangat di atur dengan baik dan sesuai dengan resep. Hal ini menunjukkan bahwa Restoran ini memiliki komitmen yang kuat terhadap kualitas

produk dan tidak terpengaruh oleh kenaikan harga bahan baku.

4. Kesimpulan

Strategi pemasaran Restoran Ayam Geprek Sa'i untuk mengembangkan bisnisnya melalui bauran pemasaran adalah dengan memilih lokasi strategis, promosi melalui papan nama atau banner, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Selain itu, Restoran Ayam Geprek Sa'i juga memegang prinsip etika dalam memasarkan produknya dengan tidak menipu atau membohongi calon pembeli dengan menu makanan yang tidak sesuai. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam proses produksi di Restoran Ayam Geprek Sa'i juga dilakukan dengan menggunakan bahan baku yang halal, takaran yang adil, memilih supplier dengan bahan baku berkualitas, serta bertanggung jawab terhadap konsumen dengan menjaga kualitas produk. Dalam melayani konsumen, Restoran Ayam Geprek Sa'i selalu mengucapkan salam dan menyambut konsumen dengan sopan, tidak membeda-bedakan konsumen, memenuhi pesanan dengan tepat, serta peduli kepada konsumen dengan selalu membantunya.

Daftar Rujukan

- [1] Iklil, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Ras Sablon Desa Weru Lor Cirebon. *Jurnal Syntax Dmiration*, 1(1). DOI: <https://doi.org/10.46799/jsa.v1i1.4>.
- [2] Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1). DOI: <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>.
- [3] Jureid. (2020). Implementasi Etika Pelayanan Pada Minimarket Swalayan Panyabungan kabupaten Mandailing Natal Guna Mencapai Profit yang Maksimal Ditinjau dari Ekonomi Islam. *At Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 72–96. DOI: <http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v5i1.7781>.
- [4] Bahri Sriwijaya, S. (2020). Penerapan Etika Bisnis Pada Posco. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 369–377. DOI: <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i4.121>.
- [5] Rujiansyah, R. (2017). Etika Bisnis dalam Islam. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah*, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.24903/je.v4i1.209>.
- [6] Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112. DOI: <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>.
- [7] Handayani, D. L. (2019). Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 36. DOI: <https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1852>.
- [8] Nursyamsiah, I., & Nopianti, N. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Rofi Collection Ciamis. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(1), 52–62. DOI: <https://doi.org/10.53566/jer.v1i1.20>.
- [9] Uswatun Hasanah. (2021). Sistem Penarikan Barang Kredit Dalam Etika Bisnis Islam. *Al-Watsiqah : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 12(02), 84–92. DOI: <https://doi.org/10.51806/al-watsiqah.v12i02.21>.
- [10] Azizah, M., & Hariyanto, H. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 10(2), 237. DOI: <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>.
- [11] Fikri, M. K. (2019). Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Sistem Konsinyasi Dalam Strategi Reseller. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 161. DOI: <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.5731>.
- [12] Alawiyah, I. T. (2021). Perceived Risk dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Etika Bisnis Islam dan Social Culture. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 226–246. DOI: <https://doi.org/10.21274/an.v8i1.4070>.
- [13] Aldana, L. V. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Alat Produksi Cincau. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 1(2), 60–68. DOI: <https://doi.org/10.21154/invest.v1i2.3479>.
- [14] Claudya, C., & Suryaningsih, S. A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Rental Mobil Bilqis Wiyung Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 123–133. DOI: <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p123-133>.
- [15] Riana, I. R., & Nafiatyi, L. (2021). Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kota Yogyakarta. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 8(1), 59. DOI: <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v8i1.3871>.
- [16] Sasnita, A., Musyahidah, S., & Nursyamsu, N. (2020). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 70–88. DOI: <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i2.12.70-88>.
- [17] Wahyuni, E. S. (2019). Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 186. DOI: <https://doi.org/10.29300/ba.v4i2.2429>.
- [18] Setiawati, A. F. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Lembaga Kursus Komputer Di Alego Creative Studio Purwakarta. *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 1(1), 24–35. DOI: <https://doi.org/10.37726/jammiah.v1i1.152>.
- [19] Koni, A., Albayan, A., Hatta, I. M., & Kurniawan, W. (2020). Perilaku Pedagang Padi Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam Dan Etika Bisnis Islam. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 215–223. DOI: <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1478>.
- [20] Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. DOI: [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469).