

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER SUKMA RASA LOMBOK DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Ramli, Muhamad Habibullah

Email: ramliahmad5542@gmail.com

Institut Agama Islam Nurul Hakim Kediri Lombok Barat, NTB

ABSTRACT. *This research was carried out by the Sukma Rasa Restaurant, a business operating in the culinary sector which was founded in 2010 and produces food and drinks. The purpose of this research is to find out the strategies that Sukma Rasa uses in developing its business from an Islamic economic perspective and to find out the obstacles that Sukma Rasa experiences in developing its business. Sukma Rasa Restaurant is located on Jalan TGH Lopan Labuapi, precisely in front of Mataram PPN Vocational School. The method used in this research is qualitative research with data collection techniques, namely observation, interviews and documentation techniques. The object in preparing this research is the strategy for developing the Sukma Rasa Lombok culinary business from an Islamic economic perspective. The results of this research show that the business development strategy carried out by the Sukma Rasa restaurant is that the prices are quite affordable, the taste of the product, adding product variants, making special and special menu packages, displaying the best seller menu, providing good quality service, improving quality human resources (HR), providing comfortable facilities, using new sales concepts, through online services, opening catering and having meeting rooms. The obstacles faced by Suka Rasa in developing its business are lack of operational management, low quality of human resources, and pressure from outside (competitors). If you look at this strategy from an Islamic economic perspective, it meets the requirements in Islam because there is nothing that conflicts with the requirements, such as being honest, selling quality goods, being generous, and setting transparent prices.*

Keywords: Strategy, Development, Islamic Economics.

ABSTRAK. *Penelitian ini dilakukan rumah Makan Sukma Rasa merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang berdiri pada tahun 2010 dan memproduksi makanan dan minuman. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi-strategi yang dilakukan sukma rasa dalam mengembangkan bisnisnya ditinjau dari perspektif ekonomi islam dan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dialami sukma rasa dalam mengembangkan bisnisnya. Rumah Makan Sukma Rasa berlokasi jalan TGH Lopan Labuapi tepatnya di depan SMK PPN Mataram. Metode yang digunakan pada Penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan tehnik pengumpulan data yaitu tehnik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun objek dalam penyusunan penelitian ini yaitu startegi pengembangan bisnis kuliner sukma rasa lombok ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh rumah makan sukma rasa yaitu yaitu harga yang cukup terjangkau, cita rasa produk, menambah varian produk, membuat paket menu mumer dan menu istimewa, menampilkan menu best seller, memberikan kualitas pelayanan yang baik, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), menyediakan fasilitas yang nyaman, menggunakan konsep penjualan baru, melalui jasa online, membuka catering dan memiliki ruang meeting. Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh suka rasa dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan tekanan dari luar (pesaing). Jika dilihat dari strategi tersebut yang ditinjau dari perspektif ekonomi islam sudah memenuhi syarat-syarat dalam islam karena tidak ada yang bertentangan dengan syarat seperti sifat jujur, menjual barang yang bermutu, bermurah hati, dan menetapkan harga yang transparan.*

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Ekonomi Islam.

A. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia bisnis mengalami perkembangan yang besar. Hal itu terlihat dari banyaknya usaha yang semakin bertambah baik usaha skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian Indonesia. Disisi lain persaingan usaha saat ini semakin ketat sehingga hal ini yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan usaha. Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Mengembangkan suatu usaha dapat mengatasi problematik pembangunan ekonomi nasional seperti masalah pengentasan kemiskinan, tingginya jumlah pengangguran, daya beli, sulitnya penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja serta peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Bisnis kuliner termasuk yang menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Namun, bisnis kuliner termasuk bisnis yang tergolong rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan. Bisnis kuliner yang tidak diikuti dengan adanya inovasi dan kreativitas dapat menyebabkan menurunnya daya saing usaha yang tidak jarang akan berujung pada gugurnya usaha tersebut dari pasar bisnis. Oleh karena itu, strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini, meski dalam lingkup usaha kecil. Bisnis kuliner memiliki banyak katagori, mulai dari makanan ringan (cemilan), minuman hingga makanan pokok. Semua katagori di bisnis kuliner ini punya potensi yang sangat bagus, tergantung cara kita mempromosikannya. Bisnis kuliner di Indonesia persaingannya semakin ketat setiap harinya. Banyak sekali usaha usaha kecil menengah yang bermunculan yang membuat setiap pengusaha di tuntut untuk dapat terus bersaing dalam usahanya. Agar suatu bisnis dapat terus berjalan dan berkembang, maka di butuhkan perencanaan strategi yang matang untuk keberlangsungan suatu usaha.

Pada dasarnya manusia dalam kehidupannya dituntut melakukan suatu bisnis untuk mendapatkan hasil dalam kebutuhan hidupnya. Di dalam Islam, berkerja dan berusaha merupakan suatu kewajiban. Menurut Muhammad bin Hasan al-Syaibani dalam kitabnya *al-*

ikhtisab fi al-rizq al-mustathab bahwa berkerja dan berusaha merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan karena menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah Swt, dan karenanya hukum berkerja dan berusaha adalah wajib.¹Bisnis ialah usaha seseorang untuk mendapatkan suatu penghasilan atau pendapatan dalam memenuhi kebutuhan dalam hidupnya dengan cara mengelola keuangan atau ekonominya secara efektif dan efisien. Jadi, bisnis merupakan usaha untuk mendapatkan keuntungan sesuai dalam segala bidang, baik dari kualitas, kuantitas dan waktu. Semakin hari ini zaman semakin maju dan pola pikir hidup manusia dalam memenuhi kebutuhannya berubah, Terutama kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman².Industri makanan dan minuman sangat berkembang dan bervariasi mulai dari harga dan jenisnya. Dari hal itu, persaingan bisnis di bidang kuliner sangat ketat dan memengaruhi industri makanan dan minuman mulai dari produsen hingga konsumennya.

Al- Qur'an juga telah menyatakan kepada manusia untuk berbisnis dalam mencari sebagian rezeki yang telah disediakan oleh Allah untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya. Firman Allah tentang kewajiban berusaha dengan cara berbisnis untuk mendapatkan rezeki terdapat dalam QS. Yaasin/36:30.

لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ

“Supaya mereka dapat makan buahnya, dan dari apa yang diusahakan oleh tangan mereka. Maka mengapakah mereka tidak bersyukur?”

Dan firman Allah tentang kewajiban untuk berusaha dalam berbisnis terdapat dalam QS. Al-Anbiya/21:80

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِتُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

*“Dan telah kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu guna memelihara kamu dalam peperangan, maka hendaklah kamu bersyukur”*⁴

1 Adiwaraman A Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 258.

2 Aldo Hardi Sancoko, Strategi pengembangan bisnis usaha makanan dan minuman pada depot time to eat Surabaya, jurnal,vol.3.No.1 hlm. 185

3 Dapertemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah: Al-Hikmah (Bandung: Diponogoro, 2006), hlm. 442.

4Ibid, hlm. 328

Adapun dalam hadis tentang anjuran berbisnis agar manusia memperoleh rezeki yang halal yang sesuai dengan tuntunan islam sebagai berikut:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ وَ أَنْ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ يَدَيْهِ

“Tidak ada seorang yang memakan satu makanan pun yang lebih baik dari makanan hasil tangannya sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud AS memakan makanan dari hasil usahanya sendiri”⁵

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَ كُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ .

“Sesungguhnya Nabi saw pernah ditanya oleh seorang pemuda tentang usaha apakah yang paling baik? Beliau bersabda: Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik”⁶

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan usaha seseorang untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktu. Meskipun membuka usaha merupakan suatu pekerjaan yang mudah dan dapat di lakukan oleh banyak orang, namun tetap membutuhkan strategi dalam mengembangkan bisnis agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan bertahan lama. Selain itu strategi juga merupakan hal yang paling penting dalam pengembangan usaha. Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan dengan keunggulan, kelemahan perusahaan, yang dikaitkan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan dan strategi yang tepat atau suatu pola tanggapan pribadi atau suatu organisasi⁷

Sukma rasa merupakan bisnis kuliner yang populer dan terkenal di Lombok, sukma rasa berdiri sejak tahun 2010 dan sampai saat ini memiliki empat cabang yang berlokasi di Labuapi, Narmada, Loang Balok dan Babakan dan setiap cabangnya memiliki produk yang berbeda-beda. Disamping itu juga banyak bisnis kuliner yang berlokasi berdekatan dengan sukma rasa, oleh karena itu, persaingan dalam hal bisnis ialah suatu yang wajar, maka seorang pembisnis harus bisa membuat strategi yang bisa menarik konsumen dengan berbagai cara. Berdasarkan observasi awal oleh peneliti bahwa usaha Rumah Makan Sukma Rasa di Labuapi Kabupaten Lombok Barat ini merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner. Usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini

5 Syeikh Abdul Aziz, Shahih Bukhori, Juz 2, (Beirut: Dar Al-Fiqr, 1994), hlm. 192.

6 Abu Bakar Muhammad Ibn Ali Al-Baihaqi, Sunanul Kubra Juz 5, (Bairut: Darul Fikri, 1995), hlm 263

7 M. Manullang, Manejemen strategi. (Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016), hlm. 17.

menawarkan beberapa varian makanan, diantaranya bakso, mie ayam, ayam beberok, dll. Usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini bertempat di Jalan TGH Lopan Labuapi tepatnya di depan SMK PPN Mataram. Disekitaran usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini terdapat beberapa usaha yang sama halnya dengan usaha ini. Usaha Rumah Makan Sukma Rasa di dirikan oleh Bapak Asmuni pada tahun 2010. Dan pada tahun 2010 bisa dikatakan sebagai awal perkembangan usaha Rumah Makan Sukma Rasa yang semakin lama mengalami perkembangan yang sangat pesat pada tahun-tahun berikutnya. Setelah tiga tahun berjalan, tepatnya pada bulan Ramadhan tahun 2012 usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini mengalami kebarakaran, dimana pemilik Rumah Makan Sukma Rasa mengalami kerugian sebesar Rp 80.000.000,00. Namun peristiwa kebakaran tersebut tidak menurunkan semangat dari pemilik Sukma Rasa, dengan sisa modal sebesar Rp 500.000,00 ia membangun Sukma Rasa kembali dengan tekad dan tujuan agar bisa bermanfaat bagi orang lain.

Seiring berjalannya waktu, usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini semakin berkembang yang tadinya hanya mampu membuka rumah makan dengan menu sederhana yaitu bakso, dengan perlahan pemilik dari Rumah Makan Sukma Rasa ini mampu membuka cabang kedua dengan konsep lesehan yang berada di Loang Baloq, dan pada tahun 2019 kemarin ia mampu membuka cabang ketiga yang lokasinya berada disamping cabang pertama dengan konsep prasmanan. Dan juga usaha ini yang awalnya hanya dikerjakan oleh pemilik usaha beserta keluarga sekarang mereka mampu memperkerjakan banyak orang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner yang ada pada rumah makan sukma rasa Lombok. Penelitian yang akan penulis lakukan ini berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Sukma Rasa Lombok Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi salah satu rujukan dalam bisnis yang dapat digunakan oleh siapapun agar berhasil dalam merintis suatu bisnis serta mengembangkan bisnis kulinernya.

B. Telaah Historis Strategi Pengembangan Usaha dalam Islam

Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis. Sebagaimana Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan

keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁸ Dari penjelasan Hughes dan Kapoor dapat disimpulkan bahwasannya bisnis merupakan kegiatan dalam menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun demikian harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran Islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

1. Niat yang baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaliknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadits Rasulullah berikut ini:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

“Sesungguhnya semua amalan itu terjadi dengan niat, dan setiap orang mendapatkan apa yang dia niatkan”.
(HR. Bukhari dan Muslim)

Apa yang dikatakan Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha.⁹ Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata, sebagaimana firman Allah Q.S. Al-An’am: 162-163 berikut:

قُلْ إِن صَّلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ

“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. tiada sekutu bagiNya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)”. (Q.S. Al- An’am: 162-163)¹⁰. Semakin berkualitas keikhlasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semakin mengalir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bantuan Allah berjalan seiring dengan persiapan kita (niat) yang terkandung di dalam hati.

8 Muhammad dan Lukman Fauroni, Visi Al-Qur’an tentang Etika dan Bisnis, (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002), h. 60-61

9 Ma’ruf Abdullah, Wirausaha Berbasis Syari’ah, (Banjamasin: Antasari Press, 2011), hlm.17.

10 Departemen Agama, Al-Qur’an dan Terjemahannya, (Bandung : Diponegoro, 2010), hlm. 358.

2. Berinteraksi dengan akhlak yang baik

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak. Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:

3. Jujur

Dalam mengembangkan harta seorang wirausaha muslim harus menjunjung tinggi kejujuran,¹¹ karena kejujuran merupakan akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk ke dalam surga, sebagaimana firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا . يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ
فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya Ia telah mendapat kemenangan yang besar”. (Q.S. Al Ahzab: 70-71)¹²

Pencerminan dari sifat jujur ini dapat dilihat ketika seorang wirausaha mempromosikan barang dagangannya. Apakah ia mempromosikan dengan sejujurnya atau keterangan sumpah palsu yang dapat menyesatkan seperti marak terjadi dalam iklan produk atau jasa yang banyak ditayangkan lewat televisi. Mayoritas iklan yang dimuat tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

4. Amanat

Amanat berarti kedudukan atau kewajiban orang yang dipercaya (al-amin). Namun, amanat secara umum merupakan menjaga sesuatu, tidak harus harta, yang mesti dijaga dan disampaikan kepada seseorang. Seperti amanat untuk menjaga rahasia perusahaan, amanat dalam pekerjaan tertentu ataupun amanat untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu. Dasar hukum menjaga amanat terdapat dalam Al-Qur’an (QS. Al-Anfal: 27), sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

11Ibid, hlm. 18.

12 Ibid, hlm.427

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.(QS. Al-Anfal:27)

Dari penjelasan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa Islam mengajarkan agar seorang wirausaha muslim selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah. Dan dengan sikap amanah itu pula mereka dapat menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga ia tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya. Ia tidak menyepelkan atau tidak memperhatikan amanah yang diamanatkan Allah kepadanya, karena ia sadar melanggarnya adalah suatu malapetaka baginya. Sebagaimana diingatkan Rasulullah SAW dalam haditsnya:

لَا إِيمَانَ لِمَنْ لَا أَمَانَةَ لَهُ وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَهْدَ لَهُ

“Tidak ada iman bagi orang yang tidak memiliki (sifat) amanah, dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janjinya”. (HR. Anas bin Malik)

Makna amanah dalam berbisnis juga bisa dilihat dari ketika seorang penjual mengatakan dengan terus terang mengenai cacat barang yang dijualnya kepada calon pembelinya. Penjual yang jujur itu tidak khawatir barangnya tidak laku karena cacatnya diketahui oleh calon pembeli. Ia sadar betul dengan apa yang dirasakan dalam hatinya: “selayaknya seorang tidak ridha terhadap sesuatu yang menimpa orang lain sebagaimana dia tak akan ridha bila hal itu menimpa dirinya”. Oleh karena itu bagi seorang wirausaha muslim keuntungan satu rupiah yang diberkahi Allah akan menjadi sebab kebahagiaannya di dunia dan akhirat jauh lebih baik dari pada jutaan rupiah yang dicela dan dijauhkan dari berkah yang akan menjadi sebab kehancuran pemiliknya di dunia dan akhirat.

C. Strategi Bisnis Islam

1) Pengertian Strategi Bisnis Islam

Teori ekonomi konvensional berpendapat bahwa persoalan ekonomi muncul karena tuntutan kebutuhan manusia yang terus bertambah dan tanpa batas, sementara jumlah sumber daya yang ada terbatas. Hal ini memunculkan prinsip konvensionalnya, yaitu dengan pengorbanan sekecil-kecilnya untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pendapat di atas dibantah oleh pencetus Ekonomi Islam, karena tidak sesuai dengan nilai dan norma syara'. Islam memandang hal tersebut bahwasannya sumber daya yang tersedia jumlahnya sudah mencukupi, hanya dimungkinkan adanya ketidakmerataan sumber tersebut akibat perbuatan manusia itu sendiri. Menurut paham Islam, prinsip ekonomi Islam adalah pengorbanan tertentu untuk menghasilkan

tingkat keuntungan yang sesuai (proporsional). Hal ini nanti akan berimbang pada penetapan harga dan juga laba yang adil bagi pihak konsumen maupun produsen.¹³

Menurut ajaran Islam, strategi bisnis dalam kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai Islami yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah SWT. dan berusaha semaksimal mungkin guna kemaslahatan umat dan kesejahteraan bersama, bukan hanya untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan pribadi. Istilah pemasaran tidak banyak dikenal pada masa Nabi SAW. Saat itu konsep yang banyak dikenal adalah jual beli (bai') yang memang sudah ada sebelum Islam datang. Pemasaran dapat dilakukan melalui komunikasi dan silaturahmi dalam rangka untuk memperkenalkan produk atau barang dagangan.¹⁴

Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan. Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.¹⁵ Strategi bisnis Islam merupakan simbol dari urusan duniawi namun juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat.

Mengacu pada definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis Islam adalah suatu langkah dalam menentukan laba berbisnis yang adil dengan kegiatan produksi, pemilikan dan distribusinya disesuaikan dengan kodrat dan tujuan hakikatnya sudah digariskan oleh syariat Islam.

2) Fungsi Strategi Bisnis Islam

Adapun fungsi pokok dari pemasaran Islami sebagai berikut:¹⁶

a) Penjualan

Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang di perlukan untuk menutup biaya modal dengan harapan mendapatkan laba, tetapi dalam penjualan Islam telah memberikan rambu, diantaranya adalah tidak boleh bersumpah palsu.

b) Pembelian

Fungsi pembelian bertujuan memilih barang barang yang dibeli untuk dijual untuk digunakan dalam perusahaan dengan harga, pelayanan dari penjual dengan kualitas produk tertentu.

¹³ Ely Masykuroh, Teori Ekonomi Mikro Islam, Edisi Revisi (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2018)., 81-84

¹⁴ Khoiri Abdi dan Febriyanti, —Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19.∥ El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB) Vol. 10 (2020), 168

¹⁵ Nurotul Faizah, —Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan.∥ Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 38

¹⁶ Muhammad Irham Ilahi, —Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia,∥ 2019. UIN Alauddin Makassar, 23

Adapun syarat yang mesti dipenuhi berkenaan dengan objek (barang) yang akan dibeli, yaitu barang yang dibeli harus bersih materinya. Ketentuan ini didasarkan pada QS. Al-A'raf/7: 157:

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang ummi (namanya) mereka dapati tertulis dalam Taurat dan Injil disisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka mengerjakan dari yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggubelunggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya. Memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (al-Quran), mereka itulah orang-orang yang beruntung”.¹⁷”

3) Prinsip-prinsip Strategi Bisnis Islam

Prinsip strategi bisnis Islam tidak terlepas dari etika dalam menjalankan usahanya. Etika bisnis dapat ditinjau dari sisi etika pendirian usaha, etika manajemen, etika produksi dan etika marketing. Beberapa etika bisnis dan motivasi pendirian yang umum antara lain:

- a) Tetap memegang akidah dan syariat Islam.
- b) Ekonomi bukan satu-satunya tujuan, harus selalu seimbang dengan aspek lain.
- c) Jadikan kegiatan bisnis sebagai bagian dari ibadah sesuai dengan konsep syariat.
- d) Tidak melakukan bentuk riba dalam bentuk apa pun, termasuk transaksi yang belum jelas, spekulasi dan judi (gharar, maisir).
- e) Selalu menganjurkan untuk mengangkat harkat hidup orang miskin.¹⁸

Adapun Prinsip-prinsip pemasaran Islami menurut Abdullah Gymnastiar dan Hermawan Kertajaya,¹⁹ adalah :

- a) Berlaku adil
Pada dasarnya kompetitor akan memperbesar pasar, sebab tanpa kompetitor industri tidak dapat berkembang dan kompetitor ini perlu diikuti mana yang bagus dan mana yang jelek, dimana kompetitor yang bagus perlu ditiru.
- b) Tanggap terhadap perubahan
Selalu ada perubahan dalam kegiatan perindustrian, sehingga langkah bisnis akan terus berubah untuk menyesuaikan dengan pasar.
- c) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga Dalam konsep pemasaran Islami, tidak diperbolehkan menjual barang jelek dengan harga yang tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran Islami adalah pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan barang/produk.

¹⁷ Hidayatulloh dkk., Al-Qur'an Tajwid Kode, Transliterasi Per Kata, Terjemah Per Kata., 170

¹⁸ Harahap, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam., 102-103

¹⁹ Evasari, —Strategi Pemasaran Islami dengan Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan Produk. || ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development, Volume 4, No. 1, (Juni 2020), 27

- d) Rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi) Pada prinsip ini, marketer yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka.
- e) Tidak curang Dalam pemasaran Islami tadlis sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga.
- f) Berorientasi pada kualitas Tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan QCD agar tidak kehilangan pelanggan. QCD yang dimaksud adalah quality, cost, dan delivery.

D. Strategi-strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Sukma Rasa Lombok

Sukma Rasa Lombok saat ini memiliki empat cabang yang dimana setiap cabangnya banyak orang yang berkunjung ke rumah makan sukma rasa Lombok baik itu bersama keluarga, teman kerabat, pasangan dan lain-lain. Di samping banyaknya pengunjung yang datang, Rumah makan sukma rasa Lombok juga memiliki banyak pelanggan. Setiap hari sukma rasa tidak pernah sepi dari pengunjung, pagi, siang, sore maupun malam sukma rasa Lombok tetap ramai oleh pengunjung. Ketika kita lihat pada siang harinya banyak mobil dan motor terparkir di area sukma rasa, begitupun pada malam harinya. Ini membuktikan bahwasanya rumah makan sukma rasa Lombok diminati oleh banyak orang, baik itu dari kalangan menengah kebawah maupun kalangan menengah keatas.

Berkembangnya usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini telah memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat, hal tersebut dibuktikan melalui terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dengan terjalinnya kerjasama yang baik antara pemilik usaha Rumah Makan Sukma Rasa dengan para karyawan akan semakin meningkatkan hasil yang dicapai. Usaha Rumah Makan Sukma Rasa yang dikelola diharapkan dapat terus berjalan dan dapat meningkatkan kualitas dan hasil produksinya dan dapat meningkatkan lapangan pekerjaan yang semakin banyak bagi masyarakat disekitar khususnya masyarakat Labuapi Kabupaten Lombok Barat. Dari hasil observasi dan wawancara dengan pemilik Rumah Makan Sukma Rasa dan beberapa karyawan lainnya bahwa dapat ditemukan beberapa strategi yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa dalam mengembangkan usahanya sejauh ini adalah sebagai berikut:

1. Harga yang cukup terjangkau

Salah satu tantangan terbesar dalam setiap bisnis adalah menentukan harga jual produk. Ini tak hanya terjadi pada bisnis yang baru dimulai namun juga terjadi pada bisnis yang sudah mapan, khususnya yang memiliki pendapatan yang rendah karena banyaknya persaingan dengan produk sejenis. Masalah yang paling penting dalam hal harga adalah soal resiko. Menetapkan harga terlalu tinggi, resikonya tidak laku. Sebaliknya, menetapkan harga

terlalu rendah akan mengalami kerugian. Rumah Makan Sukma Rasa memberikan harga yang cukup terjangkau yaitu berkisar mulai dari harga Rp 5.000 sampai Rp 60.000. dan bisa dikatakan tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi kepada konsumen sehingga membuat para konsumen merasa puas dan tidak ragu untuk tetap berlangganan di Rumah Makan Sukma Rasa. Karena harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha Rumah Makan Sukma Rasa ini terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. Sebagaimana Pak Ayub sebagai pengunjung rumah makan sukma rasa mengatakan: *"Harganya cukup terjangkau, tidak terlalu murah tidak terlalu mahal. Itulah salah satu alasan saya kenapa memilih makan di sukma rasa. Disamping harganya terjangkau tempatnya juga nyaman"*²⁰

Dari hal diatas dapat diketahui bahwa rumah makan sukma rasa Lombok memberikan harga yang cukup terjangkau tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi. Pelanggan juga menganggap menu yang disajikan Rumah Makan Sukma Rasa enak dan tentu dengan harga yang cukup murah, seperti yang ungkapkan oleh mbak Auliya: *"Sukma Rasa memiliki tempat makan dengan rasa otentik dan tentunya dengan harga yang terjangkau, menu nya cukup banyak dengan berbagai macam varian"*.²¹

2. Cita rasa produk

Cita rasa produk inilah yang banyak menarik para konsumen untuk berlangganan di Rumah Makan Sukma Rasa. Terutama pada menu-menu utamanya yaitu bakso bebalung Sukma Rasa dan ayam beberok Sukma Rasa, selain itu Rumah Makan Sukma Rasa juga memiliki cita rasa yang khas. Inilah alasan pertama konsumen memilih makan dan berlangganan di Rumah Makan Sukma Rasa. Sebagaimana Pak Anwar sebagai pelanggan setia sukma rasa Lombok mengatakan: *"Saya berlangganan di sukma rasa karena menu nya yang khas sendiri seperti ayam beberok sukma rasa, dan rasanya sangat enak, dan keluarga saya pun senang makan di sukma rasa karena cita rasanya yang membuat mereka suka"*²² Dari hal diatas dapat diketahui bahwa cita rasa produk adalah salah satu alasan pengunjung untuk memilih makan di sukma rasa Lombok.

3. Menambah Varian Produk

Rumah Makan Sukma Rasa dalam mengembangkan usahanya adalah dengan mengutamakan faktor produk. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Asmuni *"Salah satu strategi yang kami lakukan dalam megembangan Rumah Makan Sukma Rasa yaitu dengan cara menambah varian produk yang awalnya hanya menjual bakso dan mie ayam dan sekarang kami mampu menjual ayam bakar, ayam goreng, ayam*

20 Ayub, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 25 Agustus 2023

21 Auliya, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 29 Juli 2023

22 Anwar, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 25 Agustus 2023

*talimang, ikan bakar, dan lain-lain. Selain itu, kami juga berusaha untuk menyajikan produk sebaik-baik mungkin dan menjaga kualitas produk sebaik mungkin.*²³ Menambah varian produk adalah salah satu yang dilakukan oleh rumah makan sukma rasa Lombok dalam mengembangkan bisnisnya. Adapun sekarang Rumah Makan Sukma Rasa memiliki berbagai macam menu atau varian produk diantaranya bakso bebalung, mie ayam, ayam beberok, ayam taliwang, ayam bakar, ikan bakar, dengan harga yang berbeda-beda yaitu:

Tabel 1.2

Varian Menu Makanan Rumah Makan Sukma Rasa

NO	PRODUK	HARGA
1	Ayam Beberok Sukma Rasa	Rp. 22.000
2	Ayam Bakar Sukma Rasa	Rp. 22.000
3	Ikan Beberok Sukma Rasa	Rp. 22.000
4	Ikan Bakar Sukma Rasa	Rp. 22.000
5	Sup Kerang	Rp. 22.000
6	Tahu Tempe Goreng	Rp. 12.000
7	Olah-Olah	Rp. 12.000
8	Urap-Urap	Rp. 12.000
9	Urap Timun	Rp. 12.000
10	Sayur Bening Kelak Manis	Rp. 12.000
11	Sayur Lebu	Rp. 15.000
12	Nasi Putih	Rp. 6.000
Kuliner Khas Lombok		
13	Bebalung Sasak	Rp. 30.000
14	Ayam Bakar Taliwang	Rp. 45.000
15	Ikan Bakar Laut	Rp. 60.000
16	Pelecing Kangkung	Rp. 12.000
17	Telur Gulung	Rp. 15.000
18	Cah Kangkung	Rp. 12.000
19	Terong Bakar	Rp. 12.000
20	Beberok	Rp. 12.000
Kuliner Nusantara		

23 Asmuni, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 26 Juli 2023..

21	Bebek Merseng	Rp. 29.000
22	Bebek Merseng Dada	Rp. 30.000
23	Bebek Merseng Dada Super	Rp. 32.000
24	Ayam Merseng (Pedaging)	Rp. 22.000
25	Kentang Goreng	Rp. 15.000

Sumber: Dokumentasi Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi

Tabel 2.2

Varian Menu Minuman dan Jus Rumah Makan Sukma Rasa

NO	PRODUK	HARGA
1	Es Kelapa Muda	Rp. 12.000
2	Es Campur Sukma Rasa	Rp. 15.000
3	Es Campur Keju	Rp. 18.000
4	Sup Buah	Rp. 15.000
5	Sup Buah Keju	Rp. 18.000
6	Es Teler Sukma Rasa	Rp. 15.000
7	Jeruk Nipis Hangat	Rp. 10.000
8	Soda Gembira	Rp. 18.000
9	Capucino Ice	Rp. 12.000
10	Es Jeruk/Jeruk Hangat	Rp. 10.000
11	Kopi Hitam	Rp. 5.000
12	Es Teh/Teh Hangat	Rp. 6.000
13	Air Mineral Tanggung	Rp. 5.000
14	Jus Alpukat	Rp. 15.000
15	Jus Buah Naga	Rp. 15.000
16	Jus Apel	Rp. 15.000
17	Jus Jeruk	Rp. 15.000
18	Jus Nanas	Rp. 12.000
19	Jus Melon	Rp. 12.000
20	Jus Mix	Rp. 17.000
21	Soft Drink	Rp. 5.000

Sumber: Dokumentasi Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi

4. Memiliki Paket Menu Mumer dan Istimewa

Disamping memiliki varian produk sukma rasa juga membuat menu paket mumer dan paket menu istimewa untuk 2-8 orang, sebagaimana di gambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2

Menu Paket Murmer 2-8 Orang Rumah Makan Sukma Rasa Lombok

NO	PRODUK	HARGA
1	Ayam Beberok Sukma Rasa 1 Porsi	Paket Mumer 2 Orang Rp 90.000
	Ikan Bakar Sukma Rasa 1 Porsi	
	Olah-Olah	
	Pelecng Kangkung 1 Porsi	
	Nasi Putih 1 Bangkul	
	Air Mineral 2 Gelas	
2	Ayam Beberok Sukma Rasa 1 Porsi	Paket Mumer 4 orang Rp 265.000
	Ikan Beberok Sukma Rasa 1 Porsi	
	Ayam Bakar Sukma Rasa 1 Porsi	
	Ikan Bakar Sukma Rasa 1 Porsi	
	Olah-Olah 2 Porsi	
	Sayur Lebu 1 Porsi	
	Pelecng Kangkung 1 Porsi	
	Sayur Lebu 2 Porsi	
	Nasi Putih 1 Bangkul	
	Air Mineral 4 Gelas	
3	Ayam Beberok Sukma Rasa 2 Porsi	Paket Mumer 8 orang Rp 320.000
	Ayam Bakar Sukma Rasa 2 Porsi	
	Ikan Beberok Sukma Rasa 2 Porsi	
	Ikan Bakar Sukma Rasa 2 Porsi	
	Olah-Olah 2 Porsi	
	Urap-Urap 1 Porsi	
	Pelecng Kangkung 2 Porsi	
	Sayur Lebu 2 Porsi	
	Nasi Putih 2 Bakul	
	Air Mineral 8 Gelas	

Sumber: Dokumentasi Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi

Tabel 4.2

Menu Paket Istimewa 2-8 Orang Rumah Makan Sukma Rasa Lombok

NO	PRODUK	HARGA
1	Bebalung 1 Porsi	Paket Istimewa 2 Orang Rp 125.000
	Sup Kerang 1 Porsi	
	Ayam Beberok Sukma Rasa 1 Porsi	
	Ikan Bakar Sukma Rasa 1 Porsi	
	Nasi Putih 1 Bakul	
	Olah- Olah 1 Porsi	
	Pelecing Kangkung 1 Porsi	
	Air Mineral 2 Gelas	
2	Ayam beberok sukma rasa 1 Porsi	Paket Istimewa 4 orang Rp 265.000
	Ikan beberok sukma rasa 1 Porsi	
	Ayam bakar sukma rasa 1 Porsi	
	Ikan bakar sukma rasa 1 Porsi	
	Bebalung 1 Porsi	
	Sup Kerang 1 Porsi	
	Tahu Tempe Goreng 1 Porsi	
	Olah-Olah 1 porsi	
	Urap-Urap 1 Porsi	
	Pelecing Kangkung 1 Porsi	
	Sayur Lebui 1 Porsi	
	Nasi Putih 1 Bangkul	
Air Mineral 4 Gelas		
3	Ayam Beberok Sukma Rasa 2 Porsi	Paket Istimewa 8 orang Rp 465.000
	Ayam Bakar Sukma Rasa 2 Porsi	
	Ikan Beberok Sukma Rasa 2 Porsi	
	Ikan Bakar Sukma Rasa 2 Porsi	
	Bebalung 3 Porsi	
	Sup Kerang 2 Porsi	
	Olah-Olah 2 Porsi	
	Urap-Urap 2 Porsi	

	Pelecing Kangkung 2 Porsi	
	Tahu Tempe 2 Porsi	
	Nasi Putih 2 Bakul	
	Air Mineral 8 Gelas	

Sumber: Dokumentasi Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa harga paket termurah yaitu Rp 90.000 untuk 2 orang dan paket termahal yaitu Rp 465.000 untuk 8 orang.

5. Menampilkan Menu Best Seller

Cara penampilan menu yang dilakukan Rumah Makan Sukma Rasa menggunakan berbagai macam cara yaitu menampilkan beberapa menu best seller ditembok atas yang berada dibelakang kasir, menampilkan gambar beberapa menu best seller pada pintu masuk untuk menarik perhatian pelanggan jika hendak masuk, dan menggantarkan brosur dengan menu lengkap kepada pelanggan yang baru datang di Rumah Makan Sukma Rasa. Pada penampilan daftar menu, Rumah Makan Sukma Rasa membagi menjadi bagian yaitu daftar menu Sukma Rasa, menu spesial Sukma Rasa, dan, daftar minuman. Pengaturan tatak letak menu yang dilakukan Rumah Makan Sukma Rasa yaitu mengelompokkan menu-menu terlaris dan menempatkan menu dasar dan terlaris pada urutan awal. Tujuan dari pemilik Rumah Makan Sukma Rasa menggunakan cara seperti itu yaitu untuk menarik perhatian pelanggan terhadap menu yang disajikan oleh Rumah Makan Sukma Rasa. Sebagaimana mbak Ony menuturkan. *“Tujuan kami menampilkan menu best seller untuk pengunjung yang baru, sehingga mereka akan memilih menu yang mereka libat, disamping itu juga untuk menarik pelanggan agar mencoba menu yang berbeda”*²⁴

Dari perihal diatas dapat diketahui bahwa Rumah Makan Sukma Rasa Menampilkan menu best seller untuk pengunjung yang baru agar mereka tertarik pada gambar menu best seller yang telah ditampilkan.

6. Memberikan Kualitas Pelayanan yang Baik

Sukma rasa mengutamakan pelayanan yang ramah, dimulai ketika konsumen datang disambut dengan hangat oleh karyawan yang bertugas kemudian konsumen diberikan pilihan lokasi duduk dan diarahkan ke tempat duduk yang diinginkan, selanjutnya karyawan akan memberikan daftar menu. Sembari menunggu pesanan konsumen akan ditawarkan sejumlah makanan ringan dan minuman, selanjutnya makanan yang dipesan selalu disajikan dalam keadaan

24 Ony, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 26 Agustus 2023

hangat dan memberikan makanan tersebut kepada konsumen dengan senyuman, sopan dan santun sembari karyawan mengatakan *"selamat menikmati, silahkan"* dan apabila konsumen membawa bayi, karyawan akan menawarkan kursi khusus bayi tersebut supaya tamu bisa menikmati pesanan yang sudah disediakan dengan nyaman. Selanjutnya karyawan yang lain akan tetap standby ditempatnya untuk memantau jika ada konsumen yang membutuhkan sesuatu. Ketika pembayaran konsumen disambut dengan senyuman, setelah proses pembayaran telah selesai kasir akan mengucapkan terima kasih dan mendo'akan konsumennya sembari berkata *"Terima kasih atas kunjungannya, semoga rezekinya berkah melimpah"*. Dan terakhir tatkala konsumen keluar dari lokasi rumah makan sukma rasa akan di sapa dengan senyuman dan salam sembari berkata *"Terima Kasih semoga rezekinya berkah melimpah, dan hati-hati di jalan"*. Rumah Makan Sukma Rasa terus mencoba untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi meningkatkan kepuasan dan kesenangan pelanggan karena kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam dunia bisnis. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Bapak Asmuni selaku pemilik Rumah Makan Sukma Rasa. *"Rumah Makan Sukma Rasa terus berusaha memberikan kualitas pelayanan yang tinggi, pelayanan yang kami berikan berupa menyambut tamu ketika akan makan disini, penyajian makanan yang baik karena dengan melakukan hal tersebut pelanggan merasa senang. Selain itu kami juga menyediakan beberapa fasilitas umum dan selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan agar kami bisa mengukur sampai mana pelayanan yang sudah kami berikan"*.²⁵

Seperti yang dikatakan oleh salah satu karyawan Rumah Makan Sukma Rasa yaitu Pak Sahlan. *"Pelanggan yang datang pastinya akan senang jika mendapat pelayanan yang baik, karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan tercipta pelanggan loyal"*²⁶ Rumah Makan Sukma Rasa memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, hal itu dibuktikan dengan penempatan dua karyawan pada pintu masuk untuk menyambut pelanggan yang datang untuk menyantap hidangan Sukma Rasa, dan tentu pelayanan yang cepat dan tanggap juga diterapkan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yang mana ketika pelanggan baru masuk langsung disuguhkan dengan daftar menu yang lengkap sambil menikmati musik yang dijadikan menjadi salah satu strateginya oleh Sukma Rasa. Hal itu dilakukan untuk menciptakan kenyamanan pelanggan yang datang.

25 Asmuni, Wawancara, Labuapi Kabupaten Lombok Barat, 26 Juli 2023.

26 Sahlan, Wawancara, Labuapi Kabupaten Lombok Barat, 28 Juli 2023.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, Pertama, Strategi yang diterapkan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu harga yang cukup terjangkau, cita rasa produk, menambah varian produk, membuat paket menu mumer dan menu istimewa, menampilkan menu best seller, memberikan kualitas pelayanan yang baik, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), menyediakan fasilitas yang nyaman, menggunakan konsep penjualan baru, melalui jasa online, membuka catering dan memiliki ruang meeting. Strategi tersebut dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa untuk mengembangkan usahanya. Kedua, Strategi yang digunakan oleh rumah makan sukma rasa Lombok sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, karena strategi-strategi yang digunakan oleh sukma rasa tidak ada yang bertentangan dari syariat islam seperti sifat jujur, menjual barang yang bermutu, bermurah hati, dan menetapkan harga dengan transparan

Daftar Pustaka

- Adiwaraman A Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2016.
- Abu Bakar Muhammad Ibn Ali Al-Baihaqi, Sunanul Kubra Juz 5, Bairut: Darul Fikri, 1995.
- Aldo Hardi Sancoko, Strategi pengembanganbisnisusahamakanan dan minuman pada depot time to eat Surabaya, jurnal,vol.3.No.1.
- Dapertemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah: Al-Hikmah Bandung: Diponogoro, 2006.
- Harahap, Sofyan S. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. 1. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Ilahi, Muhammad Irham. —Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia, 2019.
- Khoiri Abdi, Moh, dan Novi Febriyanti. —Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19.∥ El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB) 10, no. 2 (6 Oktober 2020). <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>.
- Ma'ruf Abdullah, WirausahaBerbasisSyari'ah, Banjamasin: Antasari Press, 2011.

Ramli, Muhammad Habibullah, Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner hlm. 29-48

Masykuroh, Ely. Teori Ekonomi Mikro Islam. Edisi Revisi. Ponorogo: CV Nata Karya, 2018.

M. Manullang, Manajemen strategi, Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016.

Muhammad dan Lukman Fauroni, Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis, Jakarta :SalembaDiniyah, 2002.

Nurotul Faizah, Fita. —Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan. Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.

Syeikh Abdul Aziz, ShahihBukhori, Juz 2, Beirut: Dar Al-Fiqr, 1994.

Ayub, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 25 Agustus 2023

Auliya, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 29 Juli 2023

Anwar, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 25 Agustus 2023

Asmuni, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 26 Juli 2023..

Ony, Wawancara, Labuapi Lombok Barat, 26 Agustus 2023

Asmuni, Wawancara, LabuapiKabupaten Lombok Barat, 26 Juli 2023.

Sahlan, Wawancara, LabuapiKabupaten Lombok Barat, 28 Juli 2023.