

ABSTRAK

Ainul Fitrah Azis, 105251108020. *Analisis Layanan Bisnis Kuliner Di Era Digital Pada Usaha Om Chick Talasalapang Dalam Pandangan Syariat Islam.* Dibimbing Oleh Hurriah Ali Hasan dan Siti Walida Mustamin.

Pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia pada saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, pertumbuhan tersebut ditandai dengan banyaknya inovasi baru dari masing-masing produk kuliner tersebut. Persaingan yang tinggi terletak pada akhirnya memunculkan masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan yakni perusahaan belum mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan faktor kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Rumusan masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Om Chick menjalankan bisnis kuliner di Talasalapang dan untuk mengetahui apakah layanan bisnis kuliner Om Chick di Talasalapang sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah Om Chick, Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun yang menjadi hasil dalam penelitian ini adalah Layanan Bisnis kuliner yang dijalankan oleh Om Chick sangat menarik pelanggan berdasarkan lokasi yang menjadi daya tarik, selain itu dari sisi layanan Online pelanggan lebih sering digunakan oleh kebanyakan mahasiswa, dan juga pelanggan yang makan ditempat tidak berbeda jauh dengan pelanggan layanan Online yang kebanyakan adalah pegawai ataupun mahasiswa dikarenakan lebih ekonomis dan praktis. Perkembangan digital banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam layanan yang salah satunya bisnis kuliner, dalam hal transaksi *digital* halal menggunakan transaksi seperti ini apabila dilihat dari segi akad dan hukumnya, selain itu dilihat dari para pelaku bisnis usaha kuliner yang telah menerapkan etika yang baik dan melayani secara ramah, sopan dan santun. sehingga etika yang telah diajarkan oleh Rasulullah Saw telah menjadi acuan dalam melakukan dan menjalankan suatu bisnis ataupun usaha.

Kata kunci: Layanan bisnis, Kuliner, Syariat Islam

ABSTRACT

Ainul Fitrah Azis, 105251108020. *Analysis of Culinary Business Services in the Digital Era in Om Chick Talasalapang's Business in the View of Islamic Sharia.* Supervised by Hurriah Ali Hasan and Siti Walida Mustamin.

The growth of the culinary business in Indonesia is currently experiencing very rapid progress, this growth is marked by the many new innovations in each of these culinary products. High competition ultimately gives rise to problems often faced by companies, namely that companies have not been able to provide the maximum satisfaction that consumers really expect. There are many ways that companies can achieve to increase consumer satisfaction, for example by paying attention to product quality factors and the quality of services provided by a company.

The formulation of the research problem is to find out how Om Chick runs a culinary business in Talasalapang and to find out whether Om Chick's culinary business services in Talasalapang are in accordance with Islamic law. Meanwhile, the object of research is Om Chick. The method used is qualitative research. What is the result of this research is that the culinary business service run by Om Chick really attracts customers based on the attractive location, apart from that, in terms of online services, customers are more often used by most students, and also customers who eat at the place are not much different from Online service customers are mostly employees or students because it is more economical and practical. Digital developments are widely used by business actors in services, one of which is the culinary business. from culinary business people who have implemented good ethics and served in a friendly, polite and courteous manner. so that the ethics taught by the Prophet Muhammad have become a reference in carrying out and running a business or enterprise.

Keywords: Business services, Culinary, Islamic Sharia