

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sektor industri barang dan jasa saat ini banyak bermunculan, yang menjadikan persaingan dalam dunia bisnis menjadi lebih ketat untuk menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada konsumen. Ciri khas lingkungan bisnis saat ini ditandai oleh perkembangan pesat di berbagai bidang, yang mengharuskan manajemen perusahaan memiliki kemampuan untuk meramalkan setiap perubahan yang terjadi dalam aktivitas ekonomi global. Sehingga perusahaan perlu mengetahui perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan, dan mengevaluasi jasa dalam memenuhi kepuasan konsumen. Salah satu faktor yang dapat mendorong pencapaian kepuasan konsumen adalah strategi layanan perusahaan kepada konsumennya, yang harus dijalankan dengan baik.¹

Kepuasan konsumen ini akan memberikan pengaruh pada omset penjualan yang dihasilkan. Jika konsumen merasa puas maka terjadi kenaikan pada omset penjualan tersebut. Terciptanya kepuasan pada konsumen apabila menerima pelayanan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan. Setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.² Kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas

¹ Farida Akbarina, *Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis* (Malang: Polinema Press, 2018), 7, https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ygV0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pengantar+bisnis&ots=SQHlKmqcLs&sig=Xkj6zMTl-2R6kgYVVVePueygY_GA&redir_esc=y#v=onepage&q=pengantar%20bisnis&f=false.

² Laura Debora, "Pengaruh Kualitas Jasa, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Loyalitas

pelayanan yang baik, yang dapat memberikan beberapa manfaat seperti hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen, konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas konsumen.

Ketika menjalankan sebuah bisnis, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk atur strategi pelayanan kepada konsumen dengan mempertimbangkan etika bisnis Islam. Hal ini bukan hanya tentang mencari keuntungan semata, tetapi juga mengenai tanggung jawab sosial yang lebih luas. Etika bisnis Islam mengacu pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Penerapan etika bisnis Islam di dunia industri, termasuk sektor industri barang dan jasa, menjadi penting untuk memberikan pelayanan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.³

Pentingnya peninjauan strategi bisnis dari perspektif etika bisnis Islam terletak pada keharusan memastikan bahwa setiap langkah yang diambil oleh perusahaan sejalan dengan ajaran agama dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai moral Islam. Khususnya dalam bisnis kuliner yang berkembang pesat di Indonesia, aspek-aspek seperti penggunaan sumber daya alam, pengolahan bahan, dan kreativitas pelaku usaha perlu dievaluasi dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Pada sektor kuliner, beberapa aspek pelayanan dapat bertentangan dengan etika bisnis Islam. Misalnya, penggunaan bahan mentah atau setengah

Konsumen Pt Xyz: Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 2 (2018): 78, <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i6.4912>.

³ Inayah Swasti Ratih, “Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Bisnis Kuliner,” *Ar-Ribhu*, 1 (2020): 23.

jadi yang tidak memenuhi standar halal, praktik bisnis yang tidak transparan, serta ketidaksetaraan dalam memperlakukan pekerja. Oleh karena itu, perusahaan di industri kuliner perlu memastikan bahwa produk dan layanan yang disediakan sesuai dengan prinsip-prinsip halal dan tidak melibatkan praktik yang meragukan.

Tanggung jawab sosial perusahaan juga perlu menjadi fokus, termasuk kontribusi terhadap pengembangan masyarakat dan kesejahteraan pekerja. Etika bisnis Islam menekankan keadilan dan keberlanjutan, mendorong perusahaan di sektor kuliner untuk berupaya meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam industri kuliner bukan hanya sebagai bentuk ketaatan agama, melainkan juga sebagai strategi bisnis berkelanjutan yang membangun kepercayaan konsumen.⁴

Adapun seperti yang ada di Industri barang yang ada di Indonesia punya banyak macam salah satunya yaitu pada kuliner. Pada tahun 2022 proporsi IMK sektor kuliner mencapai 36% dari seluruh IMK Nasional dengan total 4,21 juta unit usaha. Hal ini juga dialami oleh Kabupaten Mojokerto bahwa berdasarkan hasil statistik Industri Makanan menjadi jenis Industri Mikro-Kecil yang paling banyak, dengan total 21.255 unit industri dan memberikan pekerjaan kepada sekitar 455.489 orang.⁵

Bisnis kuliner merupakan kegiatan ekonomi yang melibatkan pengolahan

⁴ Ririn Tri Puspita Ningrum, "Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Local Wisdom:Upaya Konvergensi Etika Bisnis Islam Dan Tionghoa (Studi Pada Etnis Tionghoa Dimadiun Jawa Timur)," *Al-Mabsut : Jurnal Studi Islam dan Sosial* 10 (2016): 19.

⁵Data statistik pertumbuhan ekonomi di kabupaten Mojokerto tahun 2022 menurut Badan Pusat Statistik kabupaten Mojokerto.

bahan mentah, bahan setengah jadi, atau produk jadi dalam bentuk hidangan atau makanan yang sudah diolah. Seiring berjalannya waktu bisnis kulinerpun menjadi bervariasi, seperti kuliner internasional, kuliner daerah, hingga kuliner-kuliner unik pemanfaatan sumber daya alam dan hasil kreasi pelaku usaha. Sektor ini termasuk dalam kategori industri yang diminati oleh banyak individu sebagai peluang bisnis atau sarana mencari penghidupan.

Bisnis kuliner mencakup segala aktivitas yang terlibat dalam mengolah bahan makanan menjadi hidangan siap saji, mulai dari bahan mentah hingga produk jadi. Ini termasuk beragam jenis makanan, baik lokal maupun internasional, serta kreasi unik yang memanfaatkan sumber daya alam. Salah satu bentuk bisnis kuliner yang sedang populer adalah kafe dan bakery.⁶

Kafe adalah tempat yang dikenal dengan meja-meja dan kursi yang tersusun rapi, seringkali dilengkapi dengan sofa yang nyaman. Mereka menawarkan berbagai jenis kopi dan makanan ringan untuk menemani pelanggan, sambil menikmati suasana santai yang diiringi oleh musik. Kafe umumnya memiliki suasana informal dan seringkali buka hingga larut malam atau bahkan 24 jam, terutama di pusat kota atau daerah yang ramai dikunjungi.⁷

Kafe menjadi tempat favorit bagi banyak orang untuk bekerja, belajar, atau hanya bersantai sambil menikmati makanan dan minuman. Saat ini, bisnis kafe berkembang pesat, dengan banyak pengusaha yang berlomba-lomba

⁶ Ratih, "Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Bisnis Kuliner", 35.

⁷ Abiyyu Ichsan dkk., "Penerapan Strategi Promosi Produk Melalui Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Usaha Mikibal Cafe Di Kota Padang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa 1* (2023): 183, <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i5.177>.

membuka kafe dengan berbagai konsep menarik. Kafe modern tidak hanya menyediakan tempat untuk makan di tempat, tetapi juga layanan dibungkus dan dibawa pulang, memungkinkan konsumen menikmati makanan dan minuman kafe di mana pun mereka berada.⁸

Tren usaha *bakery* semakin populer di kalangan kaum muda sebagai tempat untuk menemukan berbagai jenis kue. Gaya hidup modern dan kesibukan membuat konsumen mencari makanan dan minuman yang praktis. Donat menjadi salah satu pilihan yang populer di Indonesia karena mudah ditemui dan dinikmati oleh banyak orang. Selain sebagai camilan, donat juga dijadikan alternatif pengganti nasi oleh sebagian masyarakat karena mengandung karbohidrat. Keunggulan donat terletak pada kesederhanaan dan ketersediaannya yang tinggi, menjadikannya pilihan yang disukai oleh banyak orang dalam berbagai kesempatan.⁹

Kecamatan Gedeg di Kabupaten Mojokerto merupakan area yang luas dengan banyak penduduk, mencapai sekitar 2.676 jiwa dalam wilayah seluas 969.360 km². Penelitian ini memilih di Kecamatan Gedeg sebagai lokasi utama karena pertumbuhan industri makanan yang signifikan di sana, terutama dengan banyaknya *cafe* yang menawarkan donat kentang. Ini menarik untuk dipelajari karena peneliti bisa memahami apa yang disukai dan diminati oleh masyarakat dalam hal makanan. Kecamatan Gedeg juga dikenal sebagai tempat favorit bagi para pemuda, yang membuka peluang untuk memahami gaya hidup dan selera kuliner mereka. *Cafe-cafe* di sini menawarkan beragam

⁸ Ratih, "Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Bisnis Kuliner", 27.

⁹ Laila Umi Khasanah, "Strategi Pemasaran Kue Tradisional Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Syariah Marketing (Studi Pada Pengusaha Kue Getas Wijaya Lestari Jombang)" (Skripsi, IAIN Kediri, 2023).

menu yang menarik, yang bisa menjadi inspirasi bagi bisnis kuliner lainnya dan menunjukkan minat konsumen dalam hal variasi dan kreativitas menu.¹⁰

Cafe donat kentang sendiri adalah sebuah jenis kedai kafe atau toko yang secara khusus menawarkan donat yang terbuat dari kentang sebagai salah satu bahan utamanya. Donat kentang memiliki tekstur yang lembut dan rasa yang unik karena penggunaan kentang dalam resep pembuatannya. Biasanya, *cafe* donat kentang menawarkan berbagai variasi rasa dan topping untuk donat, serta minuman kopi atau minuman lainnya sebagai pelengkap. Keberadaan *cafe* donat kentang memberikan alternatif menarik bagi pecinta donat dan pengunjung *cafe* yang ingin mencicipi sensasi donat yang berbeda.¹¹

Alasan peneliti tertarik untuk menggali potensi ekonomi lokal yang dihasilkan oleh bisnis kuliner, seperti *cafe* donat kentang, termasuk penciptaan lapangan kerja, kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, dan dampak positif lainnya. Semua alasan ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang keunikan Kecamatan Gedeg sebagai lokasi penelitian yang dipilih.

Di Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto, berkembang banyak *cafe* donat kentang yang menjadi tempat berkumpulnya muda-mudi, menciptakan suasana ramai dan nyaman, serta menawarkan berbagai varian donat kreatif, menjadikannya destinasi favorit bagi kaum muda yang ingin melepas penat dan bersantai. Adapun berbagai *cafe* donat kentang tersebut bisa dilihat pada tabel berikut:

¹⁰ Arini Sabilarrohmah, "Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Home Industri Andika Convection Kemantren Mojokerto)" (Skripsi, IAIN Kediri, 2020).

¹¹ SK Hermanto, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarsa," *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum* 3 (2019): 81.

Tabel 1.1
Daftar Usaha Cafe Donat Kentang
di Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto

No	Nama Usaha	Alamat
1	Dopota Cafe And Donuts	Jl. Pendidikam Ngudikidul RT.06/RW.04, Ngudi, Gempolkrep
2	O Telo	Jl. Raya Gempolkrep No.818, Ngudikidul, Gempolkrep
3	Hachi Donuts	Jl. Pendidikam Ngudikidul RT.06/RW.04, Ngudi, Gempolkrep
4	Donken	Dusun Ngares Wetan, Desa Ngareskidul
5	Donat Huruf Mojokerto	Bandungkulon RT/RW 02/06, Ngudi Lor, Bandung,
6	Donat Mamalicius	Jl No.53, RT.02/RW.02, Batankrajan
7	MICK DONUTS	Jl. Mawar barat No.12, Karang Asem, Pagerluyung,
8	Donat Mama Eva	GCV4+JP2, Jl. Garuda, Karang Asem, Pagerluyung,

Sumber : Data Awal Observasi dan Diolah Peneliti¹²

Berdasarkan tabel di atas, maka bisa diketahui bahwa terdapat banyak pengusaha donat kentang di Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto, namun disini peneliti akan membandingkan tiga usaha donat di Desa Gempolkrep Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto, yaitu *Dopota Cafe And Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg, *O Telo*, dan *Hachi Donuts*. Alasan peneliti dalam penelitian ini melakukan pemilihan ketiga usaha ini adalah karena mereka memiliki alamat yang berlokasi di desa yang sama yakni di Desa Gempolkrep Kecamatan Gedeg memiliki beberapa cabang *outlet* di luar Kabupaten Mojokerto.

Pembandingan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dalam tentang dinamika pasar dan preferensi konsumen di wilayah tersebut. Adapun perbandingan tersebut yakni:

¹² Data Observasi Awal Peneliti, Pada 25 Agustus 2023.

Tabel 1.2
Perbandingan *Cafe Donuts* di Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto

No	Perbandingan	<i>Dopota Cafe and Donuts</i>	<i>O Telo</i>	<i>Hachi Donuts</i>
1	Alamat	Jl. Pendidikan Ngudikidul RT.06/RW.04, Ngudi, Gempolkrep	Jl. Raya Gempolkrep No.818, Ngudikidul, Gempolkrep	Jl. Pendidikan Ngudikidul RT.06/RW.04, Ngudi, Gempolkrep
2	Sosial Media	Dopota_mojokerto (setiap cabang memiliki akun sosial media)	otelodonut	hachidonuts
3	Pelayanan	Pelayanan baik, <i>fast respons</i>	Pelayanan tanggap	Pelayanan baik
4	Kebersihan	Kebersihan terjaga	Kebersihan kurang dijaga	Kebersihan terjaga
3	Lokasi	Lokasi jualan cukup strategis, yang dikelilingi beberapa supermarket sehingga masyarakat lebih mudah dalam menjangkau produk	Memiliki lokasi yang sedikit sulit dijangkau	Lokasi ada di area yang cukup strategis namun sayangnya untuk pengelolaan masih kurang maksimal, satu outlet yang berada di wates tempat kecil dan tidak ada tempat duduk
5	Jumlah Cabang di luar Mojokerto	14 cabang	2 Cabang	4 Cabang
6	Jasa Antar	Memiliki jasa antar pesanan sendiri (Pak Yusri)	Tidak memiliki jasa antar	Tidak memiliki jasa antar
7	Harga	Donat per pcs : Rp. 4.000 Isi 12/box : Rp. 45.000	Donat per pcs : Rp. 5.000 Isi 12/ box : 50.000	Isi 12/ box : Rp. 52.000
8	Jam Pelayanan	08.00-21.00	10.00-20.00	08.00-19.30

Sumber : Data diolah peneliti¹³

¹³ Data Observasi Awal Peneliti, Pada 25 Agustus 2023.

Maka diketahui bahwa *Dopota Cafe and Donuts* telah berhasil menciptakan keunggulan bersaing yang signifikan dengan menjaga kualitas pelayanan dan kebersihan secara konsisten. Dengan fokus pada pelayanan yang responsif dan kebersihan yang terjaga, kafe ini telah berhasil menciptakan pengalaman positif bagi para pelanggannya, yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan tetapi juga kenyamanan dalam menikmati produk mereka. Selain itu, keberhasilan *Dopota Cafe and Donuts* dalam ekspansi cabang, khususnya di luar Kabupaten Mojokerto dengan 14 cabang, mencerminkan strategi perluasan yang efektif untuk meningkatkan keterjangkauan produk mereka. Jasa antar pesanan yang disediakan oleh Pak Yusri juga menjadi nilai tambah yang signifikan, tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan tetapi juga memberikan opsi tambahan dalam pengalaman berbelanja, menjadikannya lebih praktis.

Pada hal harga, *Dopota Cafe and Donuts* menawarkan harga yang terjangkau dengan donat per pcs seharga Rp. 4.000 dan isi 12/box seharga Rp. 45.000. Harga yang kompetitif ini dapat menjadi daya tarik bagi konsumen yang mencari nilai terbaik untuk uang mereka. Terakhir, fleksibilitas waktu dengan jam pelayanan yang panjang (08.00-21.00) menciptakan kenyamanan lebih besar bagi pelanggan dalam menikmati produk mereka dibandingkan dengan pesaing, seperti O Telo dan Hachi Donuts.

Sebelum capai strategi pelayanan berorientasi pada kepuasan konsumen, *Dopota Cafe and Donuts* menghadapi sejumlah tantangan. Dalam mengatasi persaingan ketat dan variasi menu di industri kuliner, *Dopota Cafe and Donuts* melakukan eksperimen dengan variasi menu, strategi harga, dan lokasi

pada tahap awal. Masalah operasional seperti manajemen waktu, pengelolaan stok, dan pelatihan karyawan juga menjadi kendala yang perlu diatasi.

Namun, dengan tekad untuk terus berkembang, *Dopota Cafe and Donuts* mulai memahami pentingnya tidak hanya menyajikan produk lezat tetapi juga menciptakan pengalaman keseluruhan yang positif bagi pelanggan.¹⁴ Pemilihan strategi pelayanan dengan mempertimbangkan etika bisnis Islam merupakan langkah strategis yang bukan hanya untuk bersaing di pasar tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan kesadaran akan nilai-nilai keislaman dalam operasional dan layanan mereka. Dengan memahami perjalanan evolusi ini, dapat dilihat bagaimana *Dopota Cafe and Donuts* berhasil mengatasi tantangan dan mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, sebagaimana tercermin dalam data penelitian.

Guna mencapai sebuah keberhasilan dalam suatu layanan dapat diwujudkan melalui peningkatan kepuasan penerima layanan, ketika pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, maka kepuasan dalam diri pelanggan atau penerima layanan akan terbentuk. Pelayanan yang optimal dan berkualitas tinggi memiliki potensi untuk memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan.¹⁵

Jika para konsumen atau pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan cenderung akan kembali sebagai pelanggan setia. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa perusahaan telah mampu memenuhi apa yang mereka harapkan. Maka, terbentuklah

¹⁴ Data Observasi Awal Peneliti, Pada 25 Agustus 2023.

¹⁵ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 23.

hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan.¹⁶

Pada pelayanan, kepuasan pelanggan bukan hanya ciptakan pelanggan yang kembali, tetapi juga dapat menjadi basis untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Pelanggan yang merasa puas memiliki potensi untuk memberikan testimoni positif, berbagi pengalaman baik mereka, dan mengajak orang lain untuk mencoba layanan yang sama.¹⁷

Lalu di *Dopota Cafe and Donuts*, yang memiliki sejumlah keunggulan dan kelebihan maka bisa memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang disediakan oleh kafe tersebut. Dengan memberikan pelayanan maksimal dan memastikan kepuasan pelanggan, *Dopota Cafe and Donuts* memiliki peluang besar untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mendapatkan dukungan serta rekomendasi dari mereka. Berikut ialah data mengenai kepuasan pelanggan di *Dopota Cafe and Donuts*:

Tabel 1.3
Data Kepuasan Pelanggan di *Dopota Cafe and Donuts*
Tahun 2019-2024

Tahun	Kepuasan Pelanggan						Jumlah Skor	Total Presentase (%)
	Sangat Puas		Puas		Tidak Puas			
	Skor	(%)	Skor	(%)	Skor	(%)		
2019	145	81,7	21	11,8	4	2,5	180	100%
2020	150	83,2	25	13,9	5	2,8	180	100%
2021	155	86,1	21	11,7	4	2,2	180	100%
2022	160	88,9	16	8,9	4	2,2	180	100%
2023	165	91,7	11	6,1	3	1,7	180	100%
2024	169	94,4	9	5	2	1,1	180	100%

Sumber : Data Hasil Wawancara dan Diolah Peneliti¹⁸

¹⁶Suparman HL, Vina Islami, dan Fera Nelfianti, *Service Excellence* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2019), 2-3.

¹⁷Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya : Unitomo Press, 2019), 82-83.

¹⁸Data Observasi Awal Peneliti, Pada 25 Agustus 2023.

Data kepuasan pelanggan di Dopota Cafe and Donuts dari 2019 hingga 2024 di atas diperoleh peneliti melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha *Cafe and Donuts*. Wawancara ini dilakukan untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan dan kemudian dianalisis untuk melihat tren dan efektivitas pelayanan serta produk kafe tersebut. Pada tabel di atas sudah terlihat jelas bahwa tren peningkatan yang konsisten dalam kepuasan pelanggan Dopota *Cafe and Donuts* dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, sebanyak 83,2% pelanggan merasa sangat puas, 13,9% puas, dan hanya 2,8% tidak puas, menciptakan total presentase kepuasan sebesar 100%. Tren positif ini terus berlanjut hingga tahun 2022, di mana tingkat kepuasan mencapai puncaknya dengan 94,4% pelanggan sangat puas, 5% puas, dan hanya 1,1% tidak puas.

Data ini mencerminkan upaya yang konsisten dari Dopota *Cafe and Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto dalam menyediakan pelayanan yang memuaskan serta produk yang sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kepuasan yang tinggi pada akhirnya dapat diartikan sebagai hasil dari konsistensi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan merespons kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, Dopota *Cafe and Donuts* berhasil membangun reputasi yang kuat dan mempertahankan basis pelanggan setianya.

Berdasarkan observasi awal, terlihat bahwa kepuasan konsumen terhadap Dopota *Cafe and Donuts* Kabupaten Mojokerto dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor pelayanan, kualitas produk, dan harga. Strategi

pelayanan menjadi kunci utama keberhasilan dalam menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Dengan mengutamakan kepuasan konsumen, *Dopota Cafe and Donuts* mampu menjaga loyalitas pelanggan dan menciptakan kesinambungan bisnis. Kesadaran terhadap pentingnya kepuasan konsumen juga menciptakan peluang untuk pertumbuhan dan eksplorasi lebih lanjut di industri ini.¹⁹

Dopota Cafe and Donuts Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto tidak hanya mengukur kepuasan konsumennya, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam strategi pelayanannya. Mereka bertekad untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Pertama-tama, prinsip kesatuan (*Tauhid*) diprioritaskan dalam semua aspek bisnis mereka. *Dopota Cafe and Donuts* memastikan bahwa seluruh bahan baku dan produk yang digunakan mematuhi prinsip halal dan thayyib dalam Islam.

Hal ini sejalan dengan ayat Al-Qur'an dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi thayyib, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Sungguh, dia adalah musuh yang nyata bagimu.”²⁰

Ayat di atas menyerukan kepada umat manusia untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik serta untuk tidak mengikuti langkah-langkah

¹⁹Observasi di *Dopota Cafe and Donuts* Cabang Kabupaten Mojokerto, Pada 5 Desember 2022.

²⁰ Agus Hidayatulloh, penerj., *Al-Qur'an Tajwid Kode Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), 391.

setan yang memimpin pada kejahatan.²¹

Selain itu, *Dopota Cafe and Donuts* menegakkan prinsip keadilan dalam transaksi bisnisnya dengan menetapkan harga yang adil untuk produk atau layanan, menjaga kualitas produk yang konsisten, dan responsif terhadap keluhan pelanggan. Terakhir, *Dopota Cafe and Donuts* memahami tanggung jawab sosial dan moralnya dalam bisnis dengan memberikan pelatihan etika Islam kepada karyawan, terlibat dalam kegiatan amal, dan memastikan bahwa setiap tindakan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Maka jika dilihat dari berbagai prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kesatuan, keadilan, dan tanggung jawab dalam strategi pelayanannya, *Dopota Cafe and Donuts* mampu menciptakan lingkungan bisnis yang harmonis dan memenuhi standar moral dalam Islam. Melalui penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, *Dopota Cafe and Donuts* membangun hubungan yang kokoh dengan konsumen, memastikan kepuasan mereka terjaga, dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana penerapan strategi pelayanannya *Dopota Cafe and Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto dalam meningkatkan kepuasan para konsumennya yang dijalankan berdasarkan berbagai prinsip etika bisnis Islam.

Berdasarkan pemaparan data yang sudah diuraikan oleh peneliti di atas, maka peneliti melakukan sebuah penelitian dengan mengambil judul “**Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika**

²¹ Hasbi Ash-Shidqy, *Pengantar Ilmu Fiqh* (Semarang: Penerbit Nus Media, 2013), 36.

Bisnis Islam (Studi di Dopota Cafe And Donuts Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dijelaskan di atas, peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di *Dopota Cafe and Donut* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto?
2. Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di *Dopota Cafe and Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan arah fokus penelitian yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di *Dopota Cafe and Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk menjelaskan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di *Dopota Cafe and Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Harapannya penelitian ini memberikan beberapa manfaat baik dari segi teoritis ataupun praktis, yaitu :

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan

pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan serta literatur untuk mahasiswa ataupun pihak lain untuk melaksanakan penelitian sejenis, serta pemahaman tentang strategi pelayanan dalam tingkatan kepuasannya konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam studi pada *Dopota Cafe and Donuts* Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto.

2. Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan tentang kepuasan konsumen dan penerapan etika bisnis Islam di *Dopota Cafe and Donuts* Cabang Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto. Informasi ini menjadi panduan berharga bagi pemilik untuk meningkatkan pelayanan, mengidentifikasi area perbaikan, dan menghadapi persaingan pasar. Dengan memperhatikan temuan penelitian, pemilik dapat memastikan bahwa pelayanan yang diberikan selalu sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Heriyanto, Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon, 2020, dengan judul "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam di Tb. Muara Aman Cirebon".²²

Penelitian ini menerapkan pendekatan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa TB. Muara Aman Cirebon menerapkan strategi pelayanan yang melibatkan penyediaan produk

²²Ade Heriyanto, "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam di Tb. Muara Aman Cirebon". (Skripsi) (Cirebon : Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon, 2020).

berkualitas unggul, ketepatan waktu dalam pemesanan, respons cepat dan bantuan yang siap bagi pelanggan, memberikan jaminan, serta menjalankan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Dari perspektif etika bisnis Islam, strategi pelayanan yang cocok meliputi tidak ada persyaratan khusus bagi karyawan, penawaran produk dengan harga dan kualitas yang sesuai, inovasi, dan tanggung jawab terhadap pesanan dengan pencatatan yang akurat. Meskipun terdapat perbedaan dalam objek, lokasi, dan tahun penelitian antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya, yang memfokuskan pada Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dari Perspektif Etika Bisnis Islam di Tb. Muara Aman Cirebon, terdapat kesamaan dalam penggunaan metode penelitian dan fokus pada peningkatan kualitas pelanggan atau konsumen.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Jessi Mareta Reisando, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022, dengan judul "Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri)".²³

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi pelayanan yang berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan di *Cafe Warung Gunung* melibatkan penyediaan fasilitas yang memadai, penggunaan aplikasi *olsera* untuk pelayanan yang cepat, sikap ramah dan sopan dalam layanan, memberikan jaminan atas kesalahan pesanan, serta menjalankan

²³Jessi Mareta Reisando, "Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri)", (Skripsi), (Kediri:Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022).

komunikasi yang baik dengan pelanggan. Dari perspektif ekonomi Islam, strategi pelayanan yang efektif di *Cafe Warung Gunung* mencakup sikap profesionalisme dengan kesiapan melayani dalam situasi apa pun, dasar yang kuat dalam pelayanan, dan fokus pada tugas, disertai dengan kesopanan dalam berbicara, senyuman, dan penampilan yang rapi. Kejujuran dalam mengkomunikasikan perubahan harga, keterbukaan dalam transaksi pembayaran, dan penyajian menu yang sesuai dengan harga dan rasa juga menjadi faktor penting. Pelayanan diberikan mulai dari pesanan hingga pembayaran tanpa antri di kasir, memberikan jaminan atas kesalahan pesanan, dan menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan. Meskipun penelitian ini berfokus pada *Cafe Warung Gunung* di Mojoroto, Kota Kediri, dan penelitian sebelumnya fokus pada *Dopota Cafe And Donuts Cabang Kab. Mojokerto*, kedua penelitian memiliki kesamaan dalam metode penelitian yang diterapkan serta fokus pada peningkatan kualitas pelanggan atau konsumen.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Wulan Dari, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin, 2022, dengan judul "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam Listrik Pasca Bayar Di Pt Pln (Persero) Muara Tebo".²⁴

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa Strategi PT. PLN

²⁴Wulan Dari, "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam Listrik Pasca Bayar Di Pt Pln (Persero) Muara Tebo". (Skripsi) (Jambi : Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifudin Jambi, 2022).

(PERSERO) Muara Tebo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melibatkan komunikasi, promosi, dan pelayanan. PT. PLN (PERSERO) menghadapi beberapa kendala, seperti efektivitas penyampaian informasi kepada pelanggan terkait kemampuan SDM, ketidak seimbangan antara harapan pelanggan dengan keterbatasan peralatan dan SDM, fasilitas yang kurang memadai untuk humas, dan keterbatasan dana. Meskipun ada perbedaan dalam objek, lokasi, dan tahun penelitian antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya, yang fokus pada strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perspektif Ekonomi Islam di PT PLN (PERSERO) Muara Tebo, ada sama di pendekatan metode penelitian dan fokus keduanya pada meningkatkan kualitas pelanggan atau konsumen.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ika Nur Laili Fitri Arzakila, Universitas Muhammadiyah Malang, 2022, dengan judul "Manajemen Pengendalian Mutu Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Ayam Uleg Cak Abit)".²⁵

Penelitian memakai metode kualitatif. Hasil penelitiannya yakni Hasil dari penelitian yang dilihat dari lima kategori sesuai dengan teori dari lena ellitan, ayam uleg cak abit telah memenuhi dengan baik. Namun belum terpenuhi secara baik pada kategori supplier relationship dan pada kategori manajemen tenaga kerja di Ayam Uleg Cak Abit. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, lokasi penelitian, dan tahun pelaksanaannya. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada Manajemen

²⁵Ika Nur Laili Safitri Arzakila, "Manajemen Pengendalian Mutu Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Ayam Uleg Cak Abit)". (Skripsi) (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2022).

Pengendalian Mutu untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Ayam Uleg Cak Abit). Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki arah penelitian yang berfokus pada Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen dengan pertimbangan Etika Bisnis Islam (Studi pada Cabang Dopota Cafe And Donuts di Kabupaten Mojokerto). Meskipun memiliki perbedaan fokus, keduanya menggunakan metode penelitian yang sama dan saling berfokus pada peningkatan kualitas pelanggan atau konsumen.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rustian Zaka Rullah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, dengan judul "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah pada Leasing Fif (Federal International Finance) Syari'ah Taman Palem Jakarta Barat".²⁶

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dalam metodenya. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa leasing syariah merupakan bentuk akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa untuk jangka waktu tertentu, dengan pembayaran upah sewa, tanpa melibatkan transfer kepemilikan atas barang tersebut. Oleh karena itu, strategi layanan yang diterapkan oleh leasing FIF adalah menyediakan produk berkualitas, memberikan layanan yang ramah, mengutamakan kepuasan nasabah, memberikan jaminan keamanan terhadap produk dan layanan yang

²⁶Rustian Zaka Rullah, "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah pada Leasing Fif (Federal International Finance) Syari'ah Taman Palem Jakarta Barat". (Skripsi) (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

disediakan. Hal ini membangun kepercayaan nasabah terhadap produk dan layanan perusahaan, mendorong mereka untuk menjadi pelanggan setia. Dengan demikian, maka hasil dari penelitian ini mudah-mudahan dapat berguna bagi sistem strategi maupun pelayanan leasing FIF syariah Taman Palem Lestari dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Perbedaannya terletak pada objek, tempat, dan tahun penelitian. Pada penelitian ini mengarah pada Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah pada Leasing Fif (Federal International Finance) Syari'ah Taman Palem Jakarta Barat. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis mengarah pada Strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Dopota Cafe And Donuts Cabang Kab. Mojokerto). Persamaan penelitian yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan dan sama-sama berfokus dalam meningkatkan kualitas pelanggan atau konsumen.