ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG BERDASARKAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARIAH
(Studi Kasus pada kafe menyala coffe and roastery Padang Panjang)

SKRIPSI

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

Oleh :
Rerenha Ayu
3721119

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
TAHUN 1446 H/2025 M

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:Rerenha Ayu
Nim	:3721119
Tempat/Tanggal Lahir	:Padang Panjang, 21 Januari 2003
Fakultas/Prodi	:Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	:Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah Studi Kasus Kafe Menyala Coffe And Roastry 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, 19 Juli 2025

Yang menyatakan

Rerenha Ayu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi atas nama **Rerenha Ayu** NIM : **3721119** dengan judul **"Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah."** 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, 19 Juli 2025
Pembimbing

Rahmi, MA
NIP. 197605152009012002

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah (Kafe Menyala Coffe And Roastery Padang Panjang)". yang ditulis oleh Rerenha Ayu,Nim 3721119, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dibimbing oleh Ibuk Rahmi, MA.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya persaingan bisnis kuliner yang menuntut pelaku usaha untuk memperhatikan pelayanan serta penetapan harga yang adil dan transparan sesuai dengan prinsip syariah. Kafe Menyala diketahui menetapkan harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan kafe lain. Namun, masih terdapat keluhan dari konsumen terkait dengan kecepatan pelayanan dan ketidaksuaian antara harga dan kualitas produk.

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 kualitas pelayanan Kafe Menyala secara umum sudah baik dilihat dari aspek tangible, responsiveness, empathy, assurance, dan reliability. Namun, aspek kecepatan (reliability) masih perlu

ditingkatkan . dari sisi harga, sebagian konsumen merasa harga sesuai dengan kualitas dan suasana, sementara sebagian konsumen lainya menilai harga terlalu tinggi. dalam perspektif etika bisnis syariah, Kafe Menyala telah menerapkan prinsip keadilan , tanggungjawab, kebebasan, dan ikhsan, meskipun pelaksanaan prinsip tauhid masih belom optimal, khususnya terkait dengan komitmen dalam waktu melaksanakan ibadah sholat.Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan penyesuaian harga yang lebih seimbang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Etika Bisnis Syariah, Kafe Menyala

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 orangtua terhebatku Ibunda Ernawita dan ayahanda Yulizar ,orangtua hebat yang selalu menjadi sumber kekuatan ketika saya merasa kesulitan dan hampir menyerah. Ibu dan ayah 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 Rahmi, MA 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. Pemilik berserta Staf Kafe Menyala Coffe And Roastery yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ditempat tersebut.semoga Kafe Menyala Coffe And Roastery senantiasa mendapatkan kemajuan dan keberkahan dalam setiap aktifitas usahanya.
8. Untuk adekku tersayangku Rini Gustina, terimakasih telah memberikan dukungan serta semangat untuk penulis , semoga kita bisa membanggakan keluarga terutama orangtua.
9. Untuk keluarga besarku dan semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungannya semoga setiap perjalannya diberikan kemudahan dan kelancaran rezeki oleh Allah SWT.
10. 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, 19 juli 2025
Penulis

Rerenha Ayu

NIM 3721119

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era milenial,telah berkembang sangat pesat muncul berbagai jenis usaha baru yang berkembang.Setiap pelaku usaha diharapkan mampu untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada konsumen sebagai tujuan utama. maka dari itu produsen di tuntut agar lebih memperhatikan apa yang diinginkan dan di butuhkan konsumen dari berbagai segmen, terutama untuk menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen.

Di era milenial sekarang ini bisnis kuliner sangat berkembang pesat. Hal ini selaras dengan kemunculan berbagai makanan – makanan baru yang unik dan menggoda para konsumen.gaya hidup masyarakat milenial lebih menjadikan kuliner sebagai kebutuhan trent yang tak bisa lepas dari gengsi. Hal ini mengungkapkan bahwa bisnis usaha kuliner merupakan usaha yang sedang berkembang di era milenial.usaha kuliner merupakan usaha yang memiliki peluang yang cukup besar di dunia industry, baik usaha kecil menengah ke bawah maupun menengah ke atas.

Dalam dunia bisnis semakin konpetitif, kualitas pelayanan,dan harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau layanan. Faktor –faktor ini tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan , tetap juga pada loyalitas mereka terhadap bisnis/ usaha, yang pada akhirnya mempengaruhi kunjungan dan pembelian kembali.

Kualitas pelayanan mencakup semua aspek interaksi antara staf dan pelanggan, mulai dari sambutan hangat hingga penyelesaian keluhan. Dalam perspektif syariah, pelayanan yang baik mencerminkan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan merekomendasikan kafe kepada orang lain.

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang kurang lebih tidak berwujud, dapat diraba, tidak dapat disimpan dan ditambahkan untuk memberikan pelayanan di masa yang akan datang. Meskipun demikian, bisnis /usaha lebih fleksibel dan dapat lebih mudah mengubah pelayanan suntuk memberikan pelayanan prima dengan pelanggan. Pelayanan prima dilaksanakan demi mencapai kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan memiliki peran penting dalam sebuah sistem yang dijalankan berkaitan dengan kualitas, baik kualitas hidup maupun kualitas produk. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin rendah tingkat kekhawatiran pelanggan terhadap pelayanan sebuah bisnis.

Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk pembisnis bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencitraan baik bagi bisnis itu sendiri, serta adanya hubungan baik pembisnis dengan pelanggan. Kepuasaan pelanggan kunci suksesnya suatu usaha . Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan bisnis dimata pelanggan.

Harga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian. Dalam perspektif bisnis syariah, penetapan harga harus adil dan transparan. Praktik penetapan harga yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dapat menarik lebih banyak pelanggan dan menciptakan reputasi positif bagi cafe.

Kedua elemen di atas saling terkait dan berkontribusi terhadap keputusan kunjungan. Kualitas pelayanan yang baik dapat mengimbangi harga yang tinggi, sementara produk berkualitas dapat menarik pelanggan meskipun harga sedikit lebih mahal. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah, kafe tidak hanya berfokus pada profitabilitas tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan etika.

Etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti karakter, kebiasaan atau sekumpulan perilaku moral yang diterima secara luas. etimologi dari etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik, aturan sosial yang membatasi seseorang atas sesuatu yang benar atau yang salah yang dikenal juga dengan istilah moralitas. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya[1]. Etika sangatlah penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan

[1] Amalia, "*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No. 1 , 2013, hal. 118.

konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk yang dijual oleh pembisnis.

Masalah etika merupakan salah satu pondasi yang harus diciptakan dan dimiliki oleh setiap pelaku bisnis. Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah. Dalam Bahasa Kant, etika berusaha menggugah kesadaran manusia untuk bertindak secara otonom dan bukan secara heteronom. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan. Bebas dan tanggung jawab adalah unsur pokok dari otonomi moral yang merupakan salah satu prinsip utama moralitas, termasuk etika bisnis.[2]

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan material dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah Swt.

Dari perpektif etika bisnis syariah, setiap aspek dari bisnis harus dikelola sesuai sesuai dengan prinsip-prinsip islam yang menekankan pada kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Kualitas pelayanan dan produk dalam bisnis syariah tidak tidak dinilai dari sudut pandang komersial, tetapi bagaimana mereka mematuhi aturan – aturan syariah . harga yang ditetapkan harus adil dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, sesuai dengan prinsip

[2] Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Cet.1; Jakarta: Rajawali Pers,2011),hal. 22.

keadilan . etika bisnis syariah juga mendorong kejujuran di setiap transaksi, yang akhirnya membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan loyalitas.

Dalam perspektif Islam, kualitas pelayanan mencakup nilai-nilai etika dan prinsip-prinsip agama yang harus diterapkan oleh pembisnis atau penyedia layanan dalam berinteraksi dengan konsumen. Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam mencerminkan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan etika yang kuat dalam setiap aspek bisnis. Para pelaku bisnis seharusnya berupaya memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik yang diiringi dengan etika bisnis Islam.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar bagi kemajuan suatu bisnis. Jika kualitas pelayanan suatu unit usaha baik, maka minat konsumen untuk datang ke tempat tersebut akan meningkat. Minat beli muncul karena adanya kesan positif dari diri konsumen atau calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan atau pengalaman dari yang sebelumnya. Minat beli konsumen yang tinggi akan membawa dampak positif bagi usaha bisnis untuk mencapai keberhasilan.

Dalam berbisnis manusia diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun manusia juga terikat dengan suatu etika sehingga tidak bebas mutlak dalam mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada. Pembatasan ruang gerak yang ada yaitu dengan peraturan dan norma

hendaknya dipahami sebagai sesuatu yang memelihara kebebasan yang telah dianugerahkan kepada manusia itu sebenarnya.

Dengan demikian Allah SWT berfirman dalam QS Al-Isra ayat 84 sebagai berikut:

قُلْ كُلٌّ يَّعْمَلُ عَلٰى شَاكِلَتِهٖۗ فَرَبُّكُمْ اَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ اَهْدٰى سَبِيْلًا

Artinya : "Katakanla Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Maka tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya".

Pada ayat di atas dikemukakan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai kemampuannya. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan hal-hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah serta aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang Islami.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen merasa dipehatikan oleh pelaku bisnis sehingga konsumen memberikan kesan yang baik. Hal tersebut memberikan dampak yang positif dilain waktu bagi bisnis/usaha. Melalui meningkatkan kualitas pelayanan maka sebuah bisnis sudah meningkatkan pangsa pasar. Kualitas pelayanan adalah sebuah strategi yang menguntungkan untuk menarik perhatian lebih banyak konsumen baru, menjaga kesetiaan konsumen yang sudah ada, mencegah perginya konsumen, dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi suatu bisnis. Dengan adanya kualitas pelayanan baik, maka dapat menarik konsumen baru dan bisa

mempertahankan konsumen yang ada . karena mempertahankan konsumen yang ada lebih sulit dari mencari konsumen baru.

Salah satu bisnis yang cukup banyak diminati oleh kaum milenial pada saat ini yaitu kafe. kafe adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, biasanya dalam suasana santai dan informal. kafe dapat dijadikan tempat untuk bersosialisasi, bekerja, atau sekadar bersantai.Cafe Menyala Coffe Merupakan salah satu kafe dan cofee shop favorite di Padang Panjang yang cocok dan nyaman buat kalangan pelajar dan mahasiswa untuk membuat tugas. dengan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau kafe Menyala Coffe bisa menjadi salah satu alternatif untuk tempat bercengkrama dengan teman.

Pada survey awal yang dilakukan pada kafe menyala coffe and roastery harga yang diterapkan relatif mahal di bandingkan dengan kafe yang lain seperti yang di jelaskan pada tabel 1.1

Tabel 1.1

Tabel menu dan harga dibeberapa kafe di Padang Panjang

No	Menu	Harga (Rp)		
		Cafe menyala coffe and roastery	**Cafe Mochi**	**Cafe Teras Kartini**
1	Nasi Goreng	25.000	18.000	15.000
2	Mie kwetiau	28.000	20.000	15.000
3	Mie Goreng	22.000	16.000	12.000
4	Mie Goreng seafood	24.000	25.000	20.000
5	Mie Kuah	23.000	16.000	10.000

Tabel 1.1 menunjukkan daftar menu beserta harga di tiga kafe di Padang Panjang, yaitu Cafe Menyala Coffee and Roastery, Cafe Mochi, dan Cafe Teras Kartini. Menu yang disajikan meliputi Nasi Goreng, Mie Kwetiau, Mie Goreng, Mie Goreng Seafood, dan Mie Kuah dengan harga yang berbeda-beda di setiap kafe. Nasi Goreng di Cafe Menyala dihargai Rp25.000, di Cafe Mochi Rp18.000, dan di Cafe Teras Kartini Rp15.000. Untuk Mie Kwetiau, Cafe Menyala menetapkan harga Rp28.000, sementara Cafe Mochi menawarkan Rp20.000, dan Cafe Teras Kartini Rp15.000.

Selanjutnya, Mie Goreng dihargai Rp22.000 di Cafe Menyala, Rp16.000 di Cafe Mochi, dan Rp12.000 di Cafe Teras Kartini. Harga Mie Goreng Seafood di Cafe Menyala adalah Rp24.000, di Cafe Mochi Rp25.000, dan di Cafe Teras Kartini Rp20.000. Sementara itu, Mie Kuah ditawarkan dengan harga Rp23.000 di Cafe Menyala, Rp16.000 di Cafe Mochi, dan Rp10.000 di Cafe Teras Kartini. Dari tabel ini terlihat bahwa Cafe Teras Kartini umumnya menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan kedua Cafe lainnya, sedangkan Cafe Menyala memiliki rentang harga yang lebih tinggi untuk sebagian besar menunya.

Namun , kualitas pelayanan di kafe masih perlu diperhatikan , karena ada beberapa permasalahan yaitu kurangnya ketidaktepatan dalam meracik pesanan, waktu penyajian yang lama , atau pemesanan yang kurang efisien. Kurangya perhatian terhadap kualitas pelayanan dapat berdampak negatif bagi

bisnis. Pelanggan yang tidak puas akan enggan untuk kembali dan bahkan akan merugikan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka melalui penelitian ini akan dikaji lebih jauh tentang kualitas pelayanan dan harga yang ada pada kafe menyala. Berdasarkan permasalahan diatas penulis akan melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perpekstif Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pada Cafe Menyala Coffe And Roastery Padang Panjang)**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Kualitas pelayanan karyawan terhadap pengunjung kurang maksimal (kelambatan dalam penyajian)
2. Harga yang mahal dibandingkan dengan yang lain

C. Batasan Masalah

Semakin ketatnya suatu persaingan bisnis dalam industri kuliner yang berlomba-lomba memberikan lokasi, harga dan kualitas pelayanan yang baik. untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka perlu dilakukan pembatasan masalah terhadap masalah yang terjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Cafe Menyala Coffe And Roastery.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana kualitas pelayanan dan harga pada Cafe Menyala Coffe And Roastery dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan perspektif etika bisnis syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, peneliti ini bertujuan Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Menyala Coffe And Roastery

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 didapatkan dari penelitian ini:

1. Manfaat secara teoritis

   Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan daya tarik pembeli dalam sebuah bisnis, sehingga hasil yang diharapkan bisa tercapai secara maksimal.

2. Manfaat secara praktis

   a. Bagi penelitian

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan belajar yang

dapat meningkatkan keterampilan dan kemauan dalam penelitian. Kemudian dapat menambah wawasan pengetahuan yang mendalam khususnya kualitas pelayanan dan harga untuk meningkatkan penjualan.

b. Bagi tempat usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi dan pengetahuan kepada pemilik kafe seberapa penting kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan

c. Bagi universitas

Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program Strata Satu (SI) pada Fakultas ekonomi dan bisnis islam dan jurusan manajemen bisnis syariah Universitas Islam Negeri (UIN).

G. Penjelasan Judul

Sebelum menguraikan penelitian ini lebih lanjut,terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian judul yang dimaksud untuk menghindari kesalah pahaman pengertian. Penelitian ini berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perpekstif Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Cafe Menyala Coffe And Roastry Padang Panjang).

1. Analisis

adalah serangkaian pembuatan meneliti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk di golongkan serta di kelompokkan berdasarkan keterkaitan serta penafsiran makna dari setiap kateria.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupaka tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya layanan bisa berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan konsumen. Sebagian besar ada yang mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

3. Harga

Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan sedangkan ketiga unsur lainya seperti produk, distribusi dan promosi menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran.

4. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah menghormati apa yang diinginkan konsumen,seperti perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah mebandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kenerja melebihi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja semakin melebihi harapan, pelanggan amat puas.

5. Etika bisnis syariah

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang

mengedepankan halal dan haram. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran al-Qur'an,as-Sunnah,al-Ijma,Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut[3].

[3] Badroe dan Suhendra, *Etika Bisnis Dalam Islam,* (Jakarta : UIN Jakarta Press ,2006), Hal 56

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa ,manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau yang melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak yang lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan suatu barang. Pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari pembisnis dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pemebelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan omset penjualan.[4]

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh pembisnis guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini di artikan sebagai jasa atau service yang disampaikan pemilik jasa yang yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan,

[4] Shafa Shinta Masriya, "*Kualitas Pelayanan Dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembeli Rai Raka Cafe Di Kabupaten Karawang*" Jurnal Ilmiah Manajemen,Vol.17 No. 2, 2022, Hal 233-245.

hubungan, kemampuan yang ditunjukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan sangat penting untuk dikelola oleh bisnis atau usaha kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk yang mereka terima (*perceived services*) dengan tingkatan pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expected services*). Kualitas pelayanan bagi produsen merupakan speksifikasi produk yang dirancang dan disesuaikan dengan yang dibutuhkan ataupun yang diingikan oleh pelanggan, sehingga meraka merasa puas dengan kualitas pelayanan tersebut.[5]

Kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.Berdasarkan definisi tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan konsep dari kerangka strategi pemasaran dengan fokus memikirkan bahwa pelanggan memiliki harapan dan pembisnis berusaha dalam mengimbangkan harapan dengan mewujudkan

[5] Salim Al Idrus ,Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian (Cet.1;Malang:Bukit Cemara Tidar,2019), hal 2

kebutuhan dan keinginan pelanggan.Dalam melakukan layanan kepada pelanggan, pelanggan yang mengalami ketidakpuasan terhadap layanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain. Informasi yang negatif mengenasi bisnis akan berdampak pada citra bisnis sehingga pelanggan beralih mengunakan produk pesaing yang dianggap lebih baik dari pelayanan yang sebelumnya. Produk dengan kualitas layanan yang baik akan dibicarakan oleh konsumen pada orang- orang sekitarnya dan meraka cenderung mengunakan produk tersebut dikemudian hari. [6]

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi para pembisnis. Kualitas pelayanan juga kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara kosnsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan seperti ini yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan.

Harapan konsumen tersebut tercemin pada pelayanan yang baik, ramah, sopan, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut , bahkan dapat memperbaiki citra bisnis dimata konsumen. Oleh karena itu

[6] Kadek Riyan Putra Richadinata, *manajemen pemasaran : kualitas pelayanan dan keputusan pembelian* (Jawa Tengah : PT. Media Pustaka Indo,2024) Hal 33-34

kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian pembisnis karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.[7]

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Handal (*Reliability*)

   Kemampuan untuk memberi secara tepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen/pelanggan.

2. Pertanggung jawaban (*Responsiveness*)

   Kesadaran atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberi pelayanan yang cepat.

3. Jaminan (*Assurance*)

   Pengetauhan atau wawasan, kesopan santunan,kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respon terhadap konsumen.

4. Empati (*Empathy*)

   Kemauan pemberi layanan unruk melakukan pendekatan, memberi perlindungan, serta berusaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

5. Terjamah (*Tangibles*)

   Penampilan para pegawai dan fasilitas fisik lainnya, seperti peralatan atau perlengkapan yang menunjang pelayanan.[8]

---

[7] Lailatus Sa'adah, *Kualitas Pelayanan, Harga,Citra merk Serta Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen* (Jombang; Universitas KH. A. Wahap Hasbullah, 2020) Hal 5-6

[8] Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan* (Sidoarjo: Zifatama Publisher,2014) Hal 71-72

B. Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. harga merupakan satu – satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan , elemen- elemen lainya menimbulkan biaya. harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel (harga dapat diubah dengan cepat). Seorang konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal mengenai harga sebuah produk yang digunakan. hal tersebut dapat berupa harga yang sesuai dirasakan oleh konsumen, harga yang wajar, harga terkahir yang dibeli, harga tertinggi dan harga terendah sebuah produk dan jasa, harga jual beberapa kompetitor. harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayananya.[9]

2. Peranan Harga

1. bagi perkonomian : Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja,tanah, modal, dan kewirausahaan.
2. bagi konsumen : Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra, merek, lokasi

[9] Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah* (Yogyakarta : Cv. Bildung Nusantara,2019) Hal 135

toko, layanan, nilai (value) dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk sering kali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi.

3. bagi pembisnis : Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar usaha/ bisnis. Dampaknya, harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih bisnis. Singkat kata, pelaku bisnis mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

3. Tujuan Penetapan Harga

1) Untuk mencapai keuntungan

Bisnis atau usaha yang dibangun oleh individu dan juga organisasi tentu bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan produk maupun jasa, sehingga penentuan harga untuk produksinya dan juga harga jual produk tersebut sangatlah penting untuk direncanakan agar meminimalisir kerugian.

2) Mencapai tingkat penjualan

Harga ditentukan sedemikian rupa untuk dapat diterima oleh pasar. Salah satu pertimbangan konsumen dalam sebuah pembeliah produk/jasa adalah harga. Sehingga penentuan harga yang sesuai dengan kemampuan target pasar akan membantu pembisnis dalam

mencapai tingkat penjualan yang maksimum (yang diinginkan pembisnis).

3) Mengurangi persediaan produk

Tidak ada pembisnis yang ingin bangkrut karena banyaknya persediaan produk yang menumpuk digudang karena tidak laku di pasar. Hal tersebut harus di pikirkan terlebih dahulu, banyak produk yang tidak diterima di pasar, mungkin karena salah dalam penentuan harga, kurangnya progam promosi, kemasaran yang tidak menarik dan penyebab lainnya, sehingga penentuan harga menjadi sangat penting untuk dilakukan agar pembisnis tidak salah dalam menentukan harga yang sesuai dengan kualitas dan selera konsumennya.

4) Menjadi strategi bersaing

Tentu saja harga merupakan salah satu strategi dalam merebut pangsa pasar yang ada, banyaknya pesaing dan ketatnya persaingan yang ada, perusahaan dapat bermain strategi dengan harga, misalnya harga yang murah dengan kualitas yang bagus, harga murah dengan kualitas yang standar, atau dapat juga mematok harga yang tinggi untuk sebuah prestise bagi penggunanya.[10]

[10] Dhika Amalia Kurniawan , *Pengantar Pemasaran Syariah* (Cet.1 ; Jawa Timur : Universitas Darussalam Gontor,2018) Hal 30

C. Etika Bisnis Syariah

1. Pengertian Etika Bisnis Syariah

Etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu poema ethos, bentuk jamaknya adalah ta Etha yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Pengertian etika dalam perspektif bahasa ini berhubungan dengan kebiasaan hidup yang baik, pada diri seseorang, komunitas maupun masyarakat, artinya etika berhubungan dengan nilai-nilai, tata cara hidup, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari seseorang kepada seseorang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini kemudian terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai kebiasaan. Jadi etika secara umum dapat diartikan adalah tingkah laku atau perbuatan seseorang atau kelompok masyarakat yang sudah terbiasa dan selalu dilakukan dalam aktifitas kehidupannya. Sehingga menjadi aturan yang harus ditaati, dan akan diberikan sanksi jika dilanggar. Karena itu sudah menjadi sebuah aturan sosial dalarn tatanan masyarakat. baik tertulis maupun tidak.[11]

Etika juga berkaitan dengan nilai- nilai, cara hidup yang baik, Dan semua kebiasaan baik dan diturunkan dari satu generasi ke generasi lainya.etika berhubungan dengan motral, yang menjadi menjadi sasaran etika ialah moralitas. Etika juga merupakan studi moral yang bertujuan untuk menentukan standar yang benar yang di dukung oleh penalaran yang

[11] Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis* , (Aceh Utara: Grup Penerbitan Cv Sefa Bumi Persada, 2022)Hal 9-16

baik, etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara yang benar dan salah serta moral yang baik dan salah.[12]

Etika bisnis merupakan alat yang dapat menentukan baik,buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis, semua itu didasarkan pada prinsip-prinsip moral. Dengan kata lain, etika bisnis mengacu pada seperangkat Praktik dan standar bisnis dimana pembisnis harus melakukan sesuatu, berperilaku, dan berhubungan untuk mencapai tujuan bisnis dengan aman. Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau pandangan mengenai moralitas ekonomi bisnis, maksud nya implementasi dari perbuatan baik, buruk, terpuji,tercela, salah yang dibenarkan, rasional, tidak pantas dari pelaku bisnis.[13]

Etika bisnis syariah merupakan faktor fundamental yang mengatur mengenai moral dan tindakan yang sesuai dengan Al-Qur'an dan hadis yang harus dilakukan dalam berbisnis , peran etika bisnis sangatlah penting, dalam persaingan bisnis, dilakukan secara adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks persaingan bisnis, etika bisnis syariah menekankan pentingnya menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip keadilan, trasparasi, jujur, dan inovasi.persaingan bisnis yang dilakukan dengan penuh etika akan memberikan dampak portisitif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya, seta menciptakan harmoni dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Dengan memegang teguh nilai –

[12] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam: Teori dan Penerapan (* Jawa Barat : PT. Adap Indonesia,2024) Hal 10

[13] Leonita Siwiyanti, *Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Nilai* (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2024) Hal 7

nilai syariah dalam berbisnis, pelaku bisnis dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dan memberi konsribusi positif bagi keberlangsungan ekonomi.[14]

2. Prinsip –Prinsip Etika Bisnis Syariah

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus diterapkan dalam menjalankan kegitan bisnis, yaitu :

1. Kesatuan (*Unity*)

   Dalam hal ini kesatuan sebagaimana tereflesikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek –aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama,ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan.

2. Keseimbamgan(*Equilibrium*)

   Islam sangat mengajukan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku *dzalim.* Rasulullah diutus allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang- orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

   Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-

[14] Budiman, *Etika dan Konsep Manajemen bisnis*(Jawa Timur : Cv Duta Sains Indonesia,2024), Hal 39

Qur’an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.

3. Kehendak Bebas(*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Kecenderungan manusia untuk trus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infak dan sedekah.

4. Tanggung Jawab(*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dolakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawaban tindakan secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan.

5. *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan artinya melakukan perbutan terpuji yang memberi manfaat bagi orang lain., tanpa ada kewajiban yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat kebaikan seakan-akan melihat Allah, jika tidak sanggup, maka yakin bahwa Allah melihat.

beberapa perbuatan yang dapat mendukung pelaksanaan aksioma Ihsan dalam bisnis, yaitu :

a. Kemurahan hati (*leniency*)
b. Motif pelayanan (*service motive*)
c. Kesadaran bahwa adanya Allah dan aturan Allah yang berhubungan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Prinsip Ihsan atau kebaikan yang berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuannya terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut.[15]

[15] Nur Dinah Fauziah, Etika Bisnis Syariah,(Malang: Cv Literasi Nusantara Abadi,2018) Hal 11-13

D. Kajian Terdahulu

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

Tabel 1.2
Kajian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Wahyu Haryadi (2020)[16]	Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada Pedagang Ikan di Pasar keraton	Dari hasil yang didapatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ikan di pasar keratin, baik secara persial maupun secara simultan	Persamaanya : sama- sama mengunakan metode penelitian kualitatif menganalisis kualitas produk dan pelayanan Perbedaanya yaitu penelitian terdahulu menganalisis dampaknya terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini menganalisis dampanya terhadap kunjungan
2.	Nawal Ika Susanti (2023)[17]	Pengaruh Etika Bisnis islam, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap	Hasil pengujian secara simulyan atau bersama – sama etika bisnis islam, kualitas pelayanan, dan	Persamaanya : menganalisis kualitas produk dan pelayanan Perbedaanya yaitu penelitian

[16] Wahyu Haryadi , *Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 8,No 3.2020. Hal 206-207

[17] Nawal Ika Susanti,*Pengaruh Etika Bisnis Islam,Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ausath Mart 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi*, Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, Vol 4,No 1. 2023. Hal 126-128

		Kepuasan Konsumen Ausath Mart 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi	kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ausath mart 1 blogkagung	terdahulu mengunakan metode kuantitatif sedang penelitian ini mengunakan metode penelitian kualitatif
3.	Aditya Daffa Nuriswan (2023)[18]	Pengaruh Etika Bisnis Islam , Kualitas Produk, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus: Konsumen Wanita Produk Wardah Kota Bandung)	Gambaran hasil tanggapan responden terhadap variable etika bisnis islam mengasilkan skor total sebesar 77% yang menandakan bahwa jawaban dari responden termasuk kedalam kategori baik. Tanggapan responden terhadap variable kualitas produk mengahasilakan skor sebesar 78,9% yang menandakan bahwa jawaban dari responden termasuk ke dalam ketegori baik. Tanggapan responden terhadap variable harga 79,1% yang menandakan baik . tanggapan responden terhadap variable loyalitas 77,5%	Persamaanya : menganalisis kualitas produk dan harga produk Perbedaanya yaitu penelitian terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif sedang kan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif

[18] Aditya Daffa Nuriswan, *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah* (Studi kasus: Konsumen Wanita Produk Wardah Kota Bandung, Journal of Educational and Cultural Studies,Vol 2,No 2. 2023. Hal 9-17

			yang termasuk kedalam ketegori baik.	
4.	Suci Salira Ayatusifa (2023)[19]	Pengaruh Kualitas Produk , Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi)	Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variable kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada marketplace shopee. Dengan hasil nilai t hitung >t table dengan 5.14>1,985 dan nilai signifikansi 0,000<0,05, jadi kualitas produk dalam keputusan pembelian secara online menjadi salah satu faktor yang di perhatikan. Kualitas produk yang baik akan memberikan manfaat yang baik bagi konsumen sehingga konsumen puas.	Persamaanya : sama-sama menganalisis kualitas produk dan harga Perbedaanya yaitu penelitian terdahulu mengunkan penelitian kuantitatif sedang penelitian ini mengunakan metode penelitian kualitatif
5.	Dofriyansyah Mentino (2024)	Analisis Pelayanan Pedagang Terhadap Konsumen Ditinjau Dari	Kualitas yang dilakukan toko buk dwi dari segi pelayanan , dan ditinjaua dari perpektif etika	Persamanya : sama-sama mengunakan penelitian kualitatif menganalisis

[19] Suci Sahira Ayatusifa, *Pengaruh Kualitas Produk,Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi*, Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah (JUPIEKES), Vol 1, No 3. 2023. Hal 138-155

		Etika Bisnis Islam	bisnis islam sudah cukup sesuai dengan prinsip keseimbangan / keadilan.	tentang pelayanan dalam etika bisnis islam Perbedanya yaitu penelitian terdahulu menganalisis terhadap konsumen sedangkan penelitian yang sekarang menganalisis terhadap kunjungan pelanggan
6.	Anita Sari (2023)	Analisis Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dalam Konteks Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pada Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)	Kualitas pelayanan yang dilakukan ayam geprek agan 24(tempat cukup luas , bersih, terdapat air kran cuci tangan , banyak meja dan kursi cukup luas dan penampilan karyawan cukup rapi).	Persamanya : sama –sama mengunakan metode penelitian kualitatif Perbedaanya yaitu penelitian dahulu membahas tentang minat beli konsumen sedangkan penelitian ini menganalisis tentang kualitas pelayanan, produk dan harga

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, karena didalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa data yang menggambarkan secara rinci bukan data yang berupa angka- angka. Metode penelitian kualitatif harus bertolak dari paradigma fenomenologis, dimana objektivitasnya atas rumusan tentang situasi tertentu sebagaimana yang dihayati oleh seseorang individu ataupun juga sekelompok orang dan kelompok sosial tertentu dengan apa adanya, serta murni dari pendapat informan penelitian dan tidak harus dipaksanakan sejalan dengan teori yang ada dan teori yang digunakan dalam suatu penelitian.[20]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kelurahan Bukit Surungan, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Waktu Penelitian akan dilakukan dari 8 mei 2025 sampai skripsi ini dimunaqasahkan

[20] Muhammad Hasan , *Metode penelitian kualitatif ,* (jawa tengah :Grup Penerbitan Cv Tahta Media Group, 2022) Hal 7

C. Jenis dan Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Data primer ini diperoleh langsung dari pemilik dan pembeli Cafe Menyala Coffee And Roastery, baik dari hasil wawancara atau observasi.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data jenis ini diperoleh penulis dari dokumen-dokumen usaha dan buku-buku literature yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini yang menjadi informan dan penelitian adalah pemilik dan pembeli di Kafe Menyala Coffee And Roastery.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan , dan disertai dengan pencatatan – pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran[21]. Observasi merupakan tekni pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Dalam arti luas , observasi sebenarnya tidah hanya sebatas pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah obserasi partisipasi dimana penelitian secara langsung terlibat kedalam kegiatan- 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 perpektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati.

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan ke tempat usaha cafe menyala coffe and roastery sebagai konsumen saat melakukan pembelian ditempat tersebut dengan bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan perspektif etika bisnis syariah.

[21] Abdurrahman Fatoni, *metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (jakarta : Rineka Cipta,2011), Hal .104.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan Tanya jawab langsung antara pengumpul data terhadap narasumber/ sumber data[22].Metode digunakan untuk mendapatkan informasi dengan menanyakan secara langsung kepada penjual yaitu bertukar informasi atau ide melalui Tanya jawab, sehingga dikontribusikan makna dalam topic tertentu. Dalam hal ini wawancara akan dilakukan dengan Pemilik dan Pembeli di Cafe Menyala Coffee And Roastry Padang Panjang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penelusuran dan peroleham data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Teknik dokumentasi digunakan dengan maksud untuk melengkapi hasil data yang diperoleh melalui teknik wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan sebelumnya. Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara menyimpan berbagai kegiatan dalam penelitian yang berisi proses dan hasil penelitiannya melalui pengambilan gambar, serta dokumentasi. Dokumentasi yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengambil gambar atau dokumen – dokumen untuk memperoleh data.[23] Dalam penelitian ini, pedokumentasi memberikan informasi yang luas, seperti dokumentasi yang melakar belakangi analisis kualitas pelayanan dan harga. dengan metode penelitian ini, peneliti dapat memperoleh

[22] Erga Trivaika, *Perancangan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Pribadi Berbasis Adroid,Jurnal Nuansa informatika,*Vol 16, No 1. 2022.

[23] Sugiono , *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta ,2012), hal 12

informasi dari sumber tertulis dokumen responden yang nantinya akan dijadikan sebagai pendukung untuk keberhasilan kualitas pelayanan dan harga pada café menyala coffee and roastry dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

F. Teknik Analisi Data

Analisis data adalah sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan lapangan dan wawancara untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan temuanya dapat di informasikan kepada orang lain. Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristikdatatersebut menjadi mudah untuk menemukan dan bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah sebuah penelit[24].

1. Reduksi data

   Reduksi data adalah proses pemilihan,pemusatkan perhatian pada penyederhanaan, pengabsrakan dan tranformasi data kasar yang muncul dari catatan –catatan tertulis di lapangan[25].

2. Penyajian Data

   Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, eri kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang telah diperoleh di lapangan terkait dengan seluruh permasalahan peneliti kemudian

[24] Sumandi Suryabrata, *metodologi penelitan*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada ,2010),hal 38

[25] Ahmad Rijali , *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhahadrah , Vol 17, No 33, 2018,hal 91

dipilih sesuai dengan yang dibutuhkan , lalu dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah. Dari penyajian data tersebut maka diharapkan memberikan kejelasan data yang detail dengan data pendukung.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

   Pada tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, peneliti memberikan kesimpulan dari data – data informasi yang telah di peroleh Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususka pada penafsiran data yang telah disajikan[26].

[26] Sumandi Suryaprata, *Metodologi Penelitian*,(Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2010),hal 40

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Kafe Menyala Coffe And Roatery

Menyala Coffe And Roastery usaha yang didirikan di Bukit Surungan, Kec Padang Panjang Barat , Kota Padang Panjang , Sumatera Barat. Menyala Coffe And Roastery Padang panjang yang merupakan cabang kedua , yang berdiri pada tahun 2022 dan cabang pertama di padang yang berdiri pada tahun 2019 . pemilik Kafe bernama Fikri Ihsan , bisnis ini merupakan bisnis turun menurun dari orang tua beliau. Awalnya Menyala Coffe And Roastery hanya Kafe yang kecil sehinga ,pemilik Kafe memutuskan pindah ke tempat yang lebih luas dan strategis.

Menyala Coffe And Roastery menyediakan berbagai macam aneka minuman coffe. Tidak hanya itu Menyala Coffe And Roastery juga menyediakan beraneka makanan padat dan cemilan yang beragam. Menyala Coffe And Roastery merupakan Kafe yang nyaman buat bersantai dan menikmati pemandangan yang hijau dan udara yang sejuk.

Menyala Coffe And Roastery buka pada pukul 10.00 – 23.00 Wib dan memiliki karyawan 13 orang. Selain berjualan di tempat Kafe ini juga berjualan

Secara online. Menyala Coffe And Roastery beralamat di Bukit Surungan, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. [27]

2. Visi dan Misi menyala coffe and roastery

Seorang pemilik usaha pasti mempunyai visi dan misi untuk menjadi tolak ukur dalam menjalankan usahanya. Visi dan Misi Menyala Coffe And Roastery adalah sebagai berikut:

a. Visi

1)Menjadi tempat yang nyaman dan berkualitas bagi masyarakat padang panjang.

2)Menjadi pilihan utama bagi kaum milenial untuk bersantai dan menikmati kopi.

b. Misi

1)Menyediakan kopi berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.

2)Menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai.

3)Melayani pelanggan dengan sepenuh hati untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

4)Membantu meningkatkan sumber daya manusia dan membuka lapangan pekerjaan. [28]

3. Struktur Organisasi Menyala Coffe And Roastery

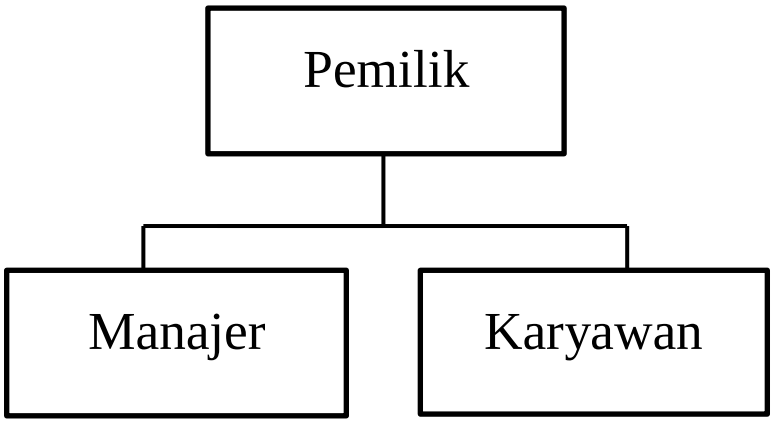
Organisasi merupakan wadah pembentukan hubungan secara efektif dan efisien sehingga dapat melakukan pekerjaan sesuai dengan job deskripsi masing -

[27] Wawancara dengan manajer Kafe Menyala Coffe And Roastery, 16 Mei 2025
[28] wawancara dengan manajer Kafe Menyala Coffe And Roaster, 16 Mei 2025

masing dan dapat melakukan kerjasama yang baik sehingga mencapai tujuan usaha tersebut. Berikut adalah struktur organisasi Menyala Coffe And Roastery :

Gambar 1.2

Struktur Organisasi Kafe Menyala Coffe And Roastery



Pemilik : Fikri Ihsan

Manager : Angga

Karyawan :
a) Glory (Kasir)
b) Rangga (Kasir)
c) Azel (Kasir)
d) Khairunnisa (Kitchen)
e) Lidya (Kitchen)
f) Syafwan (Kitchen)
g) Frantito (Kitchen)
h) Salma (Bar)
i) Zaldi (Bar)
j) Lia (Bar)
k) Hanson (cuci piring)

Masing – Masing bagian memiliki tugas dan tanggung jawab yaitu :

a. Pemilik

1) Membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mitra bisnis, supplier, dan pemangku kepentingan lainya.
2) Mengawasi dan memastikan bahwa bisnis yang dijalankan sesuai dengan rencana dan mengontrol kualitas produk dan pelayanan.
3) Memantau kinerja keuangan perusahaan , memastikan keuangan sehat, dan membuat keputusan investasi yang bijaksana.
4) Membangun dan melaksanakan strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan.
5) Merekrut, melatih, dan mengevaluasi kinerja karyawan

b. Manajer

1) Menatapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang untuk tim, dan mengembangkan strategi dan rencana operasional untuk mencapai tujuan perusahaan.
2) Mengatur dan membentuk tim kerja yang efektif , memastikan setiap anggota tim memiliki peran yang jelas.
3) Mengarahkan dan memotivasi anggota tim untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga menciptakan lingkungan yang positif.

c. Karyawan

1) Memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada konsumen.
2) Menjaga Kebersihan area kafe , termasuk dapur , bar dan area konsumen.
3) Mampu bekerja sama dalam tim untuk memastikan bahwa semua aspek

Operasional berjalan lancar.

4) Mengelola stok dan membantu agar pengelolaan stok bahan baku Memastikan bahwa semua bahan tersedia dalam kondisi baik untuk Digunakan

4. Jumlah Karyawan Kafe Menyala coffe and roastery

Karyawan di Menyala Coffe And Roastery terdiri dari empat belas karyawan dengan tugas yang berbeda. Karyawan yang pertama yaitu manajer yang bertugas dalam mengawasi karyawan yang lain , seperti kasir 3 orang yang bertugas untuk melayani transaksi pembayaran, kitchen 3 orang yang bertugas dalam menyiapkan pesanan pelanggan,bar 3 orang yang bertugas untuk mempersiapkan dan menyajikan minuman, tukang cuci piring yang bertugas membersihkan sisa makanan pada bekas makanan pelangan, pelayan 3 orang yang bertugas dalam mengantarkan pesanan pelanggan. Karyawan ini memiliki jadwal kerja yang dibagi menjadi 2 shif , yaitu shif siang dan shif malam , shif siang dari jam setengah sepuluh sampai jam 15.00 WIB dan shif malam dari jam 16.00-23.00 WIB. [29]

B. Hasil Penelitian

1. Kualitas Pelayanan Pada Kafe Menyala Coffe And Roastery Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah.

Kualitas Pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan keinginan pelanggan serta ketatapan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai

[29] Wawancara dengan manajer Kafe Menyala Coffe And Roastry, 16 Mei 2025

dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan.

a. Bukti fisik (Tangible)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik dan peralatan staf. Bukti yang di maksud adalah benda berwujud dari suatu pelayan dapat dilihat secara nyata oleh konsumen, misalnya penampilan dari seseorang karyawan .

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa kafe ini cukup luas , sejuk, bersih. Selain itu disediakan kran air untuk cuci tangan berserta sabunya, Banyaknya meja dan kursi untuk konsumen, tempat parkir mobil dan motor yang luas untuk konsumen sehingga konsumen tidak merasa khawatir karena tidak adanya tukang pakir yang menjaga, namun belum adanya atap sehingga motor dan mobil konsumen masih kepanasan dan kehujanan. Selanjutnya penampilan karyawan rapi, walaupun tidak berseragam namun pakaiannya bersih dan semua karyawan cewek memakai hijab. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan frantinto, ia mengatakan bahwa :

> *Saya berangkat kerja menggunakan seragam yang rapi dan bersih, selain itu setiap konsumen yang sudah selesai makan dan minum kami segera membersihkan agar konsumen yang baru datang merasa nyaman dan memberikan pelayanan semaksimal mungkin.*

Selanjutnya Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen Kafe Menyala Coffe And Roastery yang bernama Amalina ia mengatakan bahwa " *ya di Kafe Menyala ini sangat nyaman dan bersih, dan Kafe Menyala ini sangat cocok untuk anak*

muda". Dalam hal ini berakti untuk tempatnya sudah nyaman dan bersih. Namun dari penampilan karyawan sudah menarik dan rapi . wawancara selanjutnya dengan Salwa ia mengatakan bahwa " *untuk Kafe menyala tempatnya luas dan bersih, sedangkan penampilan karyawannya sudah lumayan rapi dan menarik".* Dalam hal ini berakti untuk tempat dan penampilan karyawan bagus. Selanjutnya menurut Dini ia mengatakan:

> *Penampilan karyawan cukup baik dan tempat Kafe Menyala nyaman dan kebersihannya terjaga , dan juga dilengkapi dengan kran air dan sabun buat cuci tangan, dan setelah makan langsung dibersihkan oleh waiters.*

Dalam hal ini berakti karyawan berpakaian rapi dan baik . kemudian untuk tempatnya luas , nyaman , dan kebersihannya selalu terjaga. Selanjutnya menurut andri, ia mengatakan :

> *Karyawan Kafe Menyala memiliki penampilan yang rapi dan baik.dan suasana di kafe ini juga nyaman dan kebersihannya terjaga, sehingga membuat pengunjung merasa betah untuk berlama-lama.*

Dalam hal ini berakti untuk tempatnya bersih , luas dan nyaman . yang membuat pengunjung bisa betah berlama- lama di kafe menyala. [30]

b. Keandalan (Reliability)

Reliability merupaka kemampuan untuk melakukan atau menyediakan jasa yang di janjikan dengan cepat dan terpecaya. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

[30] Wawancara dengan karyawan dan konsumen Kafe Menyala Coffe And Roastery, 5 juli 2025

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa keandalan pada kafe Menyala Coffe And Roastery yaitu kurang cepat dalam melayani konsumen walaupun tidak banyaknya konsumen yang datang. Dari hasil wawancara dengan karyawan yang bernama Lidya, ia mengatakan bahwa :

> *Ya, kami selalu berusaha dalam memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen. Kami berkomitmen untuk menyajikan pesanan yang sesuai , baik dari segi rasa , pelayanan dan waktu. Dan jika ada kesalahan, kami langsung memperbaiki dan meminta maaf kepada konsumen.*

Selanjutnya, Dari Hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Nur Fadillah ia mengatakan bahwa *" selama saya kesana sih pelayanan cukup cepat ya, apalagi kalau ngak terlalu ramai. Tapi kalau lagi ramai ,ya agak nunggu dikit wajar sih".* Selanjutnya wawancara dengan Dini, ia mengatakan bahwa *" dari segi pelayanan cukup baik, namun pengataran pesanan agak lambat atau kurang cekatan".* Dalam hal ini pelayanan karyawan Kafe Menyala cukup cepat walaupun dalam menyajikan makanan agak lambat dan kurang cekatan. Kemudian hasil wawancara dengan Salwa, ia mengatakan bahwa *"pelayanan yang dienrikan kafe menyala lumayan cepat dan tidak menunggu lama dan pelayanan ramah".* Selanjutnya wawancara dengan Astuti, *ia mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan cukup baik , walaupun pesananan nya agak lama datangnya"*. Dalam hal ini pelayanan yang diberikan cukup cepat , walaupun pesanan yang di pesan oleh konsumen agak lama nunggu nya. Selanjutya wawancara dengan Amalina, ia mengatakan :

menurut saya dalam pelayanan Kafe Menyala ini sangat cepat dalam menyajikan makanan maupun minuman.[31]

c. Keresponsifan (Responsivenes)

Keresponsifan merupakan keinginan dan kesadaran untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Suatu pelayanan yang baik diharapkan terwujud apabila seorang karyawan memberikan respon yang cepat dan tepat dalam membantu memenuhi keinginan konsumen.

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa karyawan Kafe Menyala Coffe And Roastery sudah memberikan respon yang baik kepada konsumen. Seperti hal nya ketika konsumen memesan minuman yang belom pernah di coba , dengan respon baik pelayan memberi tahu kalau minuman yang di pesan mengandung jahe , dengan begitu ketika konsumen tidak menyukai jahe konsumen boleh memilih minuman yang konsumen suka. Dari hari wawancara kepada karyawan yang bernama Lidya, ia mengatakan bahwa :

Ya , kami selalu cepat dalam merespon permintaan konsumen. Jika ada keluhan, kami segera membantu dan menyelesaikannya dengan sigap, agar konsumen merasa puas dan tidak menunggu lama.

Selanjutnya, Dari Hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Nur Fadillah, ia mengatakan bahwa " *Iya, karyawanya sigap kok. Waktu saya minta ganti minuman karena salah pesen, mereka langsung bantu tanpa banyak tanya. Ramah juga".* Selanjutnya hasil wawancara yang bernama Salwa, ia mengatakan:

Respon yang diberikan baik dan sopan , kadang kalau lagi lama nunggu gitukan saya ajak karyawanya buat ngobrol dan di jawab dengan baik. Dan apapun yang saya tanyakan nyambung.

[31] Wawancara dengan karyawan dan konsumen Kafe Menyala Coffe And Roastry, 05 Juli 2025.

Dalam hal ini berakti karyawan memiliki respon yang baik terhadap konsumen. Bahkan saat konsumen mengajak ngobrol saat menunggu pesanan jadi , karyawan merespon dengan baik dan juga tanggap jika diajak komunikasi . selanjutnya hasil wawancara dengan Dini, ia mengatakan bahwa *"Iyaa, respon yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen".* Selanjutnya hasil wawancara dengan Amalina, ia mengatakan bahwa *"Iya, karyawan di Kafe Menyala sangat cepat dalam merespon apapun permintaan dari konsumen".* Kemudian hasil wawancara dengan Yuliza, ia mengatakan bahwa *" kadang-kadang pelayan agak lambat dalam merespon (slow respon) permintaan konsumen".* Selanjutnya hasil wawancara dengan Yandri, ia mengatakan bahwa *"menurut saya karyawan di*

Kafe Menyala memberikan respon yang lumayan cepat dalam memenuhi keinginan atau permintaan konsumen". Dalam hal ini berakti respon dan ketanggapan karyawan sudah baik dalam melayani konsumen.

d. Empati (Empathy)

Empathy berkaitan dengan kemampuan perusahaan dan personilnya untuk merasakan apa yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Berry dan Parasuraman dalam Donni Juni Priansa, emapati meliputu kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan para konsumen.

Dari hasil pengamatan penelitian pada Kafe Menyala Coffe And Roastery dari rasa empati karyawan kepada konsumen sudah cukup baik, karyawan memperhatikan konsumen seperti menghidupkan musik agar konsumen tidak

bosan buat menunggu pesanan yang datang. Dari hasil wawancara kepada karyawan frantito, mengatakan bahwa :

> *Kami selalu berusaha untuk mendengarkan permintaan konsumen dengan baik, jika konsumen ada yang tidak suka dengan bahan tertentu, kami akan mencatat dan menyampaikan kepada pihak dapur agar konsume bisa merasakan dihargai.*

selanjutnya,Dari Hasil wawancara kepada konsumen Kafe Menyala yaitu Nur Fadillah, yang mengatakan:

> *Menurut saya, iya. Mereka biasanya nanya dulu selera kita gimana, terus ngasih saran menu. Jadi kesannya mereka ngerti dan perhatian sama pengunjung.*

Dalam hal ini berakti karyawan Kafe Menyala memiliki komunikasi yang baik dengan konsumenya. Dan memberi perhatian kepada konsumen. Selanjutnya hasil wawancara dengan Dini, yang mengatakan bahwa *" menurut saya karyawan Kafe Menyala cukup baik dalam melakukan komunikasi dengan konsumen".* Dalam hal ini berakti karyawan cukup baik dalam melakukan komunikasi dengan konsumen. Kemudian hasil wawancara Amalina, ia mengatakan bahwa *" menurut saya para staf di Kafe Menyala sangat merespon pelanggan dengan baik".* Selanjutnya hasil wawancara dari Salwa, ia mengatakan bahwa *" menurut saya , iya . karena pelayana sangat memahami kebutuhan konsumen"*. Dalam hal ini diartikan bahwa karyawan merespon dan memahami kebutuhan konsumen dengan baik. [32]

e. Jaminan (Assurance)

Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani jaminan (assurance) adalah pengetahuan,

[32] Wawancara kepada karyawan dan konsumen Kafe Menyala Coffe And Roastry, 05 Juli 2025.

kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa karyawan Kafe Menyala memiliki sikap yang sopan kepada konsumen, dan mempunyaai kemampuan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh konsumen dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dari hasil wawancara dengan karyawan yang Bernama Lidya, ia mengatakan bahwa :

> *Kami sudah diberikan pemahaman mengenai semua menu dan melayani konsumen dengan baik. Kami berusaha untuk tampil sopan, percaya diri dan ramah agar konsumen merasa percaya dan nyaman dengan pelayanan yang kami berikan.*

Selanjutnya,Dari hasil wawancara kepada konsumen yang bernama salsa, ia mengatakan bahwa:

> *Menurut saya ya kak , karyawan disini paham dan ngerti dengan tugas mereka . contoh nya seperti saya tanya soal menu , mereka jelasih dengan baik dan sopan . jadi buat kita percaya buat dilayanin.*

Dalam hal ini berakti karyawan ngerti dengan tugasnya dan menjelaskan pertanyaan konsumen dengan baik dan sopan , sehingga membuat konsumen percaya. Selanjutnya hasil wawancara dengan konsumen yang bernama anggi, ia mengatakan bahwa *" menurut saya karyawan di Kafe Menyala sopan dalam melayani konsumen , mereka ngomong halus dan tidak jutek . sehingga saya sebagai konsumen menjadi betah walaupun lama menunggu".* Kemudian hasil wawncara dengan konsumen yang bernama intan, ia mengatakan bahwa *" Menurut saya, dari cara ngomong dan melayani konsumen karyawan Kafe Menyala sudah kelihatan bahwa mereka sudah terbiasa dan ngak asal- asalan".*

Dalam hal ini berakti karyawan sopan dan ramah dalam melayani konsumen , sehingga membuat

konsumen menjadi betah walaupun menunggu lama.[33]

2. Penerapan Harga Pada Kafe Menyala Coffe And Roastery Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah.

Penetapan harga adalah proses menentukan harga jual produk baik makanan atau minuman. Ini merupakan salah satu keputusan bisnis yang sangat penting karena harga yang tepat dapat mempengaruhi keuntungan dan perpesi konsumen terhadap produk tersebut. Berikut ini disajikan data mengenai daftar harga dan menu pada Kafe Menyala Coffe And Roastery di Kota Padang Panjang.

Tabel 1.3

Tabel harga dan menu pada Kafe Menyala Coffe And Roastery di Kota Padang Panjang

No	Nama Menu	Harga Kafe (Rp)	Harga Rata-Rata (Rp)	Selisih (%)
1.	Nasi Goreng	25.000	19.333	40.00%
2.	Mie Kwetiau	28.000	21.000	46,43%
3.	Mie Goreng	22.000	16.667	45,45%
4.	Mie Seafood	24.000	23.000	20,00%
5.	Mie Kuah	23.000	16.333	56,52%

Sumber : Menyala Coffe And Roatery 2024

[33] Wawancara dengan karyawan dan konsumen Kafe Menyala Coffe And Roastry , 14 Juli 2025.

Tabel 1.3 diatas menunjukkan harga jual makanan yang ditawarkan oleh Kafe Menyala Coffee And Roastery untuk Nasi Goreng, harga yang ditetapkan oleh Kafe Menyala adalah Rp25.000, sedangkan harga rata-rata dipasaran adalah Rp19.333. artinya, harga makanan Kafe Menyala lebih mahal sekitar 40.00% dibandingkan harga rata-rata. Untuk Mie kwetiau , harga yang ditetapkan oleh Kafe Menyala Rp28.000, sedangkan harga rata-rata dipasaran adalah Rp21.000. artinya, harga makanan Kafe Menyala lebih mahal sekitar 46,43% dibandingkan dengan harga rata-rata. Untuk Mie Goreng , harga yang ditetapkan Kafe Menyala Rp22.000, sedangkan harga rata-rata di pasaran Rp16.667. artinya, harga makanan Kafe Menyala lebih mahal sekitar 45,45% dibandingkan dengan rata-rata. Untuk Mie Seafood , harga yang ditetapkan Kafe Menyala Rp24.000, sedangkan harga rata-rata dipasaran Rp23.000. artinya, harga makanan Kafe Menyala lebih murah sekitar 20.00% namun tetap lebih tinggi dari harga rata-rata. Untuk Mie Kuah , harga yang ditetapkan oleh Kafe Menyala Rp23.000, sedangkan harga rata-rata dipasaran Rp16.333. artinya , harga makanan Kafe menyala lebih mahal 56,52% lebih tinggi dari harga rata-rata. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kafe mengatakan bahwa:

> *Kafe Menyala Coffe and Roastery mempunyai menu yang menarik ,bahan baku yang berkualitas dan lokasi yang digunakan stategis. sehingga Kafe Menyala berani menetapkan harga sendiri, walaupun banyak pembeli membandingkan harga dengan Kafe lain.*[34]

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa Kafe Menyala berani menetapkan harga tinggi karena produk yang digunakan berkualitas dan lokasi yang digunakan

[34] Wawancara dengan pemilik Kafe Coffe And Roastry, 15 Juni 2025.

startegis. Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli Amalina, ia mengatakan bahwa:

> *Menurut saya harga yang di tawarkan Kafe Menyala ini tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, seharusnya jika makanan ini mahal dipasarkan maka kualitas yang di dapat sesuai dengan harga yang ditawarkan, tetapi di Kafe Menyala tidak menerapkan itu, dimana harga tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.*

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa harga yang diberikan mahal dan tidak sesuai dengan kualiatas yang diberikan. Selanjutnya hasil wawancara Dini, ia mengatakan bahwa *"Menurut saya harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan".* Dalam hal ini dapat diartikan bahwa harga yang diberikan Kafe Menyala sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Kemudian hasil wawancara dari konsumen yang bernama Salwa, ia mengatakan bahwa *"untuk harga pada Kafe Menyala lumayan mahal".* Selanjutnya hasil wawancara dari Yandri ia mengatakan bahwa *"Sesuai, karna pelayanan nya bagus, dan tempat nya juga nyaman sehingga untuk harga yg di berikan sesuai dengan apa yg kita dapatkan".*Kemudian hasil wawancara dari ani, ia mengatakan bahwa *"Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan".*

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat saya analisis bahwa Kafe Menyala menetapkan harga mahal karena mereka menjual kualitas produk berkualitas, lokasi dan tempat yang strategis, sebagain konsumen mengatakan harga kafe menyala sesuai dengan kualitas yang di terima. Namun, terdapat juga konsumen yang menganggap harga terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga di

Kafe Menyala beragam, dan kafe perlu terus mengevaluasi kualitas produk, serta persepsi konsumen untuk memastikan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.[35]

C. Pembahasan

kualitas pelayanan dan harga pada Kafe Menyala Coffe And Roastery dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan perspektif etika bisnis syariah.

kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen terpenting dalam keberlangsungan bisnis jasa, terutama dalam industri kuliner seperti kafe. Dalam etika bisnis syariah, pelayanan yang berkualitas bukan hanya soal profesionalitas atau kenyamanan, tetapi juga mencakup akhlak dalam bekerja, pemenuhan hak konsumen, serta menjaga kepercayaan yang dibingkai oleh nilai-nilai Islam seperti jujur (shidq), adil (‘adl), tanggung jawab (amanah), dan pelayanan yang penuh kasih sayang (rahmah).Dalam konteks ini, Kafe Menyala Coffee and Roastery telah menunjukkan berbagai indikator yang menunjukkan usaha untuk menghadirkan kualitas pelayanan yang baik, meskipun masih terdapat beberapa catatan yang perlu ditingkatkan.

Dari sisi bukti fisik, kafe Menyala memiliki keunggulan yang cukup mencolok, yaitu lokasi yang luas, tempat yang sejuk, nyaman, dan bersih. Fasilitas penunjang seperti kran air dan sabun untuk cuci tangan juga tersedia, yang menunjukkan bahwa pihak kafe memperhatikan kesehatan dan kebersihan, sesuai dengan nilai-nilai Islam yang menjunjung tinggi *thaharah* (kebersihan). Tempat

[35] Wawancara dengan konsumen Kafe Menyala Coffe And Roastry, 05 Juli 2025

parkir yang luas juga menjadi nilai tambah, walaupun disayangkan belum adanya atap pelindung yang dapat melindungi kendaraan dari hujan dan panas. Dalam konteks pelayanan syariah, penyediaan fasilitas ini mencerminkan upaya untuk memberikan kemaslahatan (manfaat) kepada konsumen. Penampilan karyawan yang bersih dan rapi, serta penggunaan hijab oleh karyawan perempuan, juga merupakan bentuk nyata dari penerapan nilai kesopanan dan kesesuaian dengan norma Islam. Meskipun karyawan belum berseragam, namun tampilan mereka tetap mencerminkan sikap profesional dan menjaga adab dalam bekerja. Dari sisi pelayanan langsung, karyawan dengan sigap membersihkan meja setelah konsumen selesai makan dan minum, menunjukkan nilai ihsa**n** (melakukan yang terbaik) dalam pekerjaan mereka.

Keandalan dalam pelayanan berkaitan erat dengan kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas sesuai janji yang telah diberikan. Dalam konteks syariah, ini mencerminkan prinsip amanah, yaitu tanggung jawab atas pekerjaan dan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan.Kafe Menyala dinilai cukup mampu dalam memberikan pelayanan yang baik oleh sebagian konsumen, walaupun terdapat keluhan mengenai lambatnya penyajian makanan, terutama ketika pengunjung ramai. Beberapa konsumen merasa waktu tunggu terlalu lama, walaupun mereka tetap mengapresiasi keramahan dan usaha staf dalam memperbaiki kesalahan. Ini menunjukkan bahwa meskipun dari sisi kecepatan masih perlu ditingkatkan, tetapi nilai-nilai seperti tanggung jawab, memaafkan, dan beritikad baik telah ditunjukkan oleh pihak kafe.

Dalam Islam, kesigapan dan keinginan untuk membantu termasuk dalam bentuk ta'awun (tolong-menolong), yang menjadi bagian penting dari pelayanan berbasis nilai syariah. Dari hasil wawancara dan pengamatan, mayoritas konsumen merasakan bahwa staf Kafe Menyala sigap dalam memberikan bantuan, baik dalam hal penggantian pesanan, menjelaskan kandungan makanan/minuman, atau bahkan bersikap ramah dalam menanggapi obrolan ringan saat pelanggan menunggu. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan di Kafe Menyala tidak hanya bersifat mekanis, tetapi juga humanis, di mana konsumen merasa diperhatikan dan dihargai. Ini menjadi nilai tambah yang besar dan memperkuat citra usaha yang berjalan sesuai prinsip syariah. Namun demikian, ada beberapa konsumen yang merasakan respon lambat di waktu tertentu, menunjukkan bahwa konsistensi dalam kecepatan layanan masih perlu diperkuat.

Etika Islam sangat menekankan pentingnya memahami kebutuhan orang lain dan memperlakukan mereka dengan lembut dan penuh perhatian. Dalam dunia usaha, ini bisa diterjemahkan sebagai kemampuan memahami selera, preferensi, dan keinginan konsumen. Kafe Menyala menunjukkan empati melalui komunikasi yang baik dengan pelanggan. Karyawan sering bertanya soal selera sebelum menyarankan menu, serta menunjukkan perhatian seperti menyalakan musik agar konsumen tidak merasa bosan saat menunggu. Hal-hal seperti ini mencerminkan penerapan prinsip rahmah dan ta'aruf dalam etika syariah, yang berarti adanya upaya untuk membangun hubungan harmonis antara pelayan dan pelanggan. Konsumen juga merasakan bahwa staf tidak hanya menjalankan tugas, tetapi juga benar-benar memperhatikan kenyamanan pelanggan, yang membuat

mereka merasa dihargai dan nyaman berada di tempat tersebut. Hal ini tentu sangat penting dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen.

Jaminan dalam pelayanan berarti karyawan dapat dipercaya, sopan, memahami produk, dan mampu menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Dalam perspektif syariah, ini terkait erat dengan konsep tsiqah (kepercayaan), sidq (kejujuran), dan adab (kesopanan). Karyawan Kafe Menyala dinilai telah menunjukkan kemampuan menjawab pertanyaan konsumen dengan baik, menjelaskan isi menu dengan detail, dan melayani dengan sopan. Sikap mereka yang tidak jutek, tutur kata yang halus, serta pengetahuan tentang produk menunjukkan bahwa mereka telah menjalankan pelayanan dengan nilai profesionalisme Islami. Banyak konsumen merasa betah karena keramahan dan kepercayaan yang muncul dalam interaksi dengan staf. Kepercayaan adalah modal penting dalam bisnis syariah karena bisnis bukan sekadar transaksi, tetapi juga pertanggung jawaban di hadapan Allah.

Dalam Islam, harga suatu produk harus ditetapkan berdasarkan prinsip keadilan (‘adl), kejujuran (shidq), dan tidak merugikan salah satu pihak (la dharar wa la dhirar). Harga yang terlalu tinggi tanpa kualitas yang sepadan dapat merusak prinsip tersebut.Dari data yang disajikan, harga makanan di Kafe Menyala umumnya lebih tinggi dibandingkan harga pasar, dengan selisih antara 20% hingga 56%. Misalnya, nasi goreng di Kafe Menyala dibanderol Rp25.000 sementara harga rata-rata pasar Rp19.333, artinya ada selisih 40%. Selisih yang sama atau lebih tinggi juga tampak pada menu lain seperti mie kuah dan mie

goreng.Pihak kafe berdalih bahwa harga yang mereka tetapkan sebanding dengan kualitas bahan baku, lokasi yang strategis, dan pelayanan yang diberikan. Ini sah-sah saja dalam prinsip bisnis syariah, selama konsumen tahu apa yang mereka bayar, dan tidak ada unsur penipuan (gharar**)** atau ketidakjelasan.

Namun, dari hasil wawancara konsumen, ada perbedaan persepsi: sebagian konsumen merasa harga tidak sebanding dengan kualitas, sementara yang lain merasa bahwa harga sudah wajar karena pelayanan dan suasana tempat yang nyaman.Persepsi yang beragam ini menunjukkan bahwa meskipun pihak kafe merasa sudah memberikan nilai yang sesuai, ekspektasi konsumen belum sepenuhnya terpenuhi, dan ini penting untuk dievaluasi. Dalam bisnis syariah, bukan hanya keuntungan yang dikejar, tetapi juga keberkahan dari transaksi yang adil dan saling merelakan.

Etika bisnis syariah merupakan panduan moral dan etis dalam menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Etika ini tidak hanya mengatur hubungan antar manusia, tetapi juga menjadi bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT. Dalam kegiatan bisnis, penerapan etika bisnis syariah mencakup nilai-nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, kebebasan yang bertanggung jawab, serta kebaikan atau ihsan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kafe Menyala Coffee and Roastery, penerapan etika bisnis syariah dapat dianalisis melalui lima prinsip utama, yaitu: unity (tauhid), equilibrium (keadilan), free will (kehendak bebas), responsibility (tanggung jawab), dan benevolence (ihsan).

Prinsip kesatuan menegaskan bahwa setiap aktivitas manusia, termasuk dalam menjalankan bisnis, harus disandarkan kepada Allah SWT. Prinsip ini menuntut agar seluruh aspek kegiatan usaha berjalan dalam koridor yang tidak melalaikan kewajiban sebagai seorang muslim, seperti menjalankan ibadah sholat tepat waktu. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa pelaksanaan prinsip tauhid di Kafe Menyala Coffee and Roastery masih belum berjalan optimal. Karyawan telah diberikan waktu untuk melaksanakan sholat secara bergantian, namun dalam pelaksanaannya, seringkali karyawan tidak sholat tepat waktu dan bahkan ada yang tidak melaksanakannya sama sekali dengan alasan sibuk melayani konsumen, terutama ketika kondisi kafe sedang ramai.

Prinsip keadilan dalam bisnis menuntut agar setiap pelaku usaha memperlakukan semua pihak dengan adil, tidak melakukan diskriminasi, serta memberikan hak-hak konsumen dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, karyawan di Kafe Menyala Coffee and Roastery sudah menerapkan prinsip keadilan dengan baik.

Kehendak bebas dalam bisnis syariah memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk atau layanan yang mereka inginkan tanpa adanya paksaan atau manipulasi. Namun, kebebasan ini harus tetap dalam batas yang tidak merugikan pihak lain atau melanggar syariat.Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kafe Menyala Coffee and Roastery telah memberikan kebebasan kepada konsumen dalam memilih menu sesuai dengan selera mereka. Konsumen juga diberi kebebasan untuk meminta bagian tertentu pada menu

makanan, seperti pada menu ayam menyala yang memiliki dua pilihan bagian. Jika pesanan yang diinginkan konsumen sudah habis, karyawan memberikan alternatif pilihan dengan tetap menghargai keputusan akhir konsumen.

Prinsip tanggung jawab menekankan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab penuh terhadap produk yang dijual dan layanan yang diberikan, termasuk jika terjadi kesalahan. Dalam bisnis syariah, tanggung jawab ini tidak hanya kepada konsumen, tetapi juga kepada Allah SWT. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa karyawan di Kafe Menyala Coffee and Roastery memiliki rasa tanggung jawab yang baik. Mereka mengutamakan kepuasan konsumen dengan memastikan bahwa pesanan yang diberikan sesuai dengan permintaan. Jika terdapat komplain seperti rasa makanan yang tidak sesuai harapan, karyawan dengan sigap menawarkan penggantian makanan tanpa biaya tambahan.

Ihsan atau benevolence merupakan puncak dari etika bisnis syariah, yaitu melakukan kebaikan dengan ikhlas tanpa mengharapkan imbalan duniawi. Dalam konteks pelayanan bisnis, ihsan tercermin dari sikap ramah, sopan, membantu, serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. karyawan di Kafe Menyala Coffee and Roastery telah menunjukkan sikap ihsan dalam melayani konsumen. Mereka selalu menyambut konsumen dengan senyuman, memberikan salam, dan menjalin komunikasi yang baik. Karyawan juga dengan sukarela menjelaskan isi dari menu minuman atau makanan agar konsumen dapat memilih dengan tepat sesuai selera dan kebutuhan mereka.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan, penetapan harga, dan penerapan etika bisnis syariah tentang analisis kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan perpektif etika bisnis syariah, pada Kafe Menyala Coffe And Roastry Padang Panjang dapat disimpulkan.

1. Kualitas Pelayanan

kecepatan pelayanan perlu ditingkatkan, terutama pada saat kafe dalam kondisi ramai, karena terdapat keluhan dari beberapa konsumen mengenai lambatnya penyajian pesanan.

2. Penerapan harga

Harga jual yang ditetapkan oleh Kafe Menyala Coffe And Roastery cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan harga rata-rata pasar. Sebagian konsumen menilai harga tersebut sesuai dengan kenyamanan tempat dan kualitas pelayanan yang diberikan. Namun demikian, terdapat juga konsumen yang menilai bahwa harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas produk yang disajikan.

3. Penerapan Etika Bisnis Syariah

Karyawan melayani semua konsumen dengan adil, memberikan kebebasan dalam memilih pesanan, dan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan. Namun demikian, dalam penerapan prinsip tauhid (unity),

pelaksanaan ibadah sholat oleh karyawan belum sepenuhnya tepat waktu, meskipun sudah diberikan kesempatan untuk melaksanakan sholat secara bergiliran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan menjadi bahan Pertimbangan bagi Kafe Menyala Coffe And Roastery dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, harga, serta penerapan etika bisnis syariah :

1. Pelayanan perlu terus ditingkatkan, khususnya dalam hal kecepatan penyajian agar konsumen tidak menunggu terlalu lama saat kondisi ramai.
2. melakukan Evaluasi harga secara berkala perlu dilakukan dengan memperhatikan persepsi konsumen, agar nilai yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkan.
3. Manajemen kafe sebaiknya meningkatkan pengawasan, khususnya dalam hal kedisiplinan karyawan dalam menjalankan kewajiban ibadah sholat tepat waktu.

DAFTAR PUSAKA

Amalia.2013 "*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil".Ilmu Ekonomi Syariah*.Vol. 6 No. 1.

Arijanto, Agus.2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Cet.1; Jakarta: Rajawali Pers).

Ayatusifa, Suci Sahira.2023.*Pengaruh Kualitas Produk,Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi*.Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah (JUPIEKES).Vol 1.No 3.

Aziz, Abdul. 2024. *Etika Bisnis Islam: Teori dan Penerapan (* Jawa Barat : PT. Adap Indonesia).

Badroe.2006. *Etika Bisnis Dalam Islam,* (Jakarta : UIN Jakarta Press).

Budiman. 2024. *Etika dan Konsep Manajemen bisnis*(Jawa Timur : Cv Duta Sains Indonesia).

Fauzan. 2019. *Manajemen Pemasaran Syariah* (Yogyakarta : Cv. Bildung Nusantara).

Fauziah, Nur Dinah.2018. Etika Bisnis Syariah,(Malang: Cv Literasi Nusantara Abadi).

Fatoni, Abdurrahman. 2011. *metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (jakarta : Rineka Cipta).

Haryadi ,Wahyu.2020. *Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 8,No 3.

Hasan , Muhammad. 2022. *Metode penelitian kualitatif* , (jawa tengah :Grup Penerbitan Cv Tahta Media Group).

Idrus,Salim Al.2019. Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian (Cet.1;Malang:Bukit Cemara Tidar).

Kurniawan, Dhika Amalia. 2018. *Pengantar Pemasaran Syariah* (Cet.1 ; Jawa Timur : Universitas Darussalam Gontor).

Masram. 2014. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan* (Sidoarjo: Zifatama Publisher).

Malahayatie. 2022. *Konsep Etika Bisnis* , (Aceh Utara: Grup Penerbitan Cv Sefa Bumi Persada).

Nuriswan, Aditya Daffa. 2023. *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah* (Studi kasus: Konsumen Wanita Produk Wardah Kota Bandung, Journal of Educational and Cultural Studies,Vol 2,No 2.

Richadinata, Kadek Putra Riyan. 2024. *manajemen pemasaran : kualitas pelayanan dan keputusan pembelian* (Jawa Tengah : PT. Media Pustaka Indo).

Rijali , Ahmad. 2018. *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhahadrah , Vol 17, No 33.

Siwiyanti, Leonita. 2024. *Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Nilai* (Yogyakarta: Cv Budi Utama).

Suryabrata, Sumandi. 2010. *metodologi penelitan*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada).

Susanti, Nawal Ika.2023. *Pengaruh Etika Bisnis Islam,Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ausath Mart 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi*, Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, Vol 4,No 1.

Suryabrata, Sumandi. 2010. *metodologi penelitan*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada).

Suryaprata, Ahmad. 2010. *Metodologi Penelitian*,(Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara Penelitian Skripsi

Judul: Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah Studi Kasus Kafe Menyala Coffe And Roastery Padang Panjang.

Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya Kafe Menyala Coffe And Roastery?
2. Apa saja visi dan misi Kafe Menyala Coffe And Roastery?
3. Apa saja yang melatarbelakangi membuka Kafe Menyala Coffe And Roastry ?
4. Bagaimana struktur organisasi pada Kafe Menyala Coffe And Roastry?
5. Apakah karyawan merasa sudah memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen?
6. Bagiamana karyawan dalam menyikapi bantuan atau keluhan konsumen?
7. Bpakah karyawan memiliki pengetahuan dan kepercayaan diri dalam melayani konsumen?
8. Bagaimana karyawan menunjukan kepedulian terhadap kebutuhan atau keinginan konsumen?
9. Bagaimana karyawan menjaga penampilan pribadi dan kebersihan lingkungan kerja?
10. apakah harga yang ditetapkan pelaku usaha sudah sesuai dengan pasaran dan kualitas ?
11. Apakah karyawan diberikan waktu untuk melaksanakan ibadah sholat?
12. Apakah karyawan sudah berbuat adil kepada konsumen?
13. apakah karyawan memberikan kebebasan kepada konsumen ?
14. apakah karyawan bertanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam melayani konsumen yang tidak sesuai dengan pesanan?
15. Apakah karyawan berbuat baik dalam melayani konsumen dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen?

Pertanyaan Wawancara kepada konsumen

1. Apakah Kafe Menyala Coffe And Roastery memiliki penampilan yang rapi dan tertata dengan baik?
2. Apakah konsumen merasakan bahwa suasana di Kafe nyaman dan kebersihan lingkunganya terjaga?
3. Apakah pelayanan yang diberikan Kafe Menyala cepat dalam menyajikan makanan dan melayani konsumen?

4. Apakah karyawan di Kafe Menyala mampu berkomunikasi dengan baik dalam memahami kebutuhan konsumen?
5. Apakah Kafe Menyala memberikan respon yang cepat dalam memenuhi keinginan dan permintaan konsumen?
6. Apakah harga yang ditawarkan Kafe Menyala sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan?

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Nomor : B-0844/Un.26.3/PP.07/05/2025 08 Mei 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan/Pemilik Usaha Café Menyala Coffe and Roastry
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	: **Rerenha Ayu**
NIM	: 3721119
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pada Cafe Menyala Coffe and Roastery)"***
Lokasi Penelitian	: Usaha Café Menyala Coffe and Roastry Kota Padang Panjang
Waktu	: 08 Mei s.d 08 Juni 2025

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

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

Lampiran 3 SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 363.6/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 **Reresha Ayu** NIM. **3721119** 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 **"Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pada Cafe Menyala Coffe And Roastery Padang Panjang) "**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Rahmi, MA**
NIP	:	197605152009012002
	:	Penata Tk. I/III/d/ Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Islam
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Islam
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

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 4 Dokumentasi







