IMPLEMENTASI PRINSIP SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK SARAPAN PAGI

(Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang)

SKRIPSI

"*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah"*

Oleh :

AMALINA PUTRI HAKIMAH

3721111

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

T.A 2025/1446 M

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Amalina Putri Hakimah
Nim	: 3721111
Tempat/Tanggal Lahir	: Padang Panjang, 22 Juni 2002
Fakultas/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	: Implementasi Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang.

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi) penulis dengan judul diatas benar hasil karya penulis. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku dan gelar sarjana penulis dicopot hingga batas waktu yang ditentukan. Demikian pernyataan penulis buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 2 Mei 2025

Yang menyatakan

Amalina Putri Hakimah

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi atas nama **Amalina Putri Hakimah** NIM : **3721111** dengan judul **"Implementasi Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang."** Memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi, 2 Mei 2025
Pembimbing

Ariyun Anisah, SE.,ME
NIP. 198408302019032006

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Implementasi Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi Studi Kasus (UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang), yang ditulis oleh Amalina Putri Hakimah, Nim 3721111, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dibimbing oleh Ibuk Ariyun Anisah, SE.,ME

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh prinsip-prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk belum diterapkan secara menyeluruh dan kemasan yang digunakan kurang menarik dan ketahanan kemasan tidak menjamin keamanan produk dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi yang dilakukan oleh Pemilik Produk UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi dan untuk menganalisa kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi studi kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data primer diperoleh dari sumber data utama yaitu wawancara dan data sekunder dari sumber lain seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian. Metode analisis data menggunakan ukuran deskriptif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk terdiri dari ketauhitan, keadilan, kebebasan,dan pertanggungjawaban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Katupek Aia Badarun di Padang Panjang menunjukkan komitmen kuat terhadap prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi. Penerapan prinsip ketauhitan, keadilan (meskipun pembayaran gaji perlu ditingkatkan), kebebasan (dengan inovasi gulai cancang), dan tanggung jawab (kualitas bahan baku, pelayanan, kebersihan) terlihat jelas. Namun, kendala seperti kurang optimalnya transparansi transaksi, keterlambatan gaji, kurangnya inovasi mengikuti tren, masalah kebersihan (limbah gulai), kualitas kemasan, serta keterbatasan pemahaman dan sumber daya menjadi tantangan. Mengatasi kendala ini secara sistematis akan memperkuat kualitas produk, implementasi syariah, kepercayaan pelanggan, dan keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci : Prinsip Syariah, Kualitas Produk

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam disampaikan agar tercurah buat Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan do'a dari wanita tercantikku Ibunda Lusi Arni, wanita hebat yang selalu menjadi sumber kekuatan ketika saya merasa kesulitan dan hampir menyerah. Ibu terimakasih atas segala perjuangan, doa, cinta dan kasih sayangnya sehingga saya sampai dititik ini dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si beserta Bapak-Bapak Wakil Rektor, Bapak Dr. Afrinaldi, S.Sos.I., MA, Bapak Dr. Iiz Izmuddin, MA, dan Bapak Dr. H. Edi Rosman, S.Ag., M.Hum yang telah memberikan fasilitas kepada penulis selama menjalani Pendidikan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Bapak Dr. Aidil Alfin, M.Ag, beserta Bapak-Bapak Wakil Dekan, Bapak Dr. Immamuddin, M.Pd., M.E, Bapak Ali Rahman, SH., MH dan Bapak Dr. Baginda Persaulian, M.E

3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Bapak Andis Febrian, MM yang telah memfasilitasi penulis dalam menjalani Pendidikan kuliah selama ini.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Prof. Dr. Hesi Eka Putri, S.E., M.Si yang senantiasa sabar dalam memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Skripsi Penulis, Ibu Ariyun Anisah, SE., ME yang telah memberi masukan serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Serta Bapak/Ibu Dosen UIN Bukittinggi, terkhusus Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah mengajar dan memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Pimpinan beserta Staf Perpustakaan yang telah mengizinkan penulis untuk mengakses buku-buku dan referensi yang dibutuhkan dalam mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Untuk Abang tersayangku Hakim Sugandi, terimakasih atas dukungannya dan nasehat terbaiknya semoga kita bisa membanggakan keluarga terutama kedua orang tua kita.

8. Untuk keluarga besarku dan semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas dukungannya semoga setiap perjalannya diberikan kemudahan dan kelancaran rezeki oleh Allah SWT.
9. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah kuat sampai sejauh ini, terimakasih untuk tidak menyerah, fokus pada tujuanmu dan abaikan apa yang membuatmu lemah.
10. Terkhusus untuk teman terbaik penulis Dini Maulani Rides dan Rerenha Ayu serta teman-teman Manajemen Bisnis Syariah C Angkatan 2021 yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah bersama-sama berjuang dari semester awal sampai sekarang.
11. Terkhusus untuk sahabat terbaik penulis Salwa Salsabila, Saphira Mande, Rizka Hidayati, dan Muhammad Al Hafizd yang selalu memberikan dorongan dan motivasi kepada saya.
12. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah.

Bukittinggi, 2 Mei 2025
Penulis

Amalina Putri Hakimah
NIM 3721111

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....1

B. Identifkasi Masalah.....9

C. Batasan Masalah.....10

D. Rumusan Masalah.....10

E. Tujuan Penelitian.....10

F. Manfaat Penelitian.....11

G. Penjelasan Judul..... 12

BAB II Landasan Teori

A. Implementasi Prinsip Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk.....17

1. Pengertian Implementasi Prinsip Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk..... 17
2. Mengimplementasikan Prinsip Syariiah dalam Meningkatkan Kualitas Produk..... 18
3. Indikator dalam Meningkatkan Kualitas Produk Berdasarkan Prinsip Syariah.....19
4. Implementasi Prinsip- Prinsip Syariah dalam Bisnis..... 20
5. Kualitas Produk..... 24
6. Kemasan (*packaging*).....31

B. Kajian Terdahulu.....37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 45

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....45

C. Jenis dan Sumber Data..... 45
D. Informan Penelitian..... 46
E. Teknik Pengumpulan Data..... 46
F. Teknik Analisis Data..... 48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 51
B. Hasil Penelitian..... 58
C. Pembahasan.....65
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan..... 70
B. Saran..... 72
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar Pendapatan Penjualan Katupek Aia Badarun.....8

Tabel 2.1 : Kajian Terdahulu.....37

Tabel 4.1 : Daftar Jenis Produk Katupek Di Beberapa UMKM Katupek di Kota Padang Panjang.....59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki kebutuhan yang mendesak untuk mengimplementasikan prinsip syariah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam produksi barang dan jasa. Dalam konteks ini, penerapan prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk menjadi sangat relevan, mengingat semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi yang halal dan berkualitas. Hal ini mendorong produsen untuk tidak hanya memastikan kehalalan produk, tetapi juga memperhatikan aspek kebersihan, keamanan, dan

nilai gizi. Dengan adanya regulasi yang mewajibkan label halal pada produk, industri di Indonesia dituntut untuk berinovasi dan meningkatkan standar kualitas, sehingga dapat memenuhi tuntutan pasar yang semakin kompetitif. Implementasi prinsip syariah ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung kesehatan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Implementasi prinsip syariah dalam industri makanan, khususnya produk sarapan pagi, menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan nilai-nilai halal. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga dengan kualitas dan kebersihan produk

yang dikonsumsi. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, permintaan terhadap produk makanan yang halal dan berkualitas terus meningkat.

Kesadaran ini bukan hanya pada bahan makanan, tetapi juga pada cara mepertahankan kualitas produk dan menjaga kebersihan produk. Dalam industri makanan, termasuk sarapan pagi, aspek kehalalan sangat penting bagi konsumen muslim. Halal mencakup seluruh rantai produksi, mulai dari bahan baku, proses pembuatan, hingga distribusi dan penyimpanan. Dalam Islam, halal bukan hanya berarti makanan yang bebas dari bahan-bahan haram seperti babi dan alkohol, tetapi juga mencakup proses, pengolahan dan mutu dari produk yang bersih dan etis.

Prinsip syariah tidak hanya menekankan pada aspek kehalalan bahan baku, tetapi juga mencakup etika bisnis, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Konsumen saat ini semakin cerdas dan kritis dalam memilih produk, mengharapkan tidak hanya kehalalan tetapi juga kualitas, kebersihan , dan keamanan dari produk yang mereka konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, serta memperkuat citra merek di mata konsumen.

Bisnis adalaha kegiatan ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja, mempekerjakan serta interaksi manusiawi lainnya yang bertujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan dalam islam, berbisnis harus mengikuti

prinsip- prinsip yang telah ditetapkan. Adapun prinsip - prinsip bisnis islam yang perlu diperhatikan bagi setiap muslim adalah : Tauhid (kesatuan) yaitu konsep tauhid ini menawarkan keterpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka setiap muslim yang melakukan kegiatan bisnis, tidak akan melakukan paling tidak tiga hal. Pertama, deskriminasi terhadap pekerja, penjual dan pembeli atau mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, jenis kelamin, dan agama. Kedua, allah lah yang ditakuti dan dicintai dengan menanamkan dalam hati, termasuk saat melakukan bisnis. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan adalah amanah dari allah. Pada UMKM Katupek Aia Badarun ini tidak adanya menerikan pelatihan untuk karyawan mengensi nilai-nilai syariah dan etika bisnis agar mereka memahami pentingnya integritas dalam pekerjaan. Keseimbangan (keadilan) yaitu keseimbangan sangat ditekankan oleh allah dengan menyebut umat islam sebagai *ummatan wasathan* yaitu umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya, serta memiliki aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan begitu keseimbangan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas bisnis. Pada UMKM Katupek Aia Badarun ini belum menerapkan gaji yang transparan dimana gaji karyawan sering ditunda tidak sesuai jadwal gaji yang ditetapkan. Kebebasan yaitu manusia dianugrahi kebebasan (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khilafah. Dalam konteks bisnis, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk

aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Di dalam bisnis Katupek Aia Badarun ini karyawan tidak dapat menyampaikan ide, saran, dan kritik karena tidak adanya kebebasan berpendapat. Pertanggungjawaban yaitu kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya mesti memiliki batas - batas tertsntu sesuai hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Al- Quran dan Hadits. Segala kebebasan dalam melakukan bisnis itu tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan. Dalam bisnis Katupek Aia Badrun ini pada saat waktu sholat masuk kedai tetap dibuka dan keselamatan para karyawan kurang di perhatikan.

Dalam mempertahankan kualitas produk terdapat aspek dalam manajemen bisnis yang berdampak pada kepuasan pelanggan seperti kualitas produk yang tinggi berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Reputasi merek seperti kualitas produk yang konsisten membangun reputasi positif bagi merek. Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendatangkan pelanggan baru.

Kualitas produk dalam Islam tidak hanya dilihat dari aspek fisik, tetapi juga manfaat dan kebersihan (thayyib). Thayyib berarti produk tersebut baik dan sehat untuk dikonsumsi, yang mencakup bahan baku yang berkualitas tinggi, proses produksi yang higienis, dan peralatan yang digunakan bersih. Kualitas produk dalam konsep syariah menitikberatkan pada kesejahteraan konsumen.

Kualitas produk pada bidang *food and beverage* memiliki lima dimensi, yaitu *freshness* (kesegaran makanan), *presentation* (penyajian makanan), *equipment cleanliness* (kebersihan peralatan), *well cooked* (makanan yang dimasak dengan baik/tepat), dan *variety of food* (keanekaragaman makanan). Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restoran akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat. Dengan demikian, kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, dan sebagainya.

Adanya kesulitan dalam pertumbuhan penjualan yang terjadi pada kedai sarapan pagi katupek aia badarun padang panjang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti tidak adanya pelatihan yang diberikan kepada karyawan tentang bagaimana pentingnya menjaga standar kebersihan yang baik dalam penyajian makanan. Kebersihan adalah salah satu faktor kunci yang memengaruhi kesehatan konsumen, makanan yang tidak disajikan dengan cara yang higienis dapat menjadi sumber penyakit dan dapat terkontaminasi. Dengan memberikan pelatihan yang efektif, karyawan akan memahami prosedur kebersihan yang benar, teknik penyimpanan makanan

yang aman, serta pentingnya menjaga lingkungan kerja yang bersih. Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan kesadaran karyawan tentang dampak kebersihan terhadap reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan. Ketika karyawan dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan, mereka akan lebih mampu menjalankan tugasnya dengan baik, menciptakan lingkungan yang aman dan sehat bagi konsumen, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Adanya permasalahan dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi katupek aia badarun ini yaitu kemasan yang digunakan kurang menarik dan ketahanan kemasan tidak menjamin produk aman. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual dan menarik perhatian konsumen, sehingga mendorong mereka untuk memilih produk tersebut di antara banyak pilihan yang ada. Di sisi lain, kemasan yang tahan lama berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan selama proses penyimpanan dan distribusi. Kemasan yang kuat dapat mencegah kontaminasi, menjaga kesegaran, dan memastikan produk tetap dalam kondisi optimal hingga saat penyajian. Dengan demikian, kemasan yang menarik dan tahan lama tidak hanya berkontribusi pada estetika produk, tetapi juga memainkan peran krusial dalam menjaga kualitas dan keamanan makanan, yang pada akhirnya berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Allah berfirman QS. An-Nisa ayat 5 sebagai berikut :

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَآءَ اَمْوَالَكُمُ الَّتِيْجَعَلَ اللّٰهُ لَكُمْ قِيٰمًا وَّارْزُقُوْهُمْ فِيْهَا وَاكْسُوْهُمْ وَقُوْلُوْا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوْفًا

"Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."

Ayat tersebut menjelaskan mengenai perintah untuk melakukan jual beli atas dasar suka sama suka, yang artinya konsumen suka dengan apa yang diberikan oleh penjual, baik itu dari segi produk ataupun pelayanan. Oleh karena itu, sudah menjadi sebuah keharusan bagi pelaku bisnis untuk memberikan pelayan ataupun produk yang terbaik dengan senang hati, agar terciptanya kondisi yang sebagaimana di sampaikan dalam surah An-Nisa ayat 5 tersebut.

Dalam melakukan penjualan usaha sarapan pagi ini setiap tahun ini tidak memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya maka jelaslah adanya suatu hambatan dalam mencapai pertumbuhan tingkat penjualan seperti yang dialami oleh Kedai Sarapan Pagi Aia Badarun.

Dapat kita lihat dari tingkat penjualannya dimana Kedai Sarapan Pagi Katupek Aia Badarun Padang Panjang ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualannya yang sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh faktor ekstern dan intern bisnis itu sendiri. Dapat kita lihat dari persentase penjualan bisnis usaha yang semakin kecil.

Untuk lebih jelasnya, maka dapat kita lihat pada sistem penjualan UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang. Realisasi Penjualan Kedai Katupek Aia Badarun dari Januari 2019 sampai Desember 2023 di Balai-balai, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat.

Tabel 1.1

Daftar Pendapatan Penjualan Katupek Aia Badarun

NO	Tahun Penjualan	Jumlah Penjualan	Jumlah Pendapatan Per Tahun
1.	2019	5000 porsi	60.000.000
2.	2020	2100 porsi	25. 200.000
3.	2021	2400 porsi	28.800.000
4.	2022	3500 porsi	42.000.000
5.	2023	3700 porsi	44.400.000

Sumber : Pondok Sarapan Aia Badarun 2024

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa ada 5 (lima) data pendapatan penjualan dengan berbagai jumlah penjualan dan pendapatan per tahun yang berbeda. Dari tabel tersebut, terdapat beberapa jumlah penjualan beserta jumlah pendapatannya per tahun, menyediakan berbagai macam makanan dengan harga yang berbeda, seperti jumlah penjualan pada tahun 2019 yaitu 5000 porsi dengan total pendapatan 60.000.000 juta. Sedangkan pada tahun 2020 jumlah penjualan hanya 2100 porsi yang dimana pendapatan penjualan rmengalami penurunan sebesar 25.200.000 karena adanya pandemi covid 19. Selanjutnya pada tahun 2021 jumlah penjualan sedikit naik sebanyak 2400 porsi yang dimana pendapatan penjualan pada tahun tersebut sebesar 28.800.000. Selanjutnya pada tahun 2022 jumlah pendapatan naik

cukup drastis yaitu 3500 porsi yang dimana pendapatan penjualan sebesar 42.000.000. Sedangkan pada tahun 2023 jumlah penjualan hanya 3700 porsi yang dimana pendapatan penjualan pada tahun tersebut sebesar 44.400.000.

Dari data yang diatas dapat dilihat tujuan penelitian untuk menganalisis bagaimana implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku industri dalam mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi standar syariah, tetapi juga berkualitas tinggi dan sehat. Berdasarkan permasalahan diatas penulis akan melakukan penelitian yang berjudul "**Implementasi Prinsip Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi" (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Prinsip-prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang) belum di terapkan secara menyeluruh
2. Kemasan yang digunakan kurang menarik dan ketahanan kemasan tidak menjamin keamanan produk dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang)

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini berkaitan dengan belum diterapkannya prinsip-prinsip bisnis syariah secara menyeluruh dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi serta kemasan yang digunakan kurang menarik dan ketahanan kemasan tidak menjamin keamanan produk dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang).

D. Rumusan Masalah

Berdarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang)?
2. Apa saja kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Sudi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang)?

E. Tujuan Penelitian :

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui implementasi prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang).
2. Untuk menganalisis kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang).

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, bukan hanya bermanfaat bagi peneliti melainkan juga bermanfaat bagi pembaca. Berikut beberapa manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini :

1. Manfaat secara teoritis

   Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam meningkatkan kualitas produk salah satunya menggunakan produk yang halal dan sehat.

2. Manfaat secara praktisi

   a. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam penelitian. Kemudian dapat menambah wawasan pengetahuan yang mendalam

khususnya dalam cara meningkatkan kualitas produk dalam melakukan suatu usaha.

b. Bagi Tempat Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pentingnya mengutamakan prinsip syariah dalam melakukan promosi atau pemasaran dan bahan - bahan yang digunakan halal dan sehat agar menciptakan keunggulan dalam bersaing.

c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan keterampilan dalam kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menentukan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

G. Penjelasan Judul

Sebelum menguraikan penelitian ini lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian judul yang dimaksud untuk menghindari kesalahpahaman pengertian. Penelitian ini berjudul “Implementasi Prinsip Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang.

Implementasi : Mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahanperubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya. Implementasi pada hakikatnya juga merupakan upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah program dilaksanakan.

Prinsip Syariah : Prinsip syariah dalam berbisnis merupakan pedoman dan aturan yang harus diikuti dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan bisnis sesuai dengan ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan cara yang adil, transparan, dan tidak melanggar hukum Islam. Tujuan dari penerapan prinsip syariah dalam bisnis adalah untuk mencapai keadilan, kesejahteraan, dan kemaslahatan bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini juga bertujuan untuk menghindari praktik-praktik yang merugikan, seperti riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir*

(perjudian). Penerapan prinsip syariah dalam berbisnis tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan etika yang mendasari setiap transaksi. Dengan adanya prinsip-prinsip ini, diharapkan bisnis dapat berjalan dengan adil dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Kualitas Produk Sarapan Pagi : Kualitas produk sarapan merujuk pada sejauh mana produk tersebut memenuhi standar nutrisi, rasa, dan keamanan yang diharapkan oleh konsumen. Sebuah produk sarapan yang berkualitas harus mengandung komponen gizi yang seimbang, seperti karbohidrat, protein, lemak sehat, serta vitamin dan mineral, yang penting untuk memberikan energi dan mendukung kesehatan sepanjang hari. Selain itu, rasa dan aroma yang enak juga berperan penting dalam meningkatkan selera makan. Kualitas bahan baku yang digunakan, kemudahan penyajian, serta kepatuhan terhadap standar keamanan pangan, seperti kebersihan dan tanggal kedaluwarsa, juga merupakan aspek kunci yang menentukan kualitas produk. Meningkatkan kualitas berarti melakukan perbaikan berkelanjutan pada suatu produk atau

> layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini dapat melibatkan perbaikan dalam desain, bahan, proses produksi, atau pelayanan pelanggan. Tujuan dari peningkatan kualitas yaitu untuk memastikan bahwa produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, menciptakan keunggulan di pasar dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik dibandingkan pesaing, dan mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan layanan.

Implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi dapat dilakukan dengan memastikan bahwa semua aspek produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses penyajian, sesuai dengan ketentuan halal. Hal ini mencakup penggunaan bahan yang diperbolehkan dalam Islam, seperti daging yang disembelih secara syar'i dan bahan-bahan alami yang tidak mengandung zat berbahaya. Selain itu, prinsip keadilan dalam transaksi bisnis harus diterapkan, yang berarti memberikan imbalan yang adil serta menjaga transparansi dalam informasi produk agar konsumen dapat dengan mudah mengenali kehalalan dan kualitasnya. Etika dalam pemasaran juga penting, di mana produsen harus menghindari iklan yang menyesatkan dan memberikan informasi yang jujur tentang produk. Dengan mengintegrasikan prinsip

syariah, produsen tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk sarapan pagi, tetapi juga membangun kepercayaan di kalangan konsumen Muslim, yang semakin peduli terhadap aspek halal dan etika dalam konsumsi makanan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Implementasi Prinsip Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk

a. Pengertian Implementasi Prinsip Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk

Prinsip-prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar halal, tetapi juga berkualitas tinggi dan bermanfaat bagi konsumen. Prinsip halal berupa produk harus memenuhi kriteria halal, yang berarti semua bahan baku dan proses produksi harus sesuai dengan hukum Islam. Hal ini mencakup penggunaan bahan yang diperbolehkan dan memastikan bahwa tidak ada kontaminasi dengan bahan haram. Selain halal, produk juga harus thayyib yang berarti baik, berkualitas, dan sehat. Ini mencakup aspek kebersihan, keamanan, dan nilai gizi dari produk.

Konsumen harus merasa aman dan nyaman saat mengonsumsi produk tersebut. Kualitas bahan baku berupa penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi sangat penting. Bahan baku yang segar dan alami tidak hanya meningkatkan rasa tetapi juga nilai gizi produk. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah yang mendorong kejujuran dan transparansi dalam sumber bahan baku. Dalam berbisnis perlu adanya etika bisnis yang dimana pelaku usaha harus menerapkan etika yang baik dalam bisnis, termasuk kejujuran

dalam pemasaran dan tidak menipu konsumen. Tindakan ini dapat membantu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.[1]

b. Mengimplementasikan Prinsip Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Produk

Mengimplementasikan prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis.

1) Pemilihan Bahan Baku Halal dan Berkualitas

Sourcing dengan memastikan semua bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang halal dan berkualitas. Melakukan kerja sama dengan pemasok yang memiliki sertifikasi halal. Pemeriksaan kualitas dengan melakukan uji kualitas secara berkala untuk memastikan bahan baku memenuhi standar kesehatan dan kebersihan.

2) Proses Produksi yang Sesuai Dengan Syariah

Terapkan prosedur produksi yang mematuhi hukum syariah, termasuk kebersihan dan sanitasi di fasilitas produksi. Lalu berikan pelatihan kepada karyawan tentang pentingnya prinsip syariah dalam produksi dan bagaimana menerapkannya dalam pekerjaan sehari-hari.

---

[1] Erni Trisnawati, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2018), hal 23-35

3)Pengembangan Produk

Kualitas dan nutrisi berfokus pada pengembangan produk yang tidak hanya halal tetapi juga *thayyib*, yaitu baik, sehat, dan bergizi. Lakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan produk baru yang memenuhi kriteria. *Labeling* atau berikan informasi yang jelas dan transparan tentang kandungan gizi dan asal-usul bahan pada kemasan produk.

4) Etika Dalam Pemasaran

Mengunakan iklan yang jujur dan tidak menyesatkan. Memastikan semua klaim tentang produk dapat dipertanggungjawabkan. Melibatkan konsumen dalam proses *feedback* untuk meningkatkan produk berdasarkan kebutuhan mereka. [2]

c. Indikator dalam Meningkatkan Kualitas Produk Berdasarkan Prinsip Syariah

Mengukur peningkatan kualitas produk berdasarkan prinsip syariah dapat dilakukan melalui beberapa indikator kunci yang mencakup aspek halal, *thayyib*, dan etika bisnis. Pertama, kandungan halal dapat diukur dengan memastikan bahwa semua bahan baku memiliki sertifikasi halal yang *valid* dan melakukan audit rutin terhadap pemasok untuk menjamin kepatuhan terhadap standar ini. Kedua, aspek *thayyib* dapat dinilai melalui uji laboratorium untuk memastikan produk aman, sehat, dan bergizi, serta melalui *survei* konsumen untuk mengumpulkan umpan balik mengenai rasa

[2] Farhan Alamsyah, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Syariah*,(Jakarta: Penerbit Kencana, 2020) hal 77-88

dan kualitas. Selanjutnya, transparansi informasi pada kemasan produk, seperti label gizi dan asal-usul bahan, menjadi indikator penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, etika pemasaran dapat diukur dengan mengamati kepatuhan terhadap prinsip kejujuran dalam iklan dan promosi, serta tingkat kepuasan pelanggan yang dapat diukur melalui *survei* dan ulasan. [3]

d. Implementasi Prinsip - Prinsip Syariah dalam Bisnis

Bisnis adalaha kegiatan ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja, mempekerjakan serta interaksi manusiawi lainnya yang bertujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan dalam Islam, berbisnis harus mengikuti prinsip- prinsip yang telah ditetapkan. Adapun prinsip - prinsip bisnis Islam yang perlu diperhatikan bagi setiap muslim adalah :

1.Tauhid (Kesatuan)

Konsep tauhid ini menawarkan keterpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka setiap muslim yang melakukan kegiatan bisnis, tidak akan melakukan paling tidak tiga hal. Pertama, deskriminasi terhadap pekerja, penjual dan pembeli atau mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, jenis kelamin, dan agama. Kedua, allah yang ditakuti dan dicintai dengan menanamkan dalam hati, termasuk saat melakukan bisnis. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah karena

[3] Siti Nurjanah, *Manajemen Kualitas Dalam Bisnis Syariah*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2018) hal 112-123

hakikatnya kekayaan adalah amanah dari allah. Indikator apa saja yang harus diterapkan pada bisnis syariah antara lain :

a. Kepatuhan syariah dalam transaksi : Contoh sebuah perusahaan menjamin bahwa semua produk yang dijualnya bebas dari unsur haram, seperti makanan yang tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang dalam Islam.
b. Laporan keuangan yang transparan: Contoh menyediakan laporan keuangan yang jelas dan transparan, tanpa praktik akuntansi yang menyesatkan, untuk membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan.
c. Kegiatan tanggung jawab sosial: Contoh perusahaan menyisihkan sebagian laba untuk kegiatan amal atau pengembangan masyarakat, seperti pendidikan atau kesehatan, sebagai bentuk kepedulian sosial.
d. Pendidikan dan pelatihan karyawan: Contoh menyelenggarakan pelatihan untuk karyawan mengenai nilai-nilai syariah dan etika bisnis, agar mereka memahami pentingnya integritas dalam pekerjaan.

2. Keseimbangan (Keadilan)

Keseimbangan sangat ditekankan oleh allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan* yaitu umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya, serta memiliki aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan begitu keseimbangan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan

dalam aktivitas bisnis. Indikator apa saja yang harus diterapkan pada bisnis syariah antara lain :

a. Pembagian keuntungan yang adil: Contoh dalam kemitraan bisnis, semua pihak menerima pembagian keuntungan sesuai dengan kontribusi yang diberikan, tanpa ada pihak yang merasa dirugikan.

b. Kebijakan gaji yang transparan: Contoh perusahaan menerapkan struktur gaji yang jelas dan adil, di mana karyawan dengan tanggung jawab dan kinerja yang sama mendapatkan imbalan yang setara.

3. Kebebasan

Manusia dianugrahi kebebasan (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khilafah. Dalam konteks bisnis, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Indikator apa saja yang harus diterapkan pada bisnis syariah antara lain :

a. Kebebasan berpendapat: Contoh menciptakan lingkungan kerja di mana karyawan dapat menyampaikan ide, saran, dan kritik tanpa takut akan konsekuensi negatif.

b. Otonomi dalam pengambilan keputusan: Contoh memberikan karyawan wewenang untuk membuat keputusan terkait tugas mereka, yang memungkinkan mereka untuk menjalankan kreativitas dan inovasi.

c. Kebebasan berinovasi: Contoh mendorong tim untuk mengembangkan produk atau layanan baru dengan memberikan waktu dan sumber daya untuk penelitian dan pengembangan.

d. Kebebasan berinteraksi dengan pelanggan: Contoh memberikan karyawan di lini depan kebebasan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, mendengarkan kebutuhan mereka, dan memberikan solusi yang sesuai.

4. Pertanggungjawaban

Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya mesti memiliki batas - batas tertsntu sesuai hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Al- Quran dan Hadits. Segala kebebasan dalam melakukan bisnis itu tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan. Indikator apa saja yang harus diterapkan pada bisnis syariah antara lain :

a. Laporan keuangan yang akurat: Contoh menyusun laporan keuangan secara berkala yang mencerminkan posisi keuangan perusahaan dengan transparan dan akurat, termasuk neraca, laporan laba rugi, dan arus kas.

b. Kepatuhan terhadap regulasi: Contoh memastikan bahwa semua praktik bisnis mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk pajak, keselamatan kerja, dan perlindungan konsumen.

c. Audit internal dan eksternal: Contoh melakukan audit secara rutin untuk mengevaluasi kepatuhan terhadap kebijakan internal dan standar industri, serta memperbaiki area yang perlu ditingkatkan.

d. Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR): Contoh membuat laporan tahunan yang menjelaskan inisiatif CSR yang diambil, dampaknya terhadap masyarakat, dan bagaimana perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya.

e. Tanggapan terhadap keluhan pelanggan: Contoh menyediakan mekanisme yang efisien untuk menangani keluhan pelanggan, serta melakukan tindak lanjut untuk memastikan masalah diselesaikan.

f. Pengembangan karyawan dan pelatihan: Contoh menawarkan program pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan untuk karyawan, serta memastikan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan tugas mereka dengan baik.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki peran yang penting untuk mencapai kepuasan konsumen sehingga apabila kualitas makanannya baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan juga akan semakin tinggi. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga lebih baik

jika dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk tersebut.[4] Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk dapat memberikan hasil atau kinerja yang sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan atau bahkan dapat melebihi keinginan pelanggan. Cronin dan Preis mengemukakan bahwa atribut kualitas produk makanan dapat dilihat dari segi:

1) Tampilan fisik produk dilihat dari warna, hiasan, dan juga bentuknya. Warna yang menarik dan hiasan serta bentuk yang bagus mempunyai nilai jual yang tinggi. Contoh: perpaduan warna yang terang mempunyai nilai jual lebih tinggi dibandingkan perpaduan warna gelap.

2) Kesesuaian atas spesifikasi kualitas dari produk yang dijual harus sesuai dengan yang dijanjikan. Produk yang ditawarkan mampu memberikan ukuran serta diameter yang sesuai dengan yang dijanjikan.

3) Variasi yang banyak variasi makanan atau cake yang banyak akan menarik untuk dilihat sehingga aspek ini menjadi alasan mengapa konsumen membeli produk tersebut. Kualitas produk dari sebuah usaha atau cafe merupakan hal yang penting untuk dipertahankan dan ditingkatkan karena konsumen tidak ingin mendapatkan makanan atau minuman yang tidak sesuai dengan harapan mereka.

---

[4] Indrawati. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus Di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan*, (Tulungagung), Penerbit : Bildung,(2017) hal. 40

Berikut beberapa pengertian kualitas produk menurut para ahli :

a) Menurut Deming, Kualitas Produk adalah apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen.

b) Menurut Davis, Kualitas Produk adalah kondisi dinamis yang memenuhi atau melebihi harapan.

c) Menurut Firmansyah, Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk *durabilitas, reliabilitas,* ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi.

d) Menurut Tjiptono, Kualitas produk adalah penilaian konsumen terhadap kelebihan atau keistimewaan produk.

e) Menurut Kotler, Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi.[5]

Kualitas produk adalah suatu karakteristik produk ataupun jasa yang bergantung pada kinerja dari produk ataupun jasa tersebut dalam mencukupi kebutuhan konsumen. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jika suatu produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang lebih baik, dalam hal ini berupa ketupat maka hal ini dapat membuat pelanggan puas terhadap produk yang dihasilkan oleh kedai ketupat lampu merah yang ditawarkan dan mereka akan

[5]Wisnu Pandu Utama,"Pengaruh Kualitas Produk , Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 3 No. 2,* (2024),hal. 130-138

cenderung untuk terus membeli ketupat. [6] Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menunjukkan berbagai fungsinya seperti pada indikator ketahanan, keandalan, ketepatan serta kemudahan dalam penggunaan produk. Suatu produk dapat dikatakan baik apabila mencakup indikator tersebut, adanya indikator tersebut diharapakn produk memiliki nilai lebih dibandingkan pesaingnya. Dimensi kualitas produk tersebut terdiri dari :

a) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.

b) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar daya tahan produk.

c) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidakditemukannya cacat pada produk.

d) *Features* adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

---

[6]Wisnu Pandu Utama,"Pengaruh Kualitas Produk , Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 3 No. 2,* (2024),hal. 130-138

e) *Reliabilty* (reliabilitas), adalah *probabilitas* bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

f) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

g) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengertiatau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.[7]

3. Produk

a. Pengertian Produk

Pengertian produk secara umum adalah segala sesuatu yang mampu dihasilkan dari proses produksi berupa barang ataupun jasa yang nantinya bisa diperjualbelikan di pasar. Pendapat lain ada yang mengatakan bahwa pengertian produk adalah suatu substansi yang diproduksi oleh pihak produsen dan ditawarkan ke pasar agar bisa memenuhi keperluan ataupun kebutuhan konsumen. Produk dalam hal ini bisa ditujukan untuk konsumen akhir ataupun konsumen antara. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka bisa kita tarik kesimpulan bahwa pengertian produksi adalah segala hal yang

[7] Zhurna Auliya Istiq Meidea,"Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Brand Swiching Melalui Ketidakpuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 13 No. 1,* (2024) hal. 188

bisa ditawarkan di pasar agar bisa dikonsumsi atau digunakan untuk bisa memenuhi keperluan atau kebutuhan konsumen di pasar.

Kotler mengatakan bahwa definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk juga dapat didefinisikan sebagai atribut fisik, *psikologi*, dan *simbolis* yang bisa menghasilkan kepuasan maupun manfaat bagi konsumen. Sekelompok atribut penting dalam suatu produk akan mempengaruhi sikap puas atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kunci keberhasilan perusahaan adalah produk berkualitas yang kebutuhan pasar, kepuasan konsumen. Produk adalah elemen inti dalam pemasaran. Perusahaan tidak bisa menjadi market

leader jika tidak memiliki produk yang superior dalam hal kualitas dan *value* (nilai). Dalam beberapa situasi, produk yang bersifat nyata atau tidak berwujud dapat digunakan untuk menciptakan satu produk yang utuh. Sehingga produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, mencakup barang fisik, jasa, pengalaman, *event*, seseorang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Beberapa pengertian produk menurut para ahli :

a. Menurut Basu Swastha dan Irawan Produk adalah sifat kompleks yang dapat diraba atau tidak, termasuk bungkus, harga, warna, prestise perusahaan, pelayanan, dan pengecer.

b. Menurut William J. Stanton Produk adalah kumpulan atribut nyata dan tidak nyata, termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, merek, jasa, dan reputasi penjualannya.

c. Menurut Fandy Tjiptono Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan,atau dikonsumsi pasar.

d. Menurut Kotler dan Armstrong Produk adalah semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, perolehan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

e. Buchari Alma Produk adalah seperangkat atribut baik terwujud maupun tidak berwujud, termasuk warna, harga, nama baik pabrik, nama baik pengecer, dan pelayanan pabrik serta pengecer.

f. Djaslim Saladin mengatakan bahwa pengertian produk adalah seluruh hal yang mampu memenuhi dan memuaskan kebutuhan manusia dalam bentuk yang eksis atau tidak eksis.

4. Kemasan (*packaging*)

a. Pengertian Kemasan (*packaging*)

Menurut Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan. Pengemasan (*packaging*) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan.

Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Produk merupakan gabungan antara isi dan kemasan. Banyak pihak yang mengatakan bahwa kemasan hanya merupakan sampah dan menambah beban biaya penjualan. Namun tidak demikian adanya, kemasan yang standar dapat mengangkat citra suatu produk, memberikan nilai tambah dalam penjualan dan dapat melindungi produk dengan baik. Kemasan harus dapat memenuhi harapan konsumen. Kemasan bisa memberikan perlindungan produk dengan baik dari cuaca, cahaya/sinar, perubahan suhu, jatuh, tumpukan, kotoran, serangga, bakteri dan lain-lain. Struktur kemasan mudah dibuka, mudah ditutup dan mudah dibawa.

Bentuk dan ukuran menarik sesuai dengan kebutuhan menciptakan daya tarik visual bagi konsumen. Bentuk fisik kemasan ditentukan oleh sifat produk itu sendiri, sistem penjualan, mekanis, *display*, distribusi dan segmen pasar. *Labeling* harus jelas dan lengkap dan disain kemasan dirancang unik dan khas sehingga tampak berbeda dengan produk lain.

Peran kemasan pada produk adalah sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain, dan memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Pemberian label dan merek pada makanan dan produk lain sangat penting sebagai pembeda terhadap pesaing. Agar desain kemasan tampil menarik dapat dikonsultasikan pada desainer kemasan. Desain kemasan harus menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan perlu dicantumkan nama produk, Komposisi, dan isi/netto. Kemasan standar yang menarik dapat dikatakan bisa menjual dirinya sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan karena bisa memasuki ke segmen- segmen pasar yang lain. [8]

[8] Alfin Mufreni, Pengaruh Desain Produk , Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Ekonomi Manajmen, Vol 2 No 2 (2022)* hal. 48-54

Direktorat Jenderal pengelolahan dan pemasaran hasil pertanian Kementerian pertanian Republik Indonesia menginformasikan fungsi kemasan adalah melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, benturan seta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk, Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merek yang tertera pada kemasan, dan meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan, pengiriman dan penyimpanan produk.

b. Jenis - Jenis Kemasan (*packaging*)

Menurut Kotler terdapat 6 elemen yang harus dipenuhi ketika membuat desain produk yaitu, ukuran, bentuk, material bahan, warna, text dan merk. Produk secara umum dibagi menjadi 3 yaitu padat (*solid*), cair (*liquid*) dan *granule* (*pellet*). Setiap jenis produk tersebut memerlukan penanganan yang berbeda, namun secara garis besar kemasan harus dapat melindungi cahaya dan kedap udara sehingga dapat memperpanjang usia produk. Terdapat 5 bahan utama kemasan yang awam digunakan baik oleh industry besar maupun UMKM, yaitu plastic, metal foil, sytrofoam, kaca dan kertas. Ada beberapa jenis kemasan yaitu kemasan primer (*consumerpack*) adalah kemasan yang langsung berhubungan atau bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceren. Sebagai contoh kemasan makanan ringan atau snack, kemasan sachet untuk sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instant, gelas plastik (*cup*) dan lain-lain, kemasan Sekunder

(*transport pack*) adalah kemasan kedua yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Jenis kemasan ini tidak langsung berhubungan atau kontak dengan produk yang dikemas. Sebagai contoh kemasan karton atau kardus mie instant, kemasan karton atau kardus air minum dalam kemasan dan lainlain, dan kemasan tersier adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan kontainer.

Beberapa bahan kemasan yang biasa digunakan yaitu bahan kemasan kaku atau rigid yakni kemasan kayu, logam, metal, besi, kaca dan botol. Sedangkan bahan kemasan lentur atau fleksibel biasanya terbuat plastik, kertas, multilayer, nilon atau vacum, aluminium foil dan metalized. Penggunaan bahan-bahan kemasan ini disesuaikan dengan karakteristik produk. Untuk produk makanan ringan atau snack yang sifatnya seperti keripik pisang, keripik singkong, amplang, keripik buah dan lain biasanya menggunakan bahan *aluminium foil* atau *metalized.* Secara struktur kemasan berbahan *aluminium foil* memiliki tiga lapisan yaitu lapisan cetak (OPP) sebagai pelindung lembab, lapisan pelindung (*Alu Foi*l) sebagai pelindung udara, cahaya, oksigen atau gas dan lapisan berikutnya adalah lapisan dalam (PE) sebagai pembungkus dan lapisan *seal*.

Secara umum kemasan sebaiknya bersifat informatif, identifikasi dengan jelas, menyampaikan manfaat dan penggunaannya, mempunyai label yang jelas sesuai dengan peraturan label dan periklanan, efektik, menarik dan

memberikan kemudahan. Rancangan kemasan ditentukan oleh karakteristik produk, proses produksi, jalur distribusi, segmen pasar, produk pesaing, sasaran pasar dan promosi. Kemasan juga sebagai media penandaan barang, warna kemasan mencerminkan isi, ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Agar tampil menarik kemasan perlu didesain sehingga sesuai dengan produk yang dikemas, sesuai dengan tingkat pemasaran yang dituju, *up to date*, menarik dan dapat diterima, *display* mudah, komunikatif dan berbeda dari produk pesaing. Desain kemasan meliputi desain bentuk dan desain grafis. Pada kemasan juga perlu ada pelabelan sebagai identifikasi, membantu penjulan produk dan pemenuhan peraturan perundang-undangan. Pemberian merek juga penting sebagai identitas, pembeda terhadap produk pesaing dan jaminan kualitas.

Menurut Rhina uchyani dan Heru irianto kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen dengan demikian, kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruh tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Dengan situasi persaingan yang semakin tajam, estetika merupakan suatu nilai tambah yang dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen.

Dengan mengetahui dasar-dasar pengetahuan tentang kemasan standar ini diharapkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dapat merancang dan membuat kemasan yang standar sehingga penampilan produk mereka dapt semakin menarik disamping itu juga produk UMKM dapat lebih higienis

dan sehat. UMKM juga dapat mendatangi desainer kemasan berkonsultasi jika hal tersebut diperlukan. Sehingga diharapkan dengan kemasan standar pemasaran produk UMKM semakin luas dan keuntungan juga semakin meningkat.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat memikat hati konsumen yaitu unik dan kreatif, terlihat beda dengan kemasan produk yang lain walaupun produk sama, sesuaikan desain kemasan dengan produk, contohnya produk keripik pisang maka desain kemasan dan tampilannnya berupa gambar buah pisang atau animasi buah dan kreativitas dalam desainya, buat kemasan berbagai ukuran dan bentuk, tujuannnya adalah agar konsumen mudah untuk membeli produk sesuai kebutuhan, dan buat kemasan yang dapat didaur ulang, tujuannnya agar biaya tidak mahal, ramah lingkungan dan ikut berperan menjaga kelestarian lingkungan.[9]

C. Bentuk Kemasan

Bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya. Beberapa kemasan dibuat lebih besar yang biasanya terdapat pada makanan kering, kemasan tersebut dibuat agar lebih menarik persepsi calon pembeli untuk dibandingkan

[9] Ari Widiati, "Peran Kemasan (*Packaging*) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak", *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Vol. 8 , No. 2 (2021*), hal 67-76

produk competitor. Konsumen beranggapan bahwa kemasan yang lebih besar berisi produk yang lebih banyak, penelitian yang dilakukan oleh Raghubir dan Krishna meskipun konsumen merasa isi atau volume produknya tidak sesuai atau lebih sedikit dari ukuran kemasannya, tidak merubah persepsi untuk menggunakan bentuk kemasan sebagai patokan dalam menentukan isi produk di dalamnya.

Bentuk kemasan sangat berpengaruh terhadap psikologis calon konsumen, dengan bentuk kemasan yang menarik dan terkesan besar akan membuat konsumen lebih tertatrik membeli. Hal ini banyak diterapkan pada saat-saat tertentu biasanya pada hari raya dan libur akhir tahun, produk biasa menjadi terkesan lebih bagus dan menarik ketika dikemas *bundle product* sehingga terkesan lebih hemat. Prendergast dan Mar dalam studinya menemukan bahwa konsumen merasa produk biasa menjadi lebih *value for money* ketika dikemas dengan bentuk kemasan yang lebih besar, dan kualitas menjadi pilihan interior ketika produk biasa dikemas dengan bentuk yang lebih besar.

B. Kajian Terdahulu

Dalam hal ini peneliti mengambil skripsi sebagai penelitian terdahulu yang relevan, antara lain:

Tabel 2.1

Kajian Terdahulu

NO	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Mila Lisnawati (2024)	Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Produk Sari Kurma Al Jazira Pada Pengusaha Muslim.	Hasil dari matriks IFAS dan EFAS serta penentuan grand strategi maka menunjukan posisi kuadran I. kuadaran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan suatu usaha.	Persamaan : Persamaannya yaitu sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan : Penelitian terdahulu membahas peningkatan produk sedangkan penelitian ini membahas kualitas produk[10]
2.	Vevi Andriani (2023)[11]	Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Di Desa Peninjauan Kecamatan	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pondok bakso mini dalam meningkatkan pendapatan.	Persamaan : Persamaannya yaitu sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan : Penelitian terdahulu

[10]Mila Lisnawati, Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Produk Sari Kurma Al Jazira Pada Pengusaha Muslim, *Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3 No. 2*,(2024) hal. 122

[11]Vevi Adriani, Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Di Desa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu, *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi, Vol. 3 No. 2,* (2023), hal : 59-73

		Maro Sebo Ulu		membahas tentang cara meningkatkan penjualan sedangkan penelitian ini membahas tentang meningkatkan kualitas produk
3.	Nura Widani (2020)[12]	Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Produksi Makanan Di RM. Prasmanan Tapen Bondowoso.	Rumah makan prasmanan desa Gunung Anyar adalah sebagai rumah makan yang berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi tidaklah salah karena eksistensi rumah makan prasmanan yang beroperasional di daerah yang mayoritas masyarakatnya Muslim mampu menjalankan usahanya dengan baik.	Persamaan nya sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya : Penelitian terdahulu membahas tentang prinsip ekonomi syariah dalam produksi makanan sedangkan penelitian ini membahas prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk.
4.	Safira Widianti (2023)[13]	Analisis Penerapan Prinsip- Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Minimarket 212 Mart Medan	Dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah di minimarket 212 Mart Medan Denai masih belum sepenuhya	Persamaanya sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya : Pada kajian terdahulu membahas

[12] Nura Widani, Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Produksi Makanan Di RM. Prasmanan Tapen Bondowoso, *Jurnal al- idarah, Vol. 1 No 1* (2020) hal. 82

[13] Safira Widianti, Analisis Penerapan Prinsip- Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Minimarket 212 Mart, *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, Vol. 6 No 4* (2023) hal. 41

			menerapkan prinsip-prinsip syariah, dari ke Enam prinsip yang ada hanya Lima prrinsip syariah saja yang diterapkan diantaranya yaitu prinsip keadilan (Al-Adliyah), prinsip berbuat kebaikan (Al-Iḥsān), prinsip ketercukupan (Al-Kifāyah), prinsip keseimbangan (Al-Wasaṭiyah), prinsip kejujuran (As- Shiddiq) dan kebenaran (Al-Haq).	penerapan prinsio syariah pada bisnis ritel.
5.	Trisna Dwi Salsabilah (2022)[14]	Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah	Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah menggunakan strategi stabilitas sehingga selalu menyesuaian dengan kondisi pada saat ini.	Persamaannya sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaanya : Penelitian terdahulu membahas strategi pemasaran pada kualitas produk sedangkan penelitian ini membahas prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas

[14] Trisna Dwi Salsabilah, Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 1 No 3* (2022) hal. 42

				produk.
6.	Rika (2023)[15]	Strategi Pemasaran Syariah Dalam Peningkatan Minat Beli Masyarakat Pada Bisnis Online Di Kec. Batulappa Kab. Pinrang	Dengan menerapkan strategi pemasaran syariah pada penjualannya, dari segi produk selalu memperhatikan kualitas dan kehalalan produknya, dari segi harga, menetapkan harga yang terjangkau dengan promosi yang menarik, para pebisnis online dapat meningkatkan penjualan dan minat beli masyarakat terhadap penjualan online.	Persamaanya sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya : Penelitian Terdahulu membahas strategi pemasaran dalam peningkatan minat beli sedangkan penelitian ini membahas prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk.

Sumber : Data Diolah 2024

[15] Rika, Strategi Pemasaran Syariah Dalam Peningkatan Minat Beli Masyarakat Pada Bisnis Online Di Kec. Batulappa Kab. Pinrang, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen Vol. 1 No 1* (2023) hal.72

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, karena dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa data yang menggambarkan secara rinci bukan data yang berupa angka.[16] Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikitpun belum diketahui. Demikian pula metode kualitatif memberikan rincian kelompok tentang fenomena yang sulit diungkapkan[17].

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di UMKM Katupek Aia Badarun di Kelurahan Balai-Balai, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat.

Penelitian ini direncanakan dari bulan Oktober 2024 - Februari 2025.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber yang dapat memberikan informasi secara langsung yang memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang akan melengkapi data yang dibutuhkan. Data

[16] S. Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 128

primer ini diperoleh secara langsung dari pemilik Kedai Katupek Aia Badarun baik dari hasil wawancara maupun observasi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara. Data sekunder bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang masalah penelitian. Sumber data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia. Data sekunder dari penelitian ini adalah seperti sumber referensi dari buku, jurnal.dan situs internet yang berhubungan dengan judul.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini yang akan menjadi informan utama adalah pemilik Kedai Katupek Aia Badarun dan yang menjadi informan penunjang yaitu karyawan yang bekerja dibagian pengolahan bahan baku makanan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dalam melakukan pengumpulan data (observasi) pada sebuah kedai sarapan pagi katupek aia badarun, kita dapat memulai dengan mengamati suasana kedai pada jam-jam sibuk, seperti saat sarapan. Dalam melakukan pengamatan tersebut kita dapat mencatat jumlah pengunjung, interaksi antara pelanggan dan pelayan, dan kebersihan makanan. Selain itu, kita dapat memperhatikan waktu tunggu pelanggan untuk mendapatkan

makanan serta mengamati kebersihan area dapur dan ruang makan. Dengan menggunakan catatan lapangan, kita juga bisa melihat dengan detail tentang kebersihan kedai, dekorasi, proses penyajian makanan, kemasan, dan respon pelanggan terhadap pelayanan. Obervasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.[18]

Adapun yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah obserasi partisipan dimana peneliti secara langsung terlibat dalam kegiatan yang dilakukan subjek yang diobservasi. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati. [19]

2. Wawancara

Dalam melakukan pengumpulan data melalui wawancara di sebuah kedai sarapan pagi Katupek Aia Badarun, kita dapat memulai dengan menetukan target wawancara seperti pemilik kedai, karyawan atau pelanggan. Misalnya, kita bisa mewawancarai pemilik untuk memahami visi dan misi kedai serta strategi mereka dalam memilih menu. Selama wawancara, kita dapat mengajukan pertanyaan terbuka mengenai tantangan yang dihadapi dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan. Selain itu, mewawancarai pelanggan juga penting untuk mendapatkan perspektif

[18] S. Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 172

[19] Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skrips*i (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm.104

mereka tentang rasa makanan, variasi menu, dan pengalaman keseluruhan di kedai. Dengan mencatat poin - poin penting kita dapat mengumpulkan informasi berharga yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

3. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi di sebuah kedai sarapan pagi Katupek Aia Badarun, kita dapat mengumpulkam berbagai jenis informasi yang relevan untuk di analisis. Misalnya kita mengumpulkan menu yang ada, termasuk harga dan deskripsi makanan untuk memahami penawaran produk yang tersedia. Selain itu, kita dapat mendokumentasikan catatan penjualan harian atau bulanan untuk menganalisis tren popularitas menu tertentu. Kita juga bisa mengumpulkan foto - foto kedai baik dari dalam maupun luar untuk mencatat suasana dan dekorasi yang ditawarkan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat

kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.[20] Langkah-langkah dalam proses menganalisis data ialah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data atau mereduksi data merupakan sebuah proses merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan pola yang cocok dan membuang yang tidak diperlukan. [21] Pada tahap ini peneliti melakukan penyederhanaan atau merangkum data berupa hal-hal pokok penting dari data yang telah peneliti kumpulkan yang berkaitan dengan diferensiasi produk dan volume penjualan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, untuk dapat menyajikan data peneliti mengumpulkan informasi dan mengelompokkannya sehingga tidak tercampur dengan data-data yang lain, hal ini dilakukan agar informasi atau data dapat dengan mudah disajikan dan dipahami.

---

[20] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpetif, interaktif dann konstruktif),* (Bandung: Alfabeta, 2022), hal. 130

[21] Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hal. 122

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data atau informasi yang telah peneliti peroleh. Pada tahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan membandingkan kesesuaianpernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung agar menghasilkan data yang sesuai dengan fenomena - fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Usaha dan Sejarah Berdirinya UMKM Katupek Aia Badarun

a. Profil UMKM Katupek Aia Badarun

1) Nama Usaha : Kedai Katupek Aia Badarun

2) Nama Pemilik : Mursida

3) Alamat : Jalan Teladan, Balai-Balai, Kec. Padang Panjang Barat

4) Waktu Berdiri : Pada Tahun 2011

5) Jam Operasional : 07.00 - 13.00 WIB

b. Sejarah Berdirinya Kedai Katupek Aia Badarun

Pada tahun 2011, seseorang yang bernama Ibuk Mursida mendirikan sebuah usaha kuliner sederhana yang kemudian dikenal sebagai Katupek Aia Badarun. Awalnya, usaha ini beroperasi dengan fasilitas seadanya, menggunakan tenda-tenda sederhana sebagai tempat berjualan. Pada masa itu, Mursida menjalankan usaha ini seorang diri, tanpa bantuan karyawan. Namun, seiring berjalannya waktu, kegigihan dan dedikasi Mursida mulai membuahkan hasil. Usaha Katupek Aia Badarun perlahan-lahan berkembang, menarik perhatian pelanggan dengan cita rasa khasnya.

Perubahan signifikan mulai terlihat ketika Ibuk Mursida merekrut dua orang karyawan pertama untuk membantu operasional kedai. Penambahan tenaga kerja ini memungkinkan Katupek Aia Badarun untuk melayani lebih banyak pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional. Pada tahun 2015, sebagai langkah untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mengembangkan usaha, lokasi kedai dipindahkan ke Jalan Teladan, Balai-Balai. Perpindahan ini menandai babak baru dalam perjalanan Katupek Aia Badarun, dengan harapan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Seiring dengan meningkatnya permintaan, Ibuk Mursida kembali menambah jumlah karyawan menjadi tiga orang. Penambahan ini tidak hanya membantu meringankan beban kerja, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Sayangnya, pada tahun 2021, Mursida berpulang ke Rahmatullah. Kepergian beliau meninggalkan duka mendalam bagi keluarga dan pelanggan setia Katupek Aia Badarun. Namun, semangat dan warisan beliau tidak lantas padam. Anak kandung Ibuk Mursida, Habibatul Rahmatia, mengambil alih tanggung jawab untuk melanjutkan usaha keluarga ini.

Dengan dedikasi dan kecintaan terhadap warisan ibunya, Habibatul Rahmatia berhasil menjaga keberlangsungan Katupek Aia Badarun. Di bawah kepemimpinannya, kedai ini terus beroperasi hingga saat ini, tetap mempertahankan cita rasa otentik dan kualitas

yang telah menjadi ciri khasnya. Habibatul Rahmatia tidak hanya meneruskan usaha ibunya, tetapi juga berusaha untuk mengembangkan Katupek Aia Badarun agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Dengan sentuhan inovasi tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional, Katupek Aia Badarun terus melayani pelanggan setianya dan menjadi salah satu destinasi kuliner yang digemari di Padang Panjang.

2. Visi dan Misi Katupek Aia Badarun

Seorang pemilik usaha pasti mempunyai visi dan misi untuk menjadi tolak ukur dalam menjalankan usahanya. Visi dan misi Kedai Katupek Aia Badarun Padang Panjang sebagai berikut :

Visi : Menjadikan kedai sarapan pagi yang termuka yang menyediakan makanan sehat, lezat, dan berkualitas tinggi, serta menciptakan pengalaman bersantap yang nyaman bagi seluruh pelanggan.

Misi :

a. Kualitas makanan : menyajikan berbagai pilihan sarapan menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas.

b. Pelayanan pelanggan : memberikan pelayanan yang ramah dan cepat untuk memastikan kepuasan pelanggan.

c. Menu Inovasi : memperkenalkan menu yang inovatif dan bervariasi untuk memenuhi selera pelanggan yang beragam.

d. Lingkungan nyaman : menciptakan suasana yang nyaman dan bersih di kedai untuk pengalaman bersantap yang menyenangkan.

3. Pengelola Katupek Aia Badarun

Dalam konteks operasional sebuah usaha, pengelola memegang peranan krusial sebagai individu atau entitas yang bertanggung jawab atas pengaturan, pengelolaan, dan pengawasan seluruh kegiatan, organisasi, serta sumber daya yang terlibat. Pengelola bertugas memastikan bahwa setiap aspek usaha berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Di Kedai Katupek Aia Badarun, meskipun struktur organisasi formal belum diterapkan, fungsi pengelolaan tetap dijalankan oleh beberapa individu yang memiliki peran dan tanggung jawab spesifik.

Habibatul Rahmatia, sebagai pemilik usaha, memegang kendali utama dalam pengelolaan Kedai Katupek Aia Badarun. Ia tidak hanya bertanggung jawab atas visi dan arah strategis usaha, tetapi juga terlibat langsung dalam operasional sehari-hari. Selain itu, Habibatul Rahmatia juga merangkap sebagai kasir, menunjukkan keterlibatannya yang mendalam dalam setiap aspek usaha. Di samping itu, Noviza Maria berperan sebagai karyawan bagian pelayanan pelanggan, yang bertugas untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menerima pesanan, dan memastikan kepuasan pelanggan. Noviza Maria menjadi wajah dari Kedai Katupek Aia Badarun, yang menciptakan pengalaman positif bagi setiap pengunjung.

Di bagian produksi, Lusi Arni dan Gadimar bertanggung jawab atas persiapan dan memasak hidangan Katupek Aia Badarun. Mereka memastikan bahwa setiap hidangan disajikan dengan cita rasa yang konsisten dan berkualitas tinggi. Keahlian dan dedikasi mereka dalam memasak menjadi faktor penting dalam menjaga reputasi Kedai Katupek Aia Badarun. Meskipun tidak ada struktur organisasi formal, pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas memungkinkan setiap individu untuk fokus pada peran masing-masing, sehingga menciptakan operasional yang efisien dan efektif. Dengan adanya pengelola yang kompeten dan berdedikasi, Kedai Katupek Aia Badarun dapat terus berkembang dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

Masing - masing memiliki tugas dan tanggung jawab yaitu :

a. Pemilik

1) Menentukan arah dan tujuan jangka panjang perusahaan atau bisnis.

2) Membangun dan melaksanakan strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan.

3) Membangun dan memelihara hubungan dengan mitra bisnis, pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya.

4) Memantau kinerja keuangan perusahaan dan membuat keputusan investasi yang bijaksana.

b. Karyawan

1) Melakukan kegiatan promosi dan pemasaran produk Katupek Aia Badarun baik secara online maupun offline.
2) Mengelola data perusahaan seperti data penjualan, persediaan, dan keuangan.
3) Menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan sesuai dengan standar perusahaan.
4) Berkomunikasi dengan atasan, rekan dan pelanggan secara jelas dan profesional.

c. Produksi

1) Memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang kompetitif.
2) Melakukan proses produksi sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.
3) Melakukan pemeriksaan kualitas secara berkala untuk memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan standar.
4) Melakukan perawatan dan perbaikan alat - alat produksi secara rutin.
5) Memastikan jumlah dan jenis produk yang akan diproduksi berdasarkan permintaan pasar dan kapasitas produksi.

4. Modal Usaha

Pada tahun 2011, dengan semangat kewirausahaan yang kuat, Ibuk Mursida memulai perjalanan bisnisnya dengan mendirikan Kedai Katupek Aia Badarun. Untuk mewujudkan impian ini, ia menginvestasikan modal awal sebesar kurang lebih Rp 40 juta, yang sepenuhnya berasal dari tabungan pribadinya. Keputusan untuk menggunakan dana pribadi menunjukkan tekad dan keyakinan Ibuk Mursida terhadap potensi usaha yang dirintisnya. Modal tersebut digunakan untuk berbagai keperluan awal, termasuk pembelian peralatan masak, bahan baku, perlengkapan kedai, dan penyewaan tempat usaha yang saat itu masih berupa tenda sederhana.

Penggunaan modal pribadi juga mencerminkan risiko yang diambil oleh Ibuk Mursida. Dalam dunia bisnis, menggunakan dana sendiri tanpa pinjaman eksternal menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang tinggi terhadap ide dan rencana bisnis. Namun, hal ini juga berarti bahwa seluruh risiko finansial ditanggung sendiri. Dengan modal yang terbatas, Ibuk Mursida harus cermat dalam mengelola setiap pengeluaran, memastikan bahwa setiap rupiah yang diinvestasikan memberikan nilai tambah bagi usahanya.

Keputusan Ibuk Mursida untuk memulai usaha dengan modal sendiri juga mencerminkan kemandirian dan keberaniannya dalam menghadapi tantangan. Di tengah keterbatasan sumber daya, ia mampu membangun fondasi yang kuat bagi Kedai Katupek Aia Badarun. Modal awal yang

diinvestasikan tidak hanya berupa uang, tetapi juga mencakup waktu, tenaga, dan dedikasi Ibuk Mursida untuk menciptakan usaha yang sukses. Dengan modal yang relatif kecil, ia berhasil memulai usaha yang kemudian berkembang menjadi salah satu kedai sarapan pagi yang dikenal di Padang Panjang.

5. Jumlah Karyawan Katupek Aia Badarun

Karyawan di Katupek Aia Badarun terdiri dari tiga orang karyawan dengan tugas yang berbeda. Seorang karyawan bertugas melayani pelanggan secara langsung di kedai dengan jam kerja yang cukup panjang, yakni dari pukul 07.00 hingga 13.00 WIB. Sementara itu, karyawan lainnya berfokus pada proses pembuatan produk dan membeli bahan - bahan baku untuk persediaan. Karyawan ini memiliki jadwal kerja yang lebih fleksibel yaitu selama 2 jam setiap harinya pada pukul 10.00 hingga 12.00 WIB. Sedangkan karyawan yang bekerja pada bagian proses produksi memiliki jadwal kerja selama 4 jam setiap hari pada pukul 13.00 hingga 16.00 WIB.

B. Hasil Penelitian

Menurut Kotler produk adalah sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan atapun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan serta organisasi. Kedai Katupek Aia Badarun menyediakan berbagai macam produk atau makanan khas daerah. Berikut disajukan tabel jenis produk yang ada di Kedai Katupek Aia Badarun.

Tabel 4.1

Daftar Jenis Produk Katupek di Beberapa UMKM Katupek di Kota Padang Panjang

Nama UMKM dan Jenis Produk Katupek			
Katupek Aia Badarun	Katupek Pitalah	Katupek Lampu Merah	Katupek Salero Kampuang
1. Katupek Gulai Paku	1. Katupek Gulai Cubadak	1. Katupek Gulai Cubadak	1. Katupek Gulai Sayur
2. Katupek Gulai Cubadak	2. Katupek Gulai sayur	2. Katupek Gulai Cancang	2. Katupek Gulai Toco
3. Katupek Gulai Buncis		3. Katupek Gulai Jengkol	3. Katupek Gulai Cubadak
4. Katupek Gulai Campur			

Sumber : wawancara dengan pemilik usaha pada tanggal 31 Januari 2025

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan daftar jenis produk katupek di beberapa UMKM di Kota Padang Panjang. Untuk produk Katupek Aia Badarun terdiri dari 4 jenis produk, yaitu gulai paku, gulai cubadak, gulai buncis, dan gulai campur. Untuk produk katupek pitalah terdiri dari 2 jenis produk yaitu gulai cubadak, dan gulai sayur. Untuk produk katupek lampu merah terdiri dari 3 jenis produk yaitu gulai cubadak, gulai cancang, dan gulai jengkol. Selanjutnya untu produk katupek salero kampuang terdiri dari 3 jenis yaitu gulai sayur, gulai toco dan gulai cubadak. Dapat dilihat bahwa jenis produk katupek dibeberapa UMKM Kota Padang Panjang hampir sama,

namun ada beberapa produk yang belum disediakan oleh Katupek Aia Badarun seperti katupek gulai cancang dan katupek gulai jengkol.

Meskipun Kedai Katupek Aia Badarun memiliki produk yang khas, perkembangan bisnis menunjukkan bahawa beberapa pesaing telah memperkenalkan variasi produk yang lebih beragam. Untuk itu Katupek Aia Badarun perlu meningkatkan kualitas produknya agar tetap bersaing dan unggul di pasar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

1) Meningkatkan Kualitas Produk

Meningkatkan kualitas produk secara umum merujuk kepada proses sistematis yang dilakukan untuk memperbaiki karakteristik, performa, dan kepuasan pengguna terhadap suatu produk, layanan, atau proses. Proses ini melibatkan identifikasi area yang memerlukan perbaikan, penerapan standar yang lebih tinggi, serta penggunaan metode dan alat yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan. Meningkatkan kualitas tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pelatihan sumber daya manusia, pengembangan budaya kerja yang positif, dan pengumpulan umpan balik dari pelanggan. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kualitas bertujuan untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi operasional, dan menguatkan posisi kompetitif di pasar.

Menurut Kotler dan Keller mengemukakan kualitas produk berkaitan dengan kemampuan fungsi dari suatu produk yang menghasilkan manfaat bagi penggunanya. Dapat dilihat dari prinsip-prinsip bisnis syariah yaitu

ketauhitan, keadilan, kebebasan dan pertanggungjawaban. Pihak Katupek Aia Badarun mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah ini melalui beberapa hal antara lain :

a. Ketauhitan (kesatuan)

Dalam bisnis syariah ketauhitan mendorong pelaku usaha untuk bertindak etis dan moral, menjaga integritas, menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas serta memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Kejujuran dan keadilan menjadi nilai penting dalam setiap transaksi. Di dalam usaha ini sudah menerapkan dalam melakukan prinsip syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha mengatakan bahwa :

" *Produk Kedai Katupek Aia Badarun menggunakan bahan-bahan yang segar setiap harinya dengam menggunakan bahan baku yang berkualitas agar produk yang dihasilkan tetap konsisten*."

Keunggulan ini tidak hanya memberikan kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang membedakan Katupek Aia Badarun dari para pesaingnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Ibu Ratini :

"*Saya tertarik membeli produk makanan di Kedai Katupek Aia Badarun karena rasa nya enak dan harga nya terjangkau. Namun dari segi daya tahan kemasan (packaging) belum maksimal, dimana masih menggunakan plastik biasa, dapat kita lihat pada zaman sekarang banyak*

berbagai kemasan yang daya tahannya lebih kuat seperti menggunakan mika atau kemasan plastik kotak lainya."

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Ibu Darnelis mengatakan bahwa :

"*Saya tertarik mencoba Katupek Aia Badarun karena mereka menawarkan menu yang cukup dikenal masyarakat yaitu katupek gulainya."*

b. Keadilan

Keadilan menuntut agar setiap transaksi bisnis dilakukan dengan cara yang adil dan transparan. Semua pihak harus mendapatkan haknya tanpa penipuan. Berdasrkan hasil wawancara dengan pemilik usaha mengatakan bahwa :

"*Kedai Katupek Aia Badarun belum maksimal dalam memastikan bahwa semua transaksi dilakukan secara adil dan tidak merugikan salah satu pihak, seperti dalam melakukan pembayaran uang yang diberikan berlebih atau total makanan yang dihitung ternyata berlebih.*"

Dalam bisnis syariah keadilan berarti adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban bagi semua ihak yang terlibat, baik antara pemilik bisnis, karyawan, maupun pelanggan.

Namun pada usaha Katupek Aia Badarun ini belum maksimal dalam menerapkan struktur gaji yang tepat waktu. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan mengatakan bahwa :

"*Gaji tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, selalu di undur-undur oleh si pemilik dengan berbagai alasan yang diberikan."*

Namun pada usaha Katupek Aia Badarun ini selalu menyisihkan sebagian labanya untuk kegiatan amal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha mengatakan bahwa :

"*Pada usaha Kedai Katupek Aia Badarun ini menyisihkan sebagian laba nya untuk kegiatan amal seperti berinfak ke mesjid atau memberikan makanan atau uang kepada orang yang membutuhkan."*

c. Kebebasan

Dalam menjalankan kebebasan berbisnis, pelaku usaha harus tetap menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan transparansi baik dalam komunikasi dengan konsummen maupun dalam praktik bisnis. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha mengatakan bahwa :

"*Pada produk Katupek Aia Badarun ini belum maksimal dalam menjaga kebebasan dalam berinovasi untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen dan memastikan bahwa inovasi yang direncanakan tetap dalam kerangka syariah. Ini bisa mencakup pengembangan produk baru, metode pengolahan, atau penyajian yang tetap halal.*"

Namun sebagai pengusaha makanan kedai Katupek Aia Badarun dapat bertanggungjawab terhadap masyarakat atau pelanggannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha mengatakan bahwa :

"*Produk yang dihasilkan oleh Kedai Katupek Aia Badarun selalu memperhatikan kualitas bahan-bahan baku, konsisten dengan rasa makanan, dan melayani atauu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan."*

d. Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban dalam bisnis syariah mengacu pada kewajiban usaha pelaku untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan atau dijual memenuhi standar kualitas, halal, dan etis sesuai dengan prinsip syariah. Pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang dijual aman dan berkualitas tinggi. Namun sebagai pengusaha makanan kedai Katupek Aia Badarun dapat bertanggungjawab terhadap masyarakat atau pelanggannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha mengatakan bahwa :

"*Produk yang dihasilkan oleh Kedai Katupek Aia Badarun selalu memperhatikan kualitas bahan-bahan baku, konsisten dengan rasa makanan, dan melayani atauu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan."*

Namun di dalam menjaga kebersihan Kedai Katupek Aia Badarun belum maksimal. Beberapa hasil wawancara dengan konsumen Ibuk Erna mengatakan bahwa:

"*Lumayan bersih tetapi harus dimaksimalkan lagi pada limbah gulainya."*

Berdasarkan hasil penelitian dapat saya analisis bahwa Kedai Katupek Aia Badarun dapat menawarkan produknya kepada pelanggan dengan mempertahankan kualitas produk , konsisten dengan rasa makanan, bertanggung jawab dan dapat menerapkan prinsip-prinsip syariah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Implementasi prinsip- prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi UMKM Katupek Aia Badarun

Implementasi prinsip-prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi di UMKM Katupek Aia Badarun merupakan upaya yang komprehensif, mencakup berbagai aspek operasional dan etika bisnis. Prinsip ketauhitan diwujudkan dengan memastikan bahwa seluruh proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyajian, dilakukan dengan integritas dan kejujuran. Penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi, seperti yang diungkapkan oleh pemilik usaha, mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai etika dan moral yang dianjurkan dalam bisnis syariah. Konsistensi dalam menjaga kualitas bahan baku ini tidak hanya memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga membedakan Katupek Aia Badarun dari pesaing.

Prinsip keadilan diimplementasikan melalui upaya untuk memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan secara adil dan transparan. Meskipun masih ada kendala dalam hal transparansi transaksi dan keterlambatan pembayaran gaji karyawan, Katupek Aia Badarun menunjukkan komitmen terhadap keadilan melalui kegiatan amal, seperti menyisihkan sebagian laba untuk berinfak dan memberikan bantuan kepada yang membutuhkan. Upaya ini mencerminkan pemahaman bahwa keadilan tidak hanya terbatas pada transaksi bisnis tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial.

Prinsip kebebasan diwujudkan dengan memberikan ruang bagi inovasi produk, seperti penambahan variasi menu. Namun, pemilik usaha mengakui bahwa inovasi yang dilakukan belum maksimal dalam mengikuti tren pasar. Meskipun demikian, komitmen terhadap kualitas bahan baku dan pelayanan yang baik menunjukkan tanggung jawab terhadap pelanggan.

Prinsip pertanggungjawaban diimplementasikan dengan memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas, halal, dan etis. Katupek Aia Badarun bertanggung jawab terhadap pelanggan dengan menjaga kualitas bahan baku, konsistensi rasa, dan pelayanan yang baik. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan dalam hal kebersihan, terutama pengelolaan limbah gulai, dan kualitas kemasan.

Secara keseluruhan, implementasi prinsip-prinsip bisnis syariah di Katupek Aia Badarun menunjukkan komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai Islam. Meskipun masih ada kendala yang perlu diatasi, seperti kurangnya

transparansi transaksi, keterlambatan pembayaran gaji, kurangnya inovasi produk, dan masalah kebersihan, upaya yang telah dilakukan menunjukkan potensi besar untuk perbaikan. Dengan terus meningkatkan penerapan prinsip-prinsip syariah, Katupek Aia Badarun dapat memperkuat kualitas produk, membangun kepercayaan pelanggan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

2. Kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang

Kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi UMKM Katupek Aia Badarun di Padang Panjang meliputi beberapa aspek. Dalam prinsip keadilan, kendala utama adalah belum maksimalnya transparansi transaksi dan keterlambatan pembayaran gaji karyawan, yang berpotensi merugikan pihak terkait. Dalam prinsip kebebasan, terlihat kurangnya inovasi produk untuk mengikuti tren pasar, yang dapat menghambat daya saing. Pada prinsip pertanggungjawaban, masalah kebersihan, terutama pengelolaan limbah gulai, dan kualitas kemasan menjadi kendala yang perlu segera diatasi.

Secara umum, kurangnya pemahaman mendalam tentang prinsip syariah dan keterbatasan sumber daya juga menjadi penghambat. Meskipun demikian, komitmen Katupek Aia Badarun terhadap penggunaan bahan baku berkualitas dan kegiatan amal menunjukkan adanya potensi untuk perbaikan. Dengan mengatasi kendala-kendala ini, UMKM Katupek Aia Badarun dapat

meningkatkan kualitas produk dan menjalankan bisnis sesuai prinsip syariah secara lebih efektif. Dari hasil analisis, kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi UMKM Katupek Aia Badarun di Padang Panjang dapat dirangkum sebagai berikut: Prinsip Keadilan yaitu belum maksimalnya transparansi dalam transaksi, yang berpotensi menimbulkan ketidakadilan bagi pelanggan atau pihak terkait lainnya dan keterlambatan dalam pembayaran gaji karyawan, yang melanggar prinsip keadilan dalam hubungan kerja. Prinsip Kebebasan yaitu kurangnya inovasi produk untuk mengikuti tren pasar yang dinamis, sehingga dapat menghambat daya saing UMKM.

Hal ini menunjukkan keterbatasan dalam memanfaatkan kebebasan untuk berinovasi sesuai prinsip syariah. Prinsip Pertanggungjawaban yaitu maasalah kebersihan, terutama dalam pengelolaan limbah gulai, yang belum optimal, kualitas kemasan yang perlu ditingkatkan untuk menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan dan kurang maksimal dalam menjaga kebersihan kedai. Ada beberapa kendala secara umum yaitu kurangnya pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis, dan keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun sumber daya manusia, yang dapat menghambat implementasi prinsip syariah secara efektif, dan masih terdapat kekurangan di dalam pembayaran uang yang diberikan berlebih atau total makanan yang dihitung ternyata berlebih.

Kendala-kendala ini menunjukkan bahwa meskipun Katupek Aia Badarun memiliki komitmen terhadap prinsip syariah, masih ada tantangan yang perlu diatasi. Dengan fokus pada perbaikan dalam area-area ini, UMKM Katupek Aia Badarun dapat meningkatkan kualitas produknya dan menjalankan bisnis yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian UMKM Katupek Aia Badarun tentang implementasi prinsip-prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi, maka dapat disimpulkan bahwa UMKM Katupek Aia Badarun di Padang Panjang.

1. Implementasi prinsip-prinsip bisnis syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi pada UMKM Katupek Aia Badarun dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi mereka menunjukkan komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai Islam. Penerapan prinsip ketauhitan tercermin dalam pemilihan bahan baku yang segar dan berkualitas, serta integritas dalam proses produksi. Prinsip keadilan diwujudkan melalui transaksi yang transparan dan upaya untuk mensejahterakan karyawan, meskipun masih perlu peningkatan dalam pembayaran gaji yang tepat waktu. Kegiatan amal yang dilakukan juga menunjukkan komitmen terhadap keadilan sosial. Prinsip kebebasan memberikan ruang bagi inovasi produk, seperti penambahan variasi gulai cancang, yang tetap sesuai dengan prinsip syariah. Tanggung jawab terhadap pelanggan diwujudkan dengan menjaga kualitas bahan baku, pelayanan, dan kebersihan kedai. Meskipun masih ada ruang untuk perbaikan, seperti pengelolaan limbah gulai, konsistensi rasa dan pelayanan pelanggan menunjukkan komitmen terhadap prinsip pertanggungjawaban. Dengan terus meningkatkan penerapan prinsip-prinsip syariah ini, Katupek Aia Badarun tidak hanya memperkuat kualitas produk

dan memperluas variasi menu, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan, yang sangat penting untuk bersaing dan unggul di pasar yang kompetitif. Penerapan prinsip syariah secara konsisten akan menjadi fondasi yang kuat bagi keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM ini di masa depan.

2. Kendala implementasi prinsip syariah dalam meningkatkan kualitas produk sarapan pagi UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang. Kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM Katupek Aia Badarun dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah untuk meningkatkan kualitas produk sarapan pagi mereka di Padang Panjang menunjukkan adanya tantangan yang *kompleks* dan *multidimensional.* Dari aspek keadilan, belum optimalnya transparansi transaksi dan keterlambatan pembayaran gaji karyawan menciptakan potensi ketidakadilan yang dapat merugikan pihak-pihak terkait. Dalam konteks kebebasan, kurangnya inovasi produk untuk mengikuti tren pasar yang dinamis dapat menghambat daya saing UMKM ini di tengah persaingan yang semakin ketat. Sementara itu, dari segi tanggung jawab, masalah kebersihan, terutama dalam pengelolaan limbah gulai, serta kualitas kemasan, menjadi kendala krusial yang perlu segera diatasi untuk menjaga kepercayaan konsumen. Secara lebih luas, kurangnya pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip syariah dan keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun sumber daya manusia, juga menjadi faktor penghambat yang signifikan. Meskipun demikian, komitmen Katupek Aia Badarun terhadap penggunaan bahan baku berkualitas dan kegiatan amal menunjukkan adanya potensi besar untuk

perbaikan. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi kendala-kendala ini secara sistematis dan berkelanjutan, UMKM Katupek Aia Badarun dapat meningkatkan kualitas produk mereka secara signifikan, menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah secara lebih efektif, dan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran dan pihak terkait, saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak Katupek Aia Badarun

   Diharapkan kepada pemilik usaha untuk lebih mengembangkan jenis produk agar bisa bersaing di pasar yang lebih luas dan tetap konsisten dalam menjaga kualitas bahan baku dan kenyamanan konsumen.

2. Bagi pihak peneliti selanjutnya

   Diharapkan dimasa yang akan dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan akan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan prinsip-prinsip syariah lainnya dengan perolehan informasi yang lebih banyak, tempat yang berbeda, analisis yang lebih tepat dan tetap berhubungan dengan implementasi prinsip-prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Adriani, Vevi, Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Di Desa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu, *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi, Vol. 3 No. 2,* (2023)

Ahmad,"Pemasaran Makanan Halal", *Jurnal Perspektif Islam, Vol. 1 No. 2*,(2019)

Alamsyah, Farhan, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Syariah*,(Jakarta: Penerbit Kencana, 2020)

Anam, Choirul,"Prinsip Ekonomi Islam, Implementasi, Hambatan Dan Solusinya Dalam Realitas Politik Indonesia Terkini", *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan, Vol. 1 No. 1* (2020)

Auliya, Zhumaa Istiq Meidea,"Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Brand Swiching Melalui Ketidakpuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 13 No. 1,* (2024)

Dwi , Trisna Salsabilah, Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 1 No 3* (2022)

Fatoni, Abdurahman, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skrips*i (Jakarta:Rineka Cipta, 2016)

Indrawati. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus Di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan*, (Tulungagung), Penerbit : Bildung,(2017)

Junia, Sandra Tsania, "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa", *Jurnal Maneksi, Vol. 13 No. 2* (2024)

Lisnawati, Mila, Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Produk Sari Kurma Al Jazira Pada Pengusaha Muslim, *Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3 No. 2*,(2024)

Moh. Nazir, *Metode Peneliltian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015)

Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 2015)

Mufreni, Alfin, Pengaruh Desain Produk , Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Ekonomi Manajmen, Vol 2 No 2 (2022)*

S. Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015)

Nurjanah, Siti, *Manajemen Kualitas Dalam Bisnis Syariah*,(Jakart: Penerbit Salemba Empat, 2018)

Pandu, Wisnu Utama,"Pengaruh Kualitas Produk , Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 3 No. 2,* (2024)

Pandu, Wisnu Utama,"Pengaruh Kualitas Produk , Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 3 No. 2, (2024)*

Rika, Strategi Pemasaran Syariah Dalam Peningkatan Minat Beli Masyarakat Pada Bisnis Online Di Kec. Batulappa Kab. Pinrang, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen Vol. 1 No 1* (2023)

Samsu, Metode Penelitian: *Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), (2017)

Siyoto, Sandu, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015)

Strauss, Ansellm, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2017)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpetif, interaktif dann konstruktif),* (Bandung: Alfabeta, 2022)

Trisna, Erni, *Manajemen Bisnis Syariah*,(Jakarta : Penerbit Prenada Media, 2018)

Widani, Nura, Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Produksi Makanan Di RM. Prasmanan Tapen Bondowoso, *Jurnal al- idarah, Vol. 1 No 1* (2020)

Widianti, Safira, Analisis Penerapan Prinsip- Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Minimarket 212 Mart, *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, Vol. 6 No 4* (2023)

Widiati, Ari, "Peran Kemasan (*Packaging*) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak", *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Vol. 8 , No. 2 (2021*).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara Penelitian Skripsi

Judul : Implementasi Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badaraun Padang Panjang.

Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya Kedai Katupek Aia Badarun?
2. Apa saja visi dan misi Kedai Katupek Aia Badarun?
3. Apa saja yang melatarbelakangi membuka usaha Kedai Sarapan Pagi?
4. Untuk memulai usaha berapa modal awal yang dikeluarkan?
5. Bagaimana struktur organisasi pada Kedai Katupek Aia Badarun?
6. Apakah dalam usaha ini menyisihkan sebagian laba untuk kegiatan amal?
7. Apakah semua produk yang dijual menggunakan bahan-bahan yang segar?
8. Apakah Kedai Katupek Aia Badarun menerapkan struktur gaji yang jelas dan tepat waktu?
9. Apa langkah – langkah yang dapat diambil untuk memastikan bahwa semua transaksi dilakukan secara adil dan tidak merugikan salah satu pihak?
10. Bagaimana pengusaha makanan dapat menjaga kebebasan dalam berinovasi sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah?
11. Apa saja bentuk tanggungjawab yang harus diambil oleh pengusaha makanan terhadap masyarakat?
12. Apa pengalaman Bapak/Ibuk dalam melayani pelanggan dan bagaimana menanganinya dalam situasi sulit?
13. Apa yang Bapak/Ibuk lakukan jika ada masalah dengan pesanan pelanggan?
14. Apa yang Bapak/Ibuk lakukan untuk memasikan semua bahan makanan selalu tersedia?

Pertanyaan Wawancara Untuk Pembeli

1. Apa yang membuat anda tertarik untuk mencoba produk sarapan pagi Katupek Aia Badarun?
2. Bagaimana anda menilai kualitas produk sarapan pagi Katupek Aia Badarun yang ditawarkan?
3. Apakah Katupek Aia Badarun sudah memperhatikan kebersihan fasilitas yang telah disediakan?

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://feb.uinbukittinggi.ac.id | Email : feb@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-0189/Un.26.3/PP.07/01/2025 16 Januari 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan/Pemilik Usaha Kadai Katupek Aia Badarun
Kota Padang Panjang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

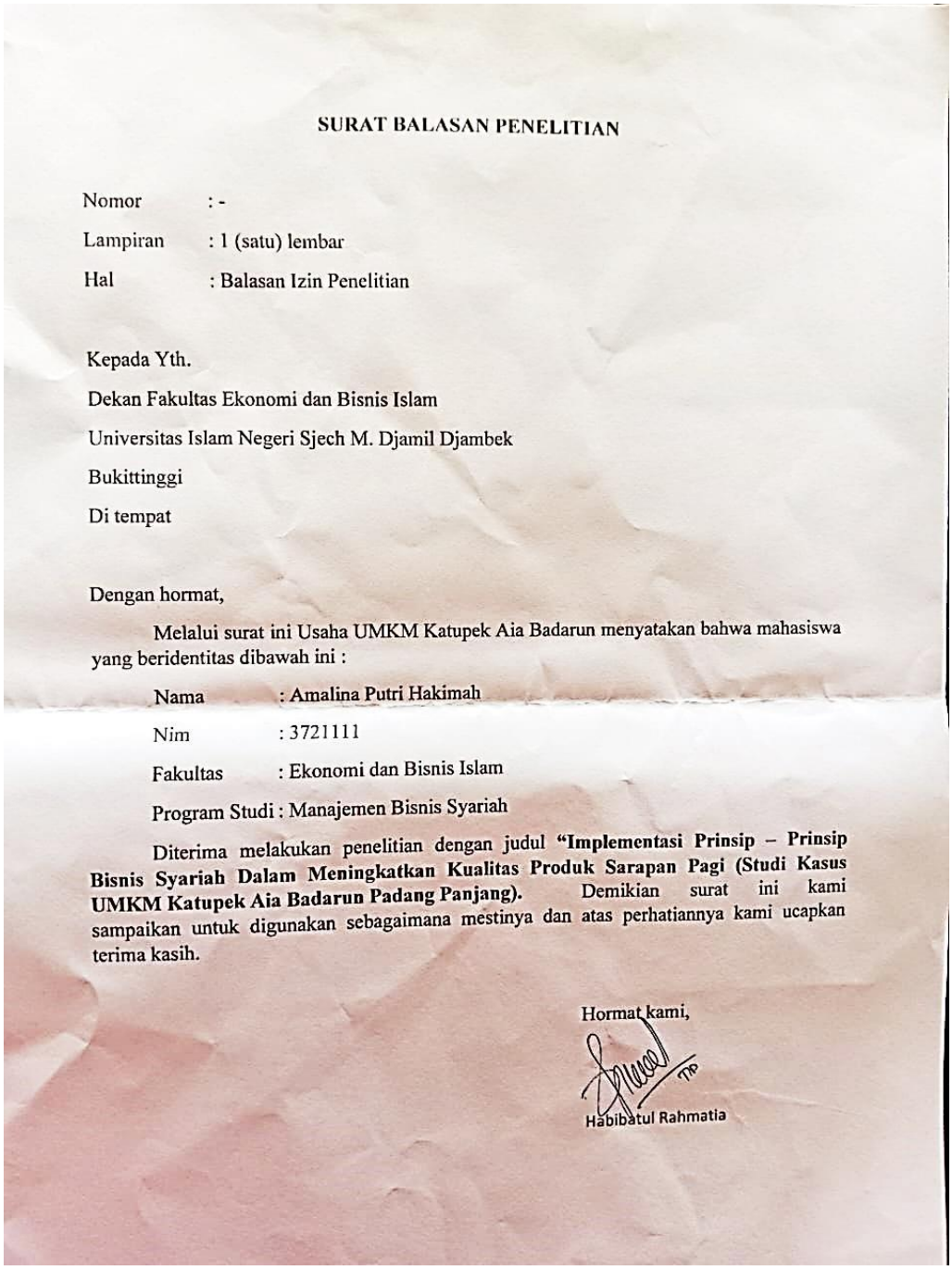
Nama	: **Amalina Putri Hakimah**
NIM	: 3721111
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Implementasi Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi (Studi Kasus Katupek Aia Badarun Padang Panjang)"***
Lokasi Penelitian	: Usaha Kadai Katupek Aia Badarun Kota Padang Panjang
Waktu	: 16 Januari s.d 16 Februari 2025

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian



SURAT BALASAN PENELITIAN

Nomor : -

Lampiran : 1 (satu) lembar

Hal : Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek

Bukittinggi

Di tempat

Dengan hormat,

Melalui surat ini Usaha UMKM Katupek Aia Badarun menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas dibawah ini :

Nama : Amalina Putri Hakimah

Nim : 3721111

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Diterima melakukan penelitian dengan judul **"Implementasi Prinsip – Prinsip Bisnis Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Aia Badarun Padang Panjang).** Demikian surat ini kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Habibatul Rahmatia

Lampiran 4 SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 363.4/Un.26.3/HK.00.5/10/2024

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Amalina Putri Hakimah** NIM. **3721111** tanggal 02 Oktober 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Implementasi Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Sarapan Pagi (Studi Kasus UMKM Katupek Ala Badarun Padang Panjang)'**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Ariyun Anisah, SE, ME**
NIDN	:	198408302019032006
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk. I /III/b/ Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Eko Mikro Syariah dan Eko Makro Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 02 Oktober 2024

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN BUKITTINGGI

AUDIL AKFIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 5 Dokumentasi





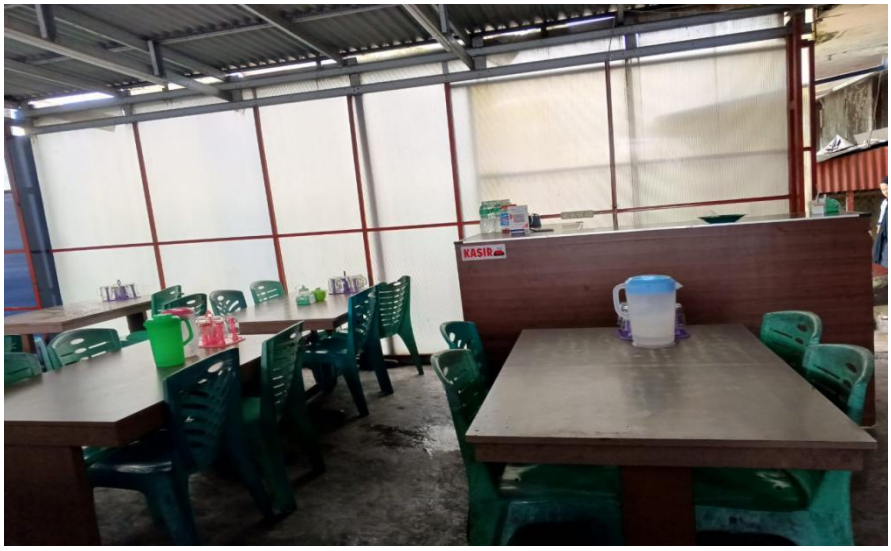



KASIR


KASIR

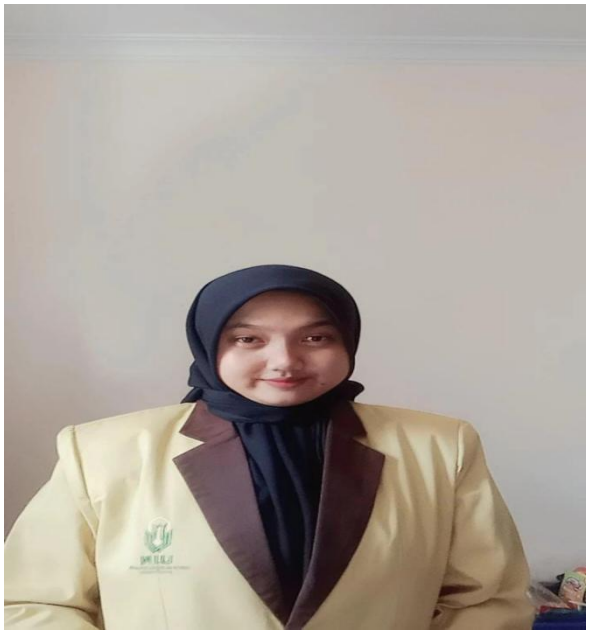





KASIR



RIWAYAT HIDUP



Nama: : Amalina Putri Hakimah

NIM : 3721111

Tempat/ Tanggal Lahir: Padang Panjang, 22 Juni 2002

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Alamat : Jalan Adam BB No 544, Balai-Balai Bawah, Padang Panjang Barat

Anak dari: Alm. Rano Badar (Ayah) dan Lusi Arni (Ibu)

Jumlah Saudara: Anak Kedua dari 2 Bersaudara

E-mail: amalinaputrihakimah@gmail.com

Motto: Hidup itu pilihan pilihlah kebahagian

Riwayat Pendidikan:

1. SDN 06 Teladan
2. SMPN 5 Padang Panjang
3. SMKN 1 Padang Panjang
4. UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi