

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Kedai Adinda Food Buntok

1. Sejarah singkat Kedai Adinda Food Buntok

Usaha bisnis Kedai Adinda Food Buntok ini bertempat di Jalan Pahlawan Bawah Buntok Kelurahan Buntok Kota, Kecamatan Dusun Selatan, Provinsi Kalimantan Tengah. Usaha ini berjalan di bidang kuliner yang merupakan sebuah rumah makan dan menyediakan berbagai macam jenis makanan seperti lalapan ayam, lapan nila, ayam bakar, rawon sapi, soto banjar, nasi sop, nasi goreng ayam goreng, nasi goreng ayam suwir, nasi goreng udang, mie goreng ayam goreng, mie goreng ayam suwir, mie goreng udang, gado-gado, mie tiaw goreng, mie kuah dan beberapa macam minuman. Namun yang menjadi ciri khas dari adanya usaha ini adalah yaitu terkenal di kalangan remaja karena cara pemasarannya yang dianggap kekinian.

Usaha bisnis Kedai Adinda Food Buntok ini dikelola oleh satu keluarga yaitu keluarga Adinda Alifia Firdausi. Asal mula kedai ini adalah berasal dari salah satu anggota keluarga yaitu Adinda yang pada saat itu ingin memulai menambah pemasukan keuangan di keluarga, saat itu tepatnya 2019, Adinda masih berada di bangku sekolah dan usaha awal yang dijalankan secara tidak sengaja adalah menjual ayam suwir pedas yang dijual seharga Rp.10.000,- rupiah dengan modal pertama yaitu Rp.300.000,- rupiah dengan cara delivery dan tidak dikenakan biaya ongkir. Penghasilan

pertama yang didapatkan yaitu berjumlah Rp.480.000,- rupiah dimana laba bersihnya diperkirakan senilai Rp.150.000,- rupiah.

Usaha ini terus dijalankan oleh Adinda mulai tahun 2019 hingga sekarang, usaha ini pada mulanya hanya dijalankan melalui sosial media Instagram dan WhatsApp dan tanpa tempat untuk berjualan, dan hanya melayani delivery. Semua kegiatan owner kerjakan sendiri mulai dari membeli bahan-bahan, memasak, hingga mengantarkannya kepada pelanggan. Hingga sekarang sudah memiliki lapak dan dapur untuk usahanya dan juga ia dibantu oleh anggota keluarga dan beberapa pegawainya.

Pada tahun 2019 akhir mereka membuka lapak kecil-kecilan di depan rumah jikalau ada pelanggan yang ingin makan di tempat, dikarenakan banyaknya pengunjung sehingga tidak dapat menampung konsumen dikarenakan halaman rumah yang kecil, kemudian setelah itu menyewa tempat di Jl. Pelita Raya Buntok samping Kodim, dekat dengan bundaran besar Buntok yang dianggap sebagai iconic kota ini. Selang beberapa bulan tepatnya pada pertengahan tahun 2021 pindah tempat lagi ke Jl. Pahlawan Bawah Buntok disamping Lab. Assyifa, tempat ini didesain khusus supaya lebih kekinian dan berbeda dari rumah makan lain yang ada, tempat ini didesain supaya lebih kekinian yang menarik minat pembeli untuk makan di tempat.

Kedai adinda ini selain menerima pelanggan yang datang ke tempat juga menyediakan catering untuk berbagai macam acara, sehingga terkenal

di berbagai kalangan. Selain itu, kedai ini juga masih menyediakan pesanan makanan secara delivery dan bisa diantarkan, cara yang mereka gunakan adalah dengan bekerjasama dengan Bobox. Bobox adalah salah satu tempat untuk delivery makanan yang ada di Buntok. Kerjasama yang mereka lakukan dianggap sama-sama menguntungkan, dimana owner kedai tidak lagi menyediakan jasa ojek untuk mengantarkan makanan yang dipesan pelanggan, cukup dengan menghubungi bobox dengan alamat yang sudah diberikan pelanggan dan bobox akan mengantarkannya kepada pelanggan. Hal ini juga memudahkan pemilik agar tidak terlalu sibuk karena tidak bisa menangani banyaknya konsumen di luar dan ke tempat makan sekaligus disaat jam makan siang.

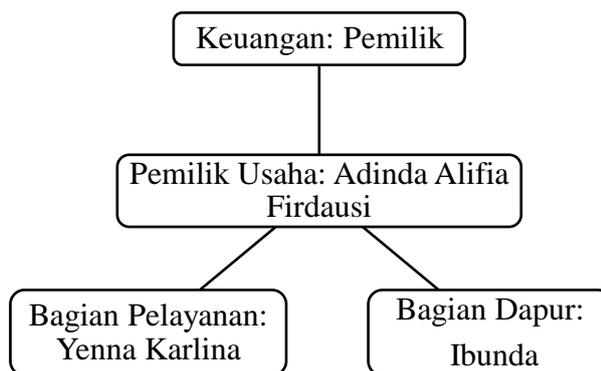
Sistem delivery bisa dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan menghubungi owner melalui facebook, Instagram, whatsapp maupun langsung ke layanan aplikasi bobox itu sendiri. Delivery ini memudahkan konsumen jika terlalu sibuk dikantor atau dirumah atau tidak memiliki kendaraan untuk ke tempat. Biasanya dalam melakukan delivery diperlukan waktu kurang lebih 45 menit dari pemesanan dan akan dikenakan biaya jasa pengantaran sebesar Rp.5.000 per alamat konsumen.

2. Struktur Organisasi Kedai Adinda Food Buntok

Struktur organisasi adalah suatu jaringan kerja atau sistem yang ada untuk pembagian tugas-tugas, sistem pelaporan atau komunikasi yang menghubungkan suatu pekerjaan kelompok atau individu yang ada di suatu organisasi.

Struktur organisasi ini dapat menggambarkan tugas kerja yang sudah di rencanakan dan di koordinasikan untuk manajemen di suatu organisasi. Struktur organisasi ini juga dapat mengatur alur kerjanya dan sesuai pada tempatnya untuk memfasilitasi kegiatan yang dilakukan guna tercapainya tujuan yang diharapkan. Struktur organisasi Kedai Adinda Food Buntok adalah seluruh pekerja atau karyawan yang diatur oleh pemilik usaha, sehingga proses dan hasil yang dicapai sesuai dengan yang diharapkan oleh pemilik usaha.

Struktur organisasi Kedai Adinda Food Buntok



Sumber : Pemilik Kedai Adinda Food Buntok

Berdasarkan struktur organisasi di atas dapat disimpulkan bahwa struktur organisasi Kedai Adinda Food Buntok masih sangat sederhana, namun semua tugas berkaitan langsung dengan pemilik usaha. Berdasarkan struktur organisasi di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pemilik usaha

Pemilik usaha adalah individu atau orang yang memulai suatu usaha dengan ide yang ia kemukakan dan realisasikan dalam usaha yang

dijalankan. Pemilik usaha berperan sebagai orang yang mengatur, mengelola dan menanggung resiko yang akan dihadapi dimulai dari pertama usaha itu dijalankan, sedang dijalankan dan resiko yang akan datang.

Pemilik usaha disini memiliki kekuasaan penuh untuk mengendalikan usaha yang dijalankan mulai dari menetapkan kebijakan untuk memajukan dan bertugas dalam mengambil keputusan apa jika terjadi suatu masalah dari usaha yang ia jalankan. Pemilik usaha memiliki tugas dan tanggungjawab dalam mengarahkan dan membimbing bawahannya agar tercapai suatu tujuan yang diinginkan. Dan untuk bagian keuangannya juga dipegang oleh pemilik usaha, dimana alur uang berada dalam kendali pemilik usaha. Strategi yang direncanakan juga dilakukan oleh pemilik, dimana owner harus mengevaluasi apa yang menjadi kekurangan bisnis selama sebulan dan kemudian dicarikan solusi, kemudian di konsultasikan kepada pengelola lain yang ada di kedai.

Pemilik usaha juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan promosi secara online di media sosial, dimana tugas nya mencakup memposting makanan dan minuman yang disediakan pemilik beserta harga tercantum, kemudian melakukan komunikasi secara online dengan pemesan, lalu mengonfirmasikan nya kepada aplikasi bubox untuk diantarkan ke alamat yang sudah diberitahu oleh konsumen. Selain itu, owner juga sering melakukan dokumentasi terhadap pengunjung yang datang sebagai salah satu strategi pemasaran, dimana foto-foto yang di dokumentasikan tersebut diposting di media Instagram.

b. Bagian Pelayanan

Menurut R.A Supriyono adalah kegiatan yang dilakukan organisasi untuk pemenuhan kebutuhan pihak konsumen dan menimbulkan kesan bagi konsumen yang menggunakan produk yang disediakan. Bagian pelayanan ini juga yang melakukan transaksi jual beli dengan cara menawarkan barang dan melakukan komunikasi kepada pelanggan secara langsung, dimana jika ada pelanggan yang datang langsung ke tempat maka akan melakukan pemesanan di bagian pelayanan.

Pelayanan yang diberikan harus ramah kepada konsumen, karena hal ini sebagai salah satu strategi juga. Karena menurut pemilik jika melakukan pelayanan yang baik maka pengunjung semakin tertarik untuk melakukan pembelian makanan Kembali. Komunikasi yang baik juga diberikan oleh pelayanan ini dimana komunikasi yang digunakan mudah dimengerti oleh konsumen sehingga konsumen merasa nyaman untuk melakukan komunikasi dan mengemukakan kemauannya.

Pada Kedai Adinda Food Buntok ini yang melakukan penjualan hanya satu orang di Jl. Pahlawan Bawah Buntok, sedangkan untuk penjualan secara online dilakukan oleh owner atau pemilik usahanya sendiri.

c. Bagian Dapur

Bagian dapur di Kedai Adinda Food Buntok ini dilakukan oleh orang tua pemilik usaha ini dan juga bibi nya yang Bernama Siti yaitu ibunda owner sendiri, dimana jika ada pelanggan datang melakukan koordinasi terlebih dahulu ke bagian pelayanan kemudian akan di informasikan ke

bagian dapur untuk menyiapkan apa yang diperlukan konsumen. Proses yang diperlukan kurang lebih 30 menit, karena sistem dapur yang mereka gunakan dimana ada pelanggan baru mengolah bahan makanan yang ada sehingga hidangan yang disediakan masih hangat.

B. Penyajian Data

1. Identitas Informan

Nama : Adinda Alifia Firdausi
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMA
Alamat : Jl. Pahlawan Bawah Kelurahan Buntok Kota
Jabatan : Pemilik Usaha

2. Hasil Wawancara

Kedai Adinda Food Buntok dimulai dari tahun 2019 oleh Adinda Alifia Firdausi yang biasa dipanggil Adinda. Faktor pendorong yang menyebabkan Adinda membuka usaha ini adalah dikarenakan keinginan nya sendiri untuk menambah pemasukan keuangan keluarga, dimana awalnya Adinda berpikir ingin mendapatkan tambahan uang jajan untuk dirinya sendiri. Dan terpikir olehnya untuk membuka usaha jualan kecil-kecilan dengan mempromosikan terlebih dahulu jualan nya di platform media sosial Instagram dan whatsapp kemudian baru dibuatkan sesuai pesanan dan diantarkan ke alamat yang di inginkan konsumen.

Keunggulan dari usaha ini adalah tempat/lapak yang disediakan kekinian sehingga berbeda dari rumah makan yang lain. Modal awal yang dikeluarkan oleh Adinda adalah sebesar Rp.300.000 yang mana uang tersebut ia dapatkan dari uang jajan sehari-hari yang diberikan orang tuanya kemudian yang ia sisihkan untuk tabungannya.

Sebagai pemilik usaha, keuangan dikelola oleh Adinda sendiri, pada awalnya ia hanya mencatat uang pengeluaran untuk membeli bahan baku kemudian mencatat penghasilan perhari nya dan keuntungan yang didapat hari itu. Kemudian dari uang pendapatan yang ia dapatkan ia putar kembali untuk membeli bahan-bahan untuk penjualan selanjutnya. Untuk sekarang, penulisannya yaitu modal awal dan pendapatan perhari.

Dalam pembelian bahan baku yang dilakukan Kedai Adinda Food Buntok, mereka membeli bahan baku seperti sayuran, ikan, ayam, udang dan bahan baku lainnya dilakukan perminggu, jadi bahan-bahan yang diperlukan di stok di dalam lemari pendingin sehingga bahan-bahan tetap segar.

Perhitungan harga jual yang dilakukan Pemilik Usaha Kedai Adinda Food Buntok dengan cara menghitung biaya bahan baku dan keuntungan yang didapat. Selain itu, perbedaan harga yang dibawa pulang dan makan ditempat juga berbeda senilai Rp.2.000, dimana pemilik usaha mengatakan efisiensi untuk penjualan ditempat berbeda dengan yang dibawa pulang, pemilik memperhitungkan jika makanan yang dibawa pulang lebih murah karena tidak ada penggunaan alat-alat makan sehingga tidak terlalu merepotkan pengelola, sedangkan jika ingin makan ditempat maka dikenakan

harga normal karena memperhitungkan alat-alat yang digunakan akan dibersihkan Kembali oleh pengelola sehingga lebih banyak pekerjaan.

Cara pemilik menarik pelanggan yaitu dengan mempertahankan kualitas rasa yang enak dari waktu ke waktu. Adapun daftar harga beberapa makanan yang dijual di Kedai Adinda Food Buntok adalah :

Daftar Harga Makanan dan Minuman Rumah Makan Kedai Adinda Food Buntok :

No	Nama Makanan dan Minuman	Harga (IDR)
1.	Lalapan Ayam	25.000
2.	Lalapan Nila	25.000
3.	Ayam Bakar	25.000
4.	Rawon Sapi	30.000
5.	Soto Banjar	15.000
6.	Nasi Sop	15.000
7.	Nasi Goreng Ayam Goreng	20.000
8.	Nasi Goreng Ayam Suwir	15.000
9.	Nasi Goreng Udang	18.000
10.	Mie Goreng Ayam Goreng	20.000
11.	Mie Goreng Ayam Suwir	15.000
12.	Mie Goreng Udang	18.000
13.	Gado-Gado	15.000
14.	Mie Tiaw Goreng	18.000
15.	Mie Kuah	15.000
16.	Es Teh	3.000

17.	Es Jeruk	5.000
18.	Teh Panas	3.000

Sumber : Kedai Adinda Food Buntok (2022)

Untuk upah karyawan itu diberikan perhari sebesar Rp.35.000 /hari. dimana jika dihitung pengeluaran untuk upah karyawan perhari nya yaitu Rp. 70.000 dan pengeluaran perbulannya senilai Rp. 1.050.000 per orang.

Dalam beberapa waktu mereka juga melakukan endorse ke beberapa selebgram lokal untuk mempromosikan usaha mereka sehingga diharapkan mampu menambah lebih banyak pelanggan lagi, walaupun setiap harinya pelanggan dapat dikatakan stabil.

Untuk masalah pendapatan perhari yang didapatkan Pemilik Kedai Adinda Food Buntok tidak menentu perhari nya, tetapi apabila diperkirakan pendapatannya bisa mencapai sekitar Rp.1.300.000.

Menurut pemilik usaha yang menjadi kendala untuk saat ini adalah adanya kenaikan bahan baku yang juga menyebabkan naiknya harga jual makanan dan minuman yang ada, namun masih bisa diatasi dengan mengurangi porsi nya dengan harga yang sama.

Selama berjalannya usaha ini yaitu kurang lebih 3 tahun berjalan, pemilik usaha melakukan pembaharuan strategi sebanyak 3 kali, salah satunya dengan memilih tempat usaha supaya lebih strategis lagi. Namun sayangnya pemilik usaha belum terlalu mengerti strategi bisnis menurut pandangan islam.

Berdasarkan hasil penelitian pada Kedai Adinda Food Buntok sejauh ini dilakukan strategi umum yang diketahui pemilik saja, yang dianggapnya tidak membuat bisnis yang dijalankan mengalami kerugian.

C. Analisis Data

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu perencanaan kebijakan untuk mencapai tujuan dari mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dengan mempertahankan kelangsungan bisnis untuk mencapai kesuksesan bisnis.

Strategi bisnis ini merujuk pada perencanaan dan aktivitas suatu perusahaan yang diatur oleh manajemen dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal agar tujuan usaha tercapai secara maksimal dengan menonjolkan keunggulan dan meminimalkan kekurangan yang dimiliki.

Penelitian ini mengkaji tentang strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha Kedai Adinda Food Buntok dalam perspektif ekonomi islam.

1. Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Adinda Food Buntok

Pelaksanaan strategi dalam bisnis kuliner sangatlah diperlukan, karena mengingat bisnis kuliner merupakan suatu bisnis yang tidak akan pernah mati ditelan zaman karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup. Perkembangan bisnis kuliner akan selalu meningkat di kalangan semua usia, begitu juga yang terjadi di Buntok Kota Kalimantan Tengah.

Pada umumnya, para pengusaha bisnis kuliner, dalam mengembangkan usahanya mereka lebih dominan menggunakan pemasaran langsung saja, atau hanya online saja. Namun berbeda dengan bisnis kuliner yang bernama Kedai Adinda Food Buntok ini. Hal ini dikarenakan pemilik mengaplikasikan proses pemasaran dengan cara langsung dan juga secara online.

Berdasarkan 2 jenis kegiatan pemasaran tersebut, menurut Adinda Alifia selaku pemilik usaha, penyumbang penjualan tertinggi adalah dengan melakukan pemasaran secara langsung, dikarenakan mereka memasarkan dengan jumlah yang besar. Berbeda halnya dengan pemasaran yang dilakukan secara online yang hanya berbentuk gambar, tulisan, dan skala gambar nya kecil.

a. Strategi Integrasi Vertikal

Suatu penguasaan dalam proses produksi hingga proses pemasaran di suatu usaha selalu berkaitan dengan strategi vertikal. Penerapan strategi vertikal pada Kedai Adinda terlihat dari proses pengolahan berbagai macam makanan dan minuman yang disediakan.

Upaya dalam mengembangkan bisnis kuliner yang dilakukan oleh Kedai ini adalah proses produksi yang digunakan menggunakan bahan baik itu berupa makanan, minuman, bumbu, dan rempah-rempah tidak menggunakan bahan berbahaya. Sebab di dalam islam, dilarang menggunakan segala sesuatu yang bisa membahayakan orang lain.

Proses dalam produksi ini juga memperhatikan kebersihan bahan baku dan juga peralatan yang digunakan. Sebelum melakukan proses produksi, semua bahan baku dan juga peralatan yang digunakan dibersihkan terlebih dahulu agar terhindar dari sesuatu yang bersifat najis.

Tahap awal proses produksi yang dilakukan adalah dengan memilih bahan terbaik yang akan digunakan agar tetap segar, kemudian menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan untuk memasak baik berupa bumbu yang digunakan dan sebagainya. Kemudian memasak semua bahan yang diperlukan sesuai dengan jumlah pesanan yang dibutuhkan konsumen, dan yang terakhir adalah menyajikan makanan kepada konsumen.

Dari cara usaha Kedai mendapatkan bahan baku yang digunakan melalui proses jual beli dengan penjual atau pedagang yang ada di pasar. Transaksi jual beli ini dilakukan oleh pihak Kedai Adinda Food dan juga pihak penjual atau pedagang. Proses yang dilakukan dalam jual beli ini mengimplementasikan transaksi yang sah menurut ajaran islam yaitu menghindari unsur penipuan, judi dan dan berlaku curang.

Dari hasil analisis yang sudah dilakukan, maka usaha ini dapat disimpulkan terbebas dari sesuatu yang haram yang dilihat dari bahan baku dan juga alat yang digunakan dalam proses produksi tersebut.

Kedai adinda menjalankan bisnis dengan cara strategi pemasaran yang diterapkan mulai dari strategi produk, strategi harga, dan strategi distribusi.

- 1) Strategi Produk

Strategi ini adalah langkah bagi pebisnis untuk menghasilkan keuntungan dari proses produksi yang dilakukan dan proses pemasaran yang baik.

Produk yang ditawarkan kepasar mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Strategi yang digunakan oleh Kedai Adinda Food adalah mendapatkan hasil produk yang berkualitas dari berbagai macam makanan dan minuman yang disediakan. Produk yang digunakan adalah berupa daging, sayuran dan bahan-bahan lainnya yang dikelola dengan baik mulai dari pemilihan bahan dipasar hingga digunakan untuk memasaknya. Proses pengolahan bahan, kebersihan, proses memasak, pengemasan, penyajian dilakukan dengan baik.

Berdasarkan Analisa peneliti, Kedai Adinda Food sudah menerapkan strategi produk yang sesuai dengan teori yang digunakan. Namun, harus tetap meningkatkan inovasi dan juga kreativitas pemilik agar usahanya tetap berjalan dan juga terus berkembang serta dapat bersaing dengan produk lain.

2) Strategi Harga

Penetapan harga pada Kedai Adinda Food dengan cara pemilik melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui harga dari produk yang sejenis yang dipasarkan oleh Kedai ini. Kemudian harga tersebut dihitung dan disesuaikan dengan biaya produksi dan juga keuntungan.

Harga yang ditawarkan kepada konsumen sudah diperhitungkan secara maksimal dari biaya produksi hingga jadi sudah dilakukan dan tentunya sudah mendapatkan keuntungan dari harga yang ditawarkan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi harga yang dilakukan oleh Kedai Adinda sesuai dengan teori yang digunakan peneliti.

3) Strategi distribusi

Strategi distribusi yang digunakan oleh Kedai ini adalah melakukan distribusi produk nya ke tangan konsumen dengan proses langsung yaitu konsumen datang ke tempat dan juga proses tidak langsung yaitu melalui pemesanan secara online.

Dalam hal ini, pemilik tidak melakukan proses distribusi dengan hal-hal yang dilarang, proses yang digunakan juga melalui proses yang sehat dan juga halal. Kedai ini tidak menggunakan Tindakan dzalim untuk mendistribusikan produknya.

Proses distribusi yang dilakukan adalah dengan pemesanan online/delivery dimana jika terdapat pemesanan makanan maka owner akan menghubungi kurir bubox melalui whatsapp untuk melakukan pengantaran agar sampai ke pelanggan.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa Kedai Adinda Food sudah menerapkan strategi yang sesuai dengan teori yang ada dan juga sesuai dengan aturan baik secara umum maupun aturan islam.

4) Strategi promosi

Proses promosi yang digunakan oleh Kedai Adinda Food adalah dengan memberikan pelayanan terbaiknya, jika konsumen datang langsung ke tempat maka akan dilayani dengan ramah dan baik. Kemudian jika konsumen melakukan pemesanan secara online maka akan direspon secepat mungkin dan juga dengan media foto yang asli tidak dibuat-buat.

Kemudian promosi juga dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai cara cepat melakukan pemasaran, dimana pemilik bisa melakukan komunikasi langsung kepada pelanggan melalui media sosial yang disediakan pemilik.

Menurut peneliti, strategi promosi yang digunakan oleh Kedai Adinda Food sudah sesuai dengan teori yang digunakan.

b. Strategi Intensif Penetrasi Pasar

Strategi intensif penetrasi pasar ini dilakukan Kedai Adinda Food dengan cara mengembangkan pasar yang sudah ada, yakni dengan mempertahankan citra baik dari konsumen sebelumnya. Dengan demikian, kegiatan pemasaran yang dilakukan semakin baik yaitu mempromosikan kegiatan yang terjadi ditempat maupun pemesanan secara online ke media. Selain itu, pemilik juga melakukan atau menerima pemesanan catering untuk acara-acara.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar yang digunakan oleh Kedai Adinda Food sudah sesuai dengan teori yang digunakan.

c. Strategi diversifikasi

Kedai Adinda Food mendapatkan aneka produk pada distribusi produk atau bisa disebut dengan diversifikasi terkait. Produk yang dihasilkan yaitu makanan dan minuman. Berdasarkan hal tersebut, strategi diversifikasi ini memiliki tujuan untuk meminimalisir kegagalan di suatu produk dan strategi yang digunakan kedai ini sudah sesuai dengan teori.

2. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Bisnis Pada Kedai Adinda Food Buntok

Etika yang diterapkan dalam berbisnis selalu dikaitkan dengan kunci agar bisnis sukses. Rasulullah SAW dapat kita jadikan suri tauladan dalam mengelola bisnis agar tidak menyimpang dari aturan islam. Sifat-sifat Rasulullah SAW itu juga yang dijadikan patokan oleh Kedai Adinda Food dalam menjalankan bisnisnya.

a. Jujur (Siddiq)

Dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis diperlukan sikap yang jujur, baik dari kejujuran dalam hak ketetapan waktu, perjanjian, pelayanan, pengakuan kelemahan dan kelebihan yang tidak ditutup-tutupi, tidak adanya kebohongan dengan tujuan menipu. (Kartajaya dan Syakit Sula: 124)

Sikap jujur yang diterapkan oleh Kedai Adinda Food Buntok dalam bisnisnya adalah:

- 1) Tidak melipatgandakan harga

Kedai Adinda Food memiliki berbagai macam harga untuk menu makanan dan minumannya. Penetapan harga tersebut dari jumlah biaya produksi ditambah dengan keuntungan yang diperoleh. Kisaran harga yang ditetapkan Kedai Adinda Food ini terjangkau baik untuk kalangan remaja maupun orang dewasa.

Keterbukaan harga juga dilakukan owner, dimana jika ada pengunjung yang datang akan diberikan menu makanan dan minuman yang dilengkapi dengan harga jual. Begitu juga jika melakukan pemasaran di media sosial, owner akan mencantumkan harga makanan yang dijual sehingga pelanggan bisa melihat harganya.

Kejujuran yang dilakukan Kedai Adinda Food ini yaitu harga dari makanan dan minuman yang ada sudah sesuai dengan kualitas yang digunakan dan juga sesuai dengan harga yang berlaku di pasaran.

2) Mengakui kelebihan dan kelemahan produk

Dalam hal ini, Kedai Adinda Food Buntok selalu mengedepankan kualitas yang ada namun tidak menutupi kekurangan yang dimiliki. Apabila suatu produk yang ditawarkan baik maka mereka akan mengatakan baik. Begitu pula sebaliknya.

3) Jujur dalam takaran

Seorang pengusaha dilarang mengurangi takaran atau timbangan ketika menakar. Maka, Kedai Adinda Food menyamaratakan porsi semua makanan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

b. Tanggung jawab (Amanah)

Janji dalam hal ini adalah transaksi yang dilakukan rekan kepada pembeli atau konsumen. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, dapat diketahui bahwa Kedai Adinda Food menepati janji. Hal ini terlihat jika adanya pemesanan untuk catering akan diberi potongan harga jika pemesanan dengan jumlah banyak dan mendapatkan bonus.

c. Cerdas (Fathanah)

Dalam aspek ini, Kedai Adinda Food mempunyai kemampuan untuk berinovasi. Hal ini terlihat dari berbagai macam menu makanan yang ditawarkan, menciptakan produk baru, memilih tempat yang baik. Hal tersebut tidak dilarang oleh syariat islam.

Dengan adanya hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa hal tersebut tidak bertentangan dengan aturan islam, karena inovasi yang digunakan tidak diharamkan dalam ajaran islam.

d. Komunikatif (Tabligh)

Komunikasi yang digunakan oleh Kedai Adinda Food sudah baik yaitu dengan menggunakan Bahasa yang baik dan mudah dimengerti oleh konsumen dan masuk akal. Pelayanan yang maksimal juga dilakukan baik secara langsung maupun dilakukan secara online.

e. Murah hati

Kedai Adinda Food memberikan pelayanan yang cepat dan murah hati serta pelayanan yang baik dan ramah. Rasulullah SAW menganjurkan untuk murah senyum baik dalam sehari-hari maupun dalam transaksi bisnis.

Bersikap murah hati juga dapat memberikan kesan baik kepada konsumen, sehingga lebih menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman akan hal tersebut.

f. Professional

Kedai Adinda Food sudah memiliki segmen dan juga target pasar tertentu. Selain itu, Kedai Adinda juga mengamati perubahan trend yang ada di dimasyarakat sehingga harus mengikuti zaman sehingga menarik perhatian konsumen. Kedai Adinda Food juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mempromosikan produknya ke masyarakat.

g. Niat suci dan ibadah

Dalam hal ini, Kedai Adinda Food memiliki tujuan untuk memperbaiki ekonomi keluarga dan di iringi dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Dalam menjalankan bisnis kuliner, Kedai Adinda Food tidak hanya menghasilkan keuntungan secara pribadi tetapi juga memberikan dampak baik untuk lingkungannya atau masyarakat sekitar. Dalam menjalankan usahanya dianggap sebagai ibadah karena dilakukan dengan cara yang benar, tujuan yang baik dan pemanfaatan hasil yang jelas juga.

Secara umum, strategi-strategi yang diterapkan oleh Kedai Adinda Food ini sudah sesuai dengan teori yang digunakan. Namun, jika dilihat dari potensi pasar yang baik, maka seharusnya hal ini menjadi lebih berkembang pesat lagi. Akan tetapi dalam mengembangkan bisnis dianggap masih kurang. Hal ini terlihat dari perkembangan makanan yang kurang di perbanyak. Karena banyaknya bisnis kuliner yang semakin marak

dimasyarakat. Namun, dari kesimpulan yang didapat bahwa Kedai Adinda Food Buntok dalam menjalankan strategi pengembangan bisnis dapat dikatakan sesuai dengan pandangan islam karena pemilik usaha telah menerapkan prinsip-prinsip syariah.