

**ANALISIS LAYANAN BISNIS KULINER DI ERA *DIGITAL* PADA  
USAHA “OM CHICK” TALASALAPANG DALAM  
PANDANGAN SYARIAT ISLAM**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Untuk Memperoleh  
Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar*

**AINUL FITRAH AZIS**

**105251108020**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
1444 H/2024**

**ANALISIS LAYANAN BISNIS KULINER DI ERA *DIGITAL* PADA  
USAHA “OM CHICK” TALASALAPANG DALAM  
PANDANGAN SYARIAT ISLAM**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Untuk Memperoleh  
Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar*

**AINUL FITRAH AZIS**

**105251108020**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**1444 H/2024**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 239 Menara Ibra 14. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221



**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi Saudara **Ainul Fitrah Azis**, NIM. 105 25 11080 20 yang berjudul **“Analisis Layanan Bisnis Kuliner di Era *Digital* pada Usaha Om Chik Talasalapang dalam Pandangan Syariat Islam.”** telah diujikan pada hari Sabtu, 15 Rajab 1445 H/ 27 Januari 2024 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum Islam pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

15 Rajab 1445 H.  
Makassar, -----  
27 Januari 2024 M.

**Dewan Penguji :**

Ketua : Dr. Hasanuddin, SE.,Sy., ME. (.....)

Sekretaris : Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D. (.....)

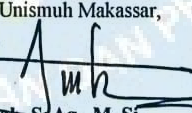
Anggota : Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si. (.....)

Ulil Amri, S.Sy., S.H., M.H. (.....)

Pembimbing I : Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D. (.....)

Pembimbing II : Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si. (.....)

Disahkan Oleh :

FAI Unismuh Makassar,  
  
Dr. Ainul Fitrah, S. Ag., M. Si.  
NIM. 774 234



**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221



**BERITA ACARA MUNAQASYAH**

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Sabtu, 15 Rajab 1445 H/ 27 Januari 2024 M. Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

**MEMUTUSKAN**

Bahwa Saudara (i)

Nama : Ainul Fitrah Azis

NIM : 105 25 11080 20

Judul Skripsi : Analisis Layanan Bisnis Kuliner di Era *Digital* pada Usaha Om Chik Talasalapang dalam Pandangan Syariat Islam.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

**Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.**  
NIDN. 0906077301

Sekretaris,

**Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA.**  
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Hasanuddin, SE., Sy., ME.

(.....)

2. Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D.

(.....)

3. Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si.

(.....)

4. Ulil Amri, S.Sy., S.H., M.H.

(.....)

Disahkan Oleh :



Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar,

**Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.**  
NBM. 774 234

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

JudulSkripsi : Analisis Layanan Bisnis Kuliner Di Era Digital Pada Usaha Om Chick Talasalapang Dalam Pandangan Syariat Islam  
Nama : Ainul Fitrah Azis  
NIM : 105251108020  
Fakultas/Prodi : Agama Islam / Hukum Ekonomi Syariah

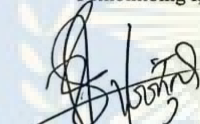
Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan didepan tim pengujian skripsi pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 28 Al akhirah 1447 H  
11 Januari 2015 M

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II

  
Hurriah Ali Hasan, ST., ME., Ph.D  
NIDN: 0927067001

  
Siti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si  
NIDN: 0901109103

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ainul Fitrah Azis  
NIM : 105251108020  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)  
Fakultas : Agama Islam  
Kelas : C

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 28 Jumadil Awal 1445 H

15 Januari 2024 M

Yang Membuat Pernyataan

**Ainul Fitrah Azis**

**NIM 105251108020**



## 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



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur senantiasa tercurahkan kepada Allah SWT atas kehadiratnya. Tuhan yang Maha pengasih dan penyayang. Ialah Tuhan yang maha kuasa atas apa yang ada dilangit, bumi dan seisinya, Tuhan yang memberikan kemudahan disetiap langkah dan memudahkan penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai, hal ini juga merupakan wujud di'a ibu serta seluruh keluarga dan Ikhtiar penulis dalam penyelesaian tugas akhir. Shalawat beserta salam tidak henti-hentinya kami haturkan kepada baginda Rasulullah SAW. Para sahabat, keluarga, serta ummat yang senantiasa istiqomah dijalan-Nya.

Banyak rintangan yang penulis hadapi itu dikarenakan harapan dan cita-cita. Segala rintangan yang penulis lalui dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian Skripsi. Namun semua tidak lepas dari bantuan berbagai belah pihak baik berupa bimbingan, arahan, motivasi, dukungan materi maupun kekhawatiran. Ucapan special kepada orang tua tersayang, Ayahanda Abd azis almarhum, Ibunda St hasnah, dan suami tercinta Abd rauf beserta buah hati kami Ufairah kamila rauf, memberi dukungan moril maupun materil selama menempuh pendidikan, penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya haturkan kepada:

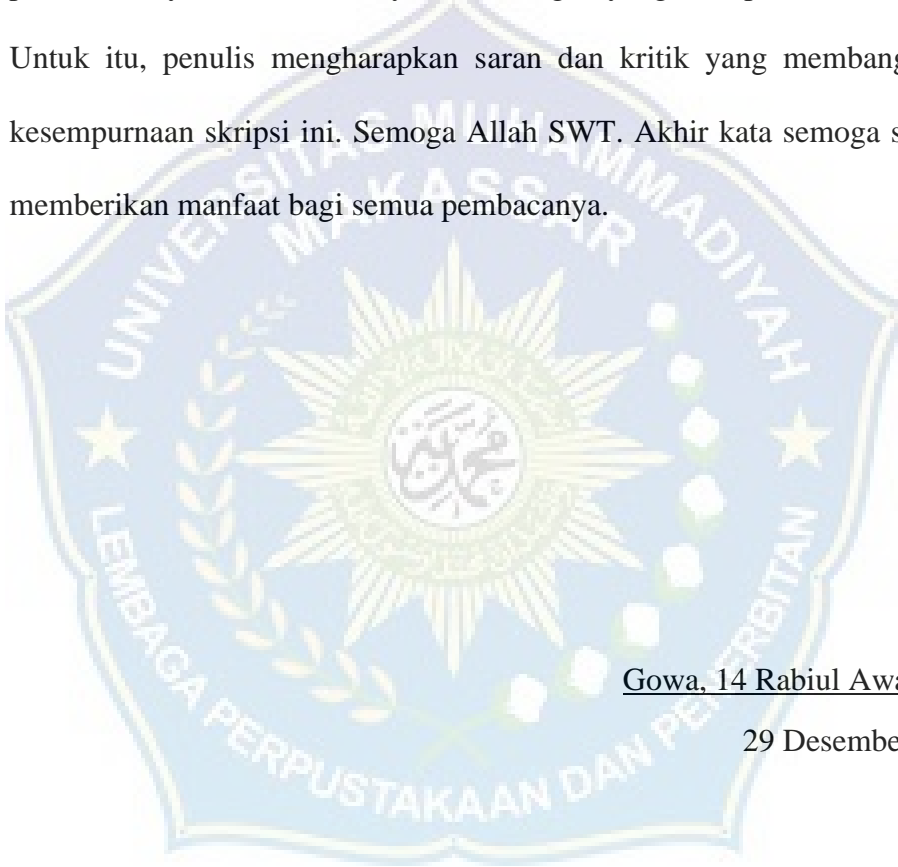
1. Prof. Dr. H Ambo Asse, M, Ag. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr, Amirah Mawardi, S.Ag.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Dr. Hasanuddin, S.E.Sy.,M.E, C.Med selaku ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Dr. Muhammad Ridwan, S.H.,M.H.I, Selaku Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang senantiasa memberikan arahan-arahan selama menempuh pendidikan;
4. Hurriah Ali Hasan, S.T, M.E,Ph.D (Selaku Pembimbing I) dan Siti Walida Mustamin, S.Pd.,M.Si (Selaku Pembimbing II) yang selalu senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Para Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang senantiasa membimbing penulis selama menempuh pendidikan di Hukum Ekonomi Syariah;

6. Kepada keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan apapun yang peneliti butuhkan;

7. Kepada teman-teman dan sahabat dari penulis yang selalu membantu dan mendo'akan serta memberi motivasi, dan apapun yang peneliti butuhkan;

Upaya penulisan dan penyusunan Skripsi telah dilakukan secara maksimal dan penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini.

Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pembacanya.



Gowa, 14 Rabiul Awal 1445 H

29 Desember 2023 M

Ainul Fitrah Azis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. layanan Bisnis .....	8
1. Pengertian layanan.....	8
2. Pengertian Bisnis .....	9
3. Pengertian layanan Bisnis.....	12
B. Era Digital.....	16
1. Pengertian Era.....	16
2. Pengertian Digital .....	17
3. Pengertian Era Digital .....	21
C. Layanan Bisnis di Era Digital .....	23
D. Penelitian Terdahulu .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	32
1. Jenis Penelitian .....	32
2. Lokasi penelitian.....	32

B. Fokus Penelitian.....	32
C. Sumber Data Penelitian.....	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
E. Instrumen Penelitian .....	34
F. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Dan Lokasi Penelitian .....	36
B. Deskripsi Narasumber.....	37
C. Hasil Dan Pembahasan.....	37
1. Layanan Bisnis Kuliner Om Chick.....	37
2. Tinjauan Syariat Islam Layanan Bisnis Kuliner Om Chick.....	42
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>48</b>
A. Kesimpulan .....	48
B. Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>50</b>
Daftar Lampiran.....	<b>53</b>
Lampiran 1 : Pedoman wawancara.....	53
Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara .....	54
Lampiran 3 : Surat Perizinan Penelitian .....	57
Lampiran 4 : Surat keterangan bebas plagiat.....	60
Daftar Tabel .....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 .....	Error! Bookmark not defined.
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>61</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha Indonesia pada era sekarang ini terus berkembang sangat pesat untuk menunjang kegiatan perekonomian saat ini, dan terus berkembang secara kualitatif dan kuantitatif, serta persaingan usaha saat ini baik jasa maupun barang. Bisnis kuliner menjadi salah satunya bisnis yang saat ini terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat karena makanan dan minuman sangat berhubungan erat dengan kebutuhan pokok manusia. Bisnis kuliner meliputi bisnis restoran, kafe, kedai minuman atau kedai kopi dan bisnis sejenisnya.<sup>1</sup>

Kemiskinan merupakan salah satu masalah yang sangat penting untuk diberikan solusi dalam ekonomi, sehingga harus dihilangkan atau paling tidak dikurangi. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh belanja pemerintah, inflasi, dan investasi terhadap kemiskinan (baik secara langsung maupun tidak langsung) melalui pertumbuhan ekonomi, dan pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap kemiskinan (baik secara langsung dan tidak langsung) melalui tingkat pengangguran terbuka dan pendapatan perkapita di Kota Makassar.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Rizki Aulia Malik, "Analisis Penerapan Akad Musyarakah Pada Bisnis Ritel Sakinah Minimarket Surabaya (Studi Kemitraan Dengan 212 Mart Surabaya)", Skripsi (Surabaya: Fak. Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), h. 2.

<sup>2</sup> Siti Walida Mustamin (dkk), "Pengaruh variabel ekonomi makro terhadap kemiskinan di kota makassar provinsi sulawesi selatan", *The Effect of the Economy Macro on the Poverty in Makassar City South Sulawesi Province*, Vol. 4 No. 2 : 165 – 173, Hal 165, diakses pada tanggal 25juni 2023.



bunga (BI rate), inflasi dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia cenderung Salah satu sektor ekonomi yang berdampak serius adalah bisnis kuliner. Banyak perusahaan kehilangan penjualan dan penurunan penjualan saat ini telah melihat penurunan yang sangat dramatis seperti yang terlihat pada penurunan pendapatan hari kerja dan banyak perusahaan tidak menghasilkan pendapatan setiap hari jadi tidak punya pilihan selain menutup bisnisnya karena bangkrut. Baik itu bisnis skala besar seperti contohnya Pizza Hut, Mc Donald, KFC yang merupakan perusahaan besar banyak menutup gerai nya di berbagai kota.<sup>3</sup>

Sehingga berbagai strategi dan inovasi terus diterapkan pebisnis untuk tetap meraup keuntungan dan tetap mampu bertahan melewati waktu yang paling sulit untuk sementara waktu, memperbarui bisnis Anda untuk menjaga roda bisnis berjalan lancar. Salah satu hal yang harus dilakukan pebisnis yaitu melakukan pemasaran untuk menarik minat konsumen dengan tujuan menghasilkan profitabilitas.<sup>4</sup>

Dari berbagai bisnis yang saat ini sedang mengalami masa sulit tapi ada salah satu bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat yang menjadi daya tarik peneliti karena sebelum dan setelah pandemi covid-19 disaat usaha kuliner berskala besar maupun UMKM banyak yang gulung tikar tetapi berbeda dengan Om Chick yang menjadi bisnis minuman yang sangat populer dan terus mengembangkan sayap bisnisnya untuk menjangkau luar Makassar.

---

<sup>3</sup> Ezizwita dan Tri Sukmawati, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal", *Economic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Darma Andalas*. h.54

<sup>4</sup> Herbudi Des, "Strategi Pemasaran Café Pada Masa Pandemi Covid-19 Diwilayah Dau Kabupaten Malang", *Skripsi* (Malang: Fak. Ekonomi Dan Bisnis Islam Universita MuhammadiyahMalang, 2020), h.3.

Seiring dengan perkembangan bisnis di Kota Makassar jenis barang dan jasa khususnya dibisnis kuliner menjadi salah satu peran penting bagi pemecahan masalah dalam meningkatkan usaha dimana pengusaha harus diberatkan dalam pilihan mengembangkan usaha dengan cara yang sesuai ajaran Islam atau memilih usaha yang hanya memberikan keuntungan satu pihak saja dan akibatnya merugikan pihak lain (konvensional). Oleh karena itu, Islam adalah solusi untuk semua masalah yang masih meluas dari kegiatan bisnis konvensional. Usaha Syariah adalah usaha masyarakat dalam segala bentuk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari berupa kegiatan berupa produksi, konsumsi, distribusi dan perdagangan, baik berupa barang maupun jasa, sesuai dengan aturan dan hukum Allah yang diatur dalam Al-Qur'an Dan sebagai sunnah.<sup>5</sup>

Oleh karena itu, ketika melakukan bisnis berdasarkan aturan dan hukum Allah swt, penipuan keadaan barang yang dijual, iklan yang tidak sesuai dengan iklan, dll yang berbeda atau dapat merugikan para pihak, hindari dalam pelaksanaannya. Kondisi asli dan penipuan, unsur penipuan pelanggan, dan penyimpangan yang dapat merugikan pelanggan bahkan pelaku. Sehingga itu bisa merugikan pihak tertentu.<sup>6</sup>

Perkembangan dalam dunia ekonomi ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya lembaga-lembaga keuangan Islam maupun perbankan Islam yang kegiatan pokoknya melakukan transaksi yang tidak terdapat unsur riba,

---

5 Nur Atiqah Mahmudah, "Pengawasan Terhadap Bisnis Syariah di Indonesia", *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 2, no. 2 (2012): h.26.

6 Ahsani Taqwin, "Analisis Terhadap Akad Pembiayaan Musyarakah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Pringgodani Demak", *Skripsi(Semarang: Fak. Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo, 2017)*. h.23.

terhindar dari transaksi bersifat bathil, dan terhindar dari kezaliman sehingga dalam pengambilan keputusan harus mempertimbangkannya sehingga kedepannya kegiatan yang dijalankan dapat berjalan sesuai keinginan. Pemahaman masyarakat terhadap produk pada jasa keuangan maka akan semakin mempermudah masyarakat dalam memilih penerapan akad yang sesuai demi kelancaran usaha maupun kegiatan sehari-hari masyarakat.<sup>7</sup>

Semua aktivitas di bawah aturan dan hukum Allah swt layak disembah oleh karena itu, Bisnis Kuliner Om Chick Area Makassar memutuskan untuk menjalankan bisnis yang sesuai dengan aturan yang telah Allah tetapkan dalam menjalankan bisnisnya. Hasilnya operasional bisnis tidak hanya terpuji tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat. Selain bisnis syariah yang dilakukan sesuai dengan aturan dan undang-undang, nilai ibadah juga harus diamankan dengan keikhlasan dan niat yang tulus sehingga hanya mengharapkan rezeki datangnya dari Sang Maha Pemberi Rezeki maka bisnis ini akan bernilai ibadah.<sup>8</sup>

Salah satu bisnis yang diterapkan oleh Bisnis Kuliner Om Chick dimana memang pada umumnya dalam operasionalnya hampir sama dengan bisnis minuman biasa akan tetapi ada perbedaan yang menjad daya tarik sendiri yang sangat menarik jika Bisnis ini dijadikan bahan penelitian, karena Bisnis Kuliner Om Chick Makassar ini adalah salah satu tempat makan yang sangat memprioritaskan nilai keislaman dalam berbisnis.

---

7 Pratomo, "Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Produk Keuangan di DeliSerdang," *Jurnal Ekonomi* 2, no.7 (2015): h.35.

8 Dewan Pengurus Nasional, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h.109.

Pemahaman masyarakat saat ini masih kurang mengenai praktek bisnis dengan konsep yang diadopsi dari produk bank syariah karena masih dalam pengembangan produk bank syariah sehingga dapat dimaklumi bahwa saat ini pemahaman sebagian besar masyarakat belum mengenal bahkan mengetahui akad apa saja yang ada di bank syariah seperti sistem dan prinsip musyarakah yang kita kenal ternyata bisa digunakan dalam bisnis dan perlu disosialisasikan secara luas kemasyarakat.<sup>9</sup>

Dengan penelitian ini peneliti berharap dapat menyebarluaskan konsep bisnis kemitraan atau investasi seperti yang diterapkan oleh Bisnis Kuliner di Om Chick pada Kota Makassar. Dalam hal ini, ada risiko yang tidak dapat disangkal dari apa pun yang terkait dengan bisnis yang Anda jalankan saat ini, jadi ini adalah salah satu opsi terbaik untuk menerapkan kontrak yang disetujui dan mengembangkan bisnis Anda serta menciptakan lapangan kerja di Indonesia di Era *Digital* sekarang ini.<sup>10</sup>

---

9 Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.266.

10 Mila Fursiana, "Musyârah Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Musyârah Dalam Fiqih Dan Perbankan Syariah)", *Syarianti : Jurnal Studi Al-Quran dan hukum* 1, no. 03(2016): h.493

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat penulis rumusan masalah yang menjadi pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana layanan bisnis kuliner menjalankan bisnis Om Chick di Talasalapang?
2. Apakah layanan bisnis kuliner Om chick Talasalapang sesuai dengan syariat Islam?

## **C. Tujuan**

1. Untuk mengetahui layanan bisnis kuliner menjalankan bisnis Om Chick di Talasalapang.
2. Untuk mengetahui layanan bisnis kuliner Om chick Talasalapang sesuai dengan syariat Islam.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Secara teoritis**

1. Sebagai sumber referensi bagi akademisi dan peneliti yang meneliti.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan muamalah yang berkaitan dengan strategi bisnis dalam syariat Islam yang nantinya bisa digunakan sebagai referensi atau acuan untuk penelitian ini.

### **b. Secara praktis**

Memberikan gambaran kepada masyarakat khususnya saya sendiri sebagai pelaku usaha tentang bagaimana prosedur strategi yang tepat untuk penerapan bisnis kuliner dalam meningkatkan pendapatan dalam bisnis sesuai dengan ekonomi islam sehingga usaha bisa jauh lebih berkembang kedepan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. layanan Bisnis**

##### **1. Pengertian layanan**

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.<sup>11</sup> Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang).<sup>12</sup> pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses.

Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Selanjutnya Munir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lainnya sesuai dengan haknya. Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan

---

<sup>11</sup> Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2010), h.22

<sup>12</sup> Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), h. 415



adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.<sup>13</sup>

## 2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan individu atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan (laba). Arti bisnis juga bisa didefinisikan sebagai menyediakan barang dan jasa guna untuk kelancaran system perekonomian. Mengutip Pengantar Bisnis Modern, bisnis merupakan salah satu kegiatan di bidang ekonomi. Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.<sup>14</sup>

Dalam arti luas, pengertian bisnis adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Kesimpulannya, pengertian bisnis memuat 4 aspek yakni, menghasilkan barang dan jasa, mendapatkan laba, suatu kegiatan usaha dan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sehari-hari.

---

<sup>13</sup> Munir, Manajemen Pelayanan Umum, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 275

<sup>14</sup> Kholida Qothrunnada "Bisnis: Pengertian, Tujuan, Jenis dan Contohnya" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6049917/bisnis-pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya>. 8 Juli 2023.

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan individu atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan (laba). Arti bisnis juga bisa didefinisikan sebagai menyediakan barang dan jasa guna untuk kelancaran sistem perekonomian.

Berikut adalah hadis yang menjelaskan tentang berbisnis yang berbunyi:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ – عَلَيْهِ السَّلَامُ – كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya:

*“Tidaklah seseorang memakan suatu makanan yang lebih baik dari makanan yang ia makan dari hasil kerja keras tangannya sendiri. Karena Nabi Daud ‘alaih salam dahulu juga makan dari hasil kerja keras tangannya.” (HR. Bukhari, no. 2072, dari Al-Miqdad).*

Dalam arti luas, pengertian bisnis adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Kesimpulannya, pengertian bisnis memuat 4 aspek yakni, menghasilkan barang dan jasa, mendapatkan laba, suatu kegiatan usaha dan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sehari-hari.

#### a. Tujuan Bisnis

Adapun berikut tujuan Bisnis yakni:

- 1) Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat juga termasuk dalam tujuan bisnis.

- 2) Memenuhi kebutuhan hidup dengan sebuah produk dan jasa
- 3) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat secara umum
- 4) Memberikan kesejahteraan bagi para pemilik faktor produksi dan masyarakat.
- 5) Menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka waktu panjang.

b. Jenis-jenis Bisnis

Adapun berikut jenis-jenis Bisnis yakni:

1) Bisnis Agraris

Bisnis agraris adalah sektor usaha yang paling banyak ditemukan di Indonesia. Bisnis ini mencakup usaha contohnya pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan.

2) Bisnis Industri

Bisnis industri adalah aktivitas untuk menghasilkan barang dari pengolahan bahan baku, menjadi barang setengah jadi kemudian diolah lagi menjadi barang jadi. Bisnis sektor ini adalah kegiatan menghasilkan nilai tambah. Contohnya usaha dalam sektor rumah tangga, sektor usaha kecil, sedang, dan besar.

3) Bisnis Perdagangan

Bidang perdagangan adalah kegiatan utamanya melakukan transaksi jual beli barang untuk tujuan memperoleh laba. Uang jadi alat ukur dalam transaksi jual beli. Contohnya toko kelontong, kios, agen hingga distributor.

#### 4) Bisnis Sektor Jasa

Bisnis jasa adalah usaha yang bergerak dibidang pelayanan. Usaha ini akan memberikan layanan yang dibutuhkan orang lain. Contohnya bimbingan belajar, rumah sakit, transportasi, hingga pelatihan.

#### 5) Bisnis Sektor Pertambangan

Bisnis pertambangan adalah usaha yang sangat menguntungkan, karena bisa menyumbang pendapatan negara secara signifikan. Contohnya bisnis batu bara, emas, minyak bumi, pasir, bebatuan hingga beberapa galian mineral.

#### 6) Bisnis Pariwisata

Bisnis pariwisata adalah usaha yang memanfaatkan alam, tatanan sosial, adat dan kesenian sebagai daya tarik untuk wisatawan.<sup>15</sup>

### 3. Pengertian layanan Bisnis

Pengertian layanan bisnis layanan mengacu pada layanan yang digunakan perusahaan bisnis untuk menjalankan aktivitasnya. Layanan ini diperlukan untuk mendukung jalannya operasi bisnis yang efektif. Merujuk byjus.com, layanan bisnis juga diartikan sebagai kegiatan yang membantu bisnis, tetapi tak menghasilkan komoditas nyata. Contohnya teknologi informasi yang mendukung layanan bisnis, seperti pengiriman, pengadaan, dan keuangan. Sederhananya, pengertian

---

<sup>15</sup> Kholida Qothrunnada, Baca artikel detikfinance, "Bisnis: Pengertian, Tujuan, Jenis dan Contohnya" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6049917/bisnis-pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya>, pada tanggal 14 juni 2023, pukul 17.30 WIB.

layanan bisnis adalah kegiatan yang dijalankan perusahaan tanpa memasok produk fisik guna menghasilkan operasi bisnis yang efektif.

## 1. Contoh Layanan Bisnis

### 1. Layanan Perangkat Lunak

Layanan perangkat lunak meningkatkan fitur dan meningkatkan keamanan untuk perangkat teknologi perusahaan atau individu, seperti komputer dan telepon. Layanan ini menyediakan perlindungan anti virus dan memperbarui aplikasi agar lebih ramah pengguna dan efektif.

### 2. Layanan Pelatihan

Sebuah perusahaan dapat mengambil manfaat dari menyewa perusahaan pelatihan untuk mengajarkan keterampilan komputer atau soft skill tertentu untuk karyawannya. Dalam kasus ini, perusahaan dapat menyewa pihak luar untuk memimpin sesi pelatihan, lokakarya, atau presentasi untuk membantu anggota tim meningkatkan atau mempelajari keterampilan tertentu.

### 3. Layanan Perencanaan Acara

Perusahaan dapat menyewa jasa perencanaan acara untuk pesta kantor, acara penggalangan dana, dan acara perusahaan lainnya. Layanan manajemen acara bertanggung jawab untuk mencari tempat, perlengkapan, staf dan katering, dan lainnya.

#### 4. Layanan Konsultasi

Perusahaan dapat menggunakan jasa konsultasi untuk berbagai proyek, termasuk penganggaran keuangan, lansekap, audit, dan lainnya. Layanan konsultasi memungkinkan tim manajemen perusahaan untuk mendapatkan keterampilan dan perspektif tentang topik yang tak banyak mereka ketahui.

#### 5. Layanan Pemasaran

Jasa pemasaran membantu perusahaan mengiklankan produk, layanan, dan merek mereka dengan membuat kampanye pemasaran. Meski beberapa perusahaan memiliki departemen pemasaran internal, perusahaan lain mengalihdayakan tenaga kerja ini untuk mendapatkan hasil yang lebih cepat dan berkualitas.

#### 6. Layanan Pengelolaan Limbah

Jasa pengelolaan sampah membantu bisnis dan individu menjaga lingkungan kerja yang bersih. Perusahaan menghasilkan sampah dalam jumlah besar setiap harinya. Jasa pengelolaan sampah akan mengumpulkan sampah ini dan membawanya ke tempat pembuangan sampah dan fasilitas daur ulang sehingga ruang kerja perusahaan dan area sekitarnya tetap bersih.

#### 7. Layanan Konstruksi

Layanan konstruksi biasanya diperlukan perusahaan saat ingin memperluas atau merenovasi ruang kantornya. Mempekerjakan tim



pekerja konstruksi yang berpengalaman akan memastikan bahwa mereka menyelesaikan renovasi atau perluasan kantor dengan cara yang aman dan efisien. Tim konstruksi biasanya menggunakan peralatan mereka sendiri, sehingga perusahaan tak perlu menyewa atau membeli peralatan yang mahal.<sup>16</sup>

Berikut adalah ayat Al Qur'an yang menjelaskan tentang bisnis dalam surah An-nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Terjemahnya:*

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

Jadi, dapat diartikan bahwa strategi bisnis yaitu strategi yang dirumuskan dan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan oleh suatu pebisnis dalam menghasilkan barang atau jasa. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, sebuah organisasi bisnis sepatutnya menetapkan strategi yang digunakan sebagai arahan bagaimana organisasi itu bertindak agar tujuan organisasi dapat dicapai. Tujuan bisnis, umumnya adalah untuk dapat berperan secara dominan dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Untuk mencapai tujuan

<sup>16</sup> <https://kumparan.com/berita-bisnis/pengertian-layanan-bisnis-dan-contohnya-bagi-perusahaan-214IIFKOKo1/full>

tersebut, maka pebisnis harus mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan keputusan untuk mengarahkan agar pebisnis dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaingnya dengan terus berupaya melakukan perbaikan.<sup>17</sup>

## **B. Era Digital**

### **1. Pengertian Era**

Dikutip dari buku *Kajian Semantik Arab: klasik dan kontemporer* karya Prof. Dr. Moh. Matsna HS., M.A, Secara etimologis, kata sinonim berasal dari bahasa Yunani Kuno *syn* (dengan) dan *onoma* (nama). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa sinonim adalah bentuk bahasa yang maknanya mirip atau sama dengan bentuk bahasa lain; muradif; kesinoniman.<sup>18</sup>

Secara umum, sinonim adalah hubungan semantik yang menyatakan adanya kesamaan makna antara satu kata dengan kata lainnya. Relasi sinonim ini bersifat dua arah. Hubungan sinonim ditandai oleh kemampuan dua leksem yang bisa saling menggantikan sebagai pengisi gatra di dalam kalimat tanpa mengubah makna.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 22.

<sup>18</sup> jagokata.com pertama kali diindeks oleh Google pada September 2015.

<sup>19</sup> Prof .Dr. Moh. Matsna HS., M.A, *Klasik dan Kontemporer*, di akses dari(<https://kumparan.com/berita-terkini/arti-kata-era-menurut-kbbi-dan-contoh-penggunaannya-1zrDnUnSr2R/full>), pada tanggal 14 juni 2023, pukul 14.15 WIB.

## 2. Pengertian Digital

Secara umum, pengertian digital adalah penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1, atau off dan on (bilangan Biner atau disebut juga dengan istilah Binary Digit). Pendapat lain menyebutkan definisi digital adalah suatu sinyal atau data yang dinyatakan dalam serangkaian angka 0 dan 1, dan umumnya diwakili oleh nilai-nilai kuantitas fisik, seperti tegangan atau polarisasi magnetik.

Digital menggambarkan teknologi elektronik yang menghasilkan, menyimpan, dan memproses data dalam dua kondisi: positif dan non-positif. Positif dinyatakan atau diwakili oleh angka 1 dan non-positif oleh angka 0. Dengan demikian, data yang dikirimkan atau disimpan dengan teknologi digital dinyatakan sebagai string 0 dan 1. Masing-masing digit status ini disebut sebagai bit (dan serangkaian bit yang dapat ditangani komputer secara individual sebagai grup adalah byte).

Sebelum ditemukannya teknologi digital, transmisi elektronik terbatas pada teknologi analog, yang menyampaikan data dalam bentuk sinyal elektronik dari berbagai frekuensi atau amplitudo yang ditambahkan ke gelombang pembawa frekuensi tertentu. Siaran dan transmisi telepon secara konvensional menggunakan teknologi analog.

Teknologi digital utamanya digunakan pada media komunikasi terbaru, seperti satelit dan transmisi serat optik (fiber optik). Sebagai contoh, modem digunakan untuk mengubah informasi digital pada komputer menjadi sinyal analog untuk saluran telepon dan untuk mengubah sinyal telepon analog menjadi informasi digital pada sebuah komputer.<sup>20</sup>

Secara etimologis, istilah digital berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Digitus* yang artinya jari jemari tangan atau kaki manusia yang berjumlah 10. Dalam hal ini, nilai 10 terdiri dari 2 radix, yaitu 1 dan 0. Itulah asal mulanya penggunaan istilah digital dalam sistem bilangan biner.

Digital atau lebih sering disebut digitalisasi adalah bentuk perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog ke teknologi digital. Digitalisasi ini sudah terjadi sejak tahun 1980 dan masih berlanjut hingga saat ini. Era digital muncul karena adanya revolusi yang mulanya dipicu oleh sebuah generasi remaja yang lahir pada tahun 80-an. Kehadiran digitalisasi ini menjadi awal era informasi digital atau perkembangan teknologi yang lebih modern.

Digital adalah bentuk modernisasi atau pembaharuan dari penggunaan teknologi di mana sering dikaitkan dengan kemunculan

---

<sup>20</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Digital>, di akses pada tanggal 15 juni 2023.

internet dan komputer. Dimana segala hal dapat dikerjakan melalui suatu peralatan canggih tersebut untuk memudahkan urusan masyarakat. Dengan adanya revolusi digital inilah yang mendorong cara pandang seseorang dalam menjalani kehidupan yang semakin canggih saat ini.

Dengan adanya kemajuan dan perkembangan di bidang teknologi tentunya akan membuat perubahan besar di seluruh dunia. Mulai dari membantu mempermudah segala kepentingan hingga membuat masalah karena tidak dapat menggunakan fasilitas yang semakin canggih dengan benar. Tentunya era digitalisasi saat ini bukanlah sesuatu yang terjadi secara instan.<sup>21</sup>

Adapun berikut ini manfaat era digitalisasi sebagai berikut:

1) Kemudahan dalam berkomunikasi

Dengan adanya era digital saat ini tentunya semakin memberikan kemudahan dalam hal komunikasi. Saat ini manusia dikelilingi dengan perangkat digital yang canggih seperti smartphone. melalui perangkat inilah manusia dapat saling terhubung dengan manusia di belahan bumi lainnya dengan memanfaatkan adanya internet. Bisa dibilang ini adalah salah satu bentuk kemajuan digital yang paling bisa dirasakan.

---

<sup>21</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Digital>, di akses pada tanggal 15 juni 2023.

## 2) Mobile dan Fleksibel

Era digital adalah masa dimana semua hal serba mudah dan tidak ada batasan. Hal ini bisa dibuktikan dari kemudahan untuk mengikuti berbagai jenis event tanpa harus hadir di tempat. Masyarakat bisa mengerjakan apapun secara mobile. Sebagai contoh penerimaan mahasiswa baru di suatu perguruan tinggi yang dapat dilakukan dari mana saja tanpa harus datang ke kampus yang bersangkutan.

## 3) Internet lebih Dominan ketimbang penggunaan Pulsa

Di era digital saat ini internet memang lebih mendominasi untuk berbagai kebutuhan masyarakat terutama kaum milenial. Mengingat pentingnya internet sehingga masyarakat lebih memilih untuk kehabisan pulsa daripada kehabisan paket data.

Alasannya, karena paket data bukan hanya sekedar digunakan untuk berinternetan melainkan juga berfungsi sebagai media komunikasi yang lebih murah daripada menggunakan pulsa.

## 4) Kemudahan dalam berbelanja dan Mendapatkan apa yang diinginkan

Seperti yang kita ketahui bahwa saat ini dengan adanya internet mulai bermunculan e-commerce atau toko online. Sehingga dalam hal ini memudahkan masyarakat untuk berbelanja atau mendapatkan apa yang mereka inginkan tanpa harus datang ke lokasi. Salah satu manfaat dari kehadiran toko digital seperti ini maka memungkinkan untuk



menemukan penjual dan pembeli meskipun berada di lokasi yang berada pada jarak yang jauh.<sup>22</sup>

### 3. Pengertian Era Digital

Era digital merupakan suatu masa di mana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan system digital dalam kehidupan sehari-harinya. Menurut *Communication Technology Timeline* yang dikutip Dan Brown, berbagai jenis media elektronik di dunia mulai merebak pada awal tahun 1880an dimulai dengan alat komunikasi telepon, tape-recorder, radio.

Barang elektronik lainnya seperti televisi, TV kabel, telepon selular baru mulai digunakan oleh banyak masyarakat sekitar tahun 1940 –1970an. Teknologi komunikasi dari media elektronik pada awalnya masih menggunakan sistem analog, dan baru beralih ke sistem digital dengan ditandai hadirnya transformasi produk media seperti e-book, internet, koran digital, e-library, e-shop dsb. Masa ini juga sering disebut sebagai revolusi digital. Revolusi digital ini telah dimulai pada awal tahun 1990an di dunia. Dengan mengingat prinsip-prinsip sistem digital tadi, maka era digital merupakan era di mana aliran informasi melalui media-media komunikasi bersifat jelas, akurat dan cepat.

---

<sup>22</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Digital>, di akses pada tanggal 15 juni 2023.

Perkembangan teknologi digital adalah merupakan perkembangan dimana mulai hadirnya komputer, lahirnya internet, ponsel (telephon selular), dan juga jejaring sosial. Diantara contoh perangkat digital antara lain televisi, perrangkat permainan genggam, jam digital, telephon pintar (*smartphone*), komputer dan laptop. Sedangkan merupakan contoh konversi teknologi diantaranya perubahan buku-buku cetak menjadi buku elektronik (*E-Book*), surat menjadi Surat Elektronik (Email/Gmail), mesin ketik menjadi komputer, telepon menjadi ponsel (telephone seluler), gramophone menjadi kaset kemudian CD (*Compact Disk*) kemudian beralih kepada MP3/MP4, dan jam analog menjadi jam digital kemudian *Smartwatch*.

Era digital yang kini telah menjadi bagian kehidupan keseharian masyarakat, khususnya generasi muda memang akan mengubah pola kehidupan. Termasuk pola belajar dan pola penyebaran informasi. Era kertas pelan tetapi pasti akan tergeser. Ketika kamus digital dapat diperoleh dengan mudah dan murah, misalnya dapat dimasuk ke dalam HP, maka kamus tercetak akan terancam. Jika memerlukan terjemahan dapat membuka "*Pocket Dict*" di HP. Baru jika tidak memadai kemudian mencari kamus tercetak.

Seiring dengan kemajuan teknologi, ketika kemampuan HP semakin baik dan jenis kamus digital makin lengkap, maka pocket dict

akan menjelma menjadi semacam kamus bahasa Arab yang sekarang banyak dipakai, namun dalam versi digital (*Application/software*). Jikalau terjadi, dapat dipastikan tidak banyak lagi orang memerlukan kamus Bahasa tercetak. Bukankah kamus digital lebih murah dan lebih fleksibel penggunaannya.

Tidak hanya itu, setahap demi setahap, buku dan bahkan koran juga akan digeser oleh versi digital. Jurnal ilmiah yang biasanya mahal karena jumlah cetaknya tidak banyak, kini sudah mulai beralih ke bentuk digital. Perpustakaan dengan senang berlangganan jurnal online karena murah dan tidak memakan tempat. Hampir semua koran sekarang sudah punya versi online. Dan buku teks juga sudah mulai ke versi digital. Jika itu terjadi, maka penyebaran informasi benar-benar melalui versi baru yaitu digitalisasi informasi.<sup>23</sup>

### **C. Layanan Bisnis di Era Digital**

Strategi bisnis digital adalah serangkaian kebijakan yang dibuat oleh perusahaan untuk meningkatkan kecerdasan dan kinerja bisnis dengan menciptakan produk baru dan menyederhanakan proses internal sehingga mengolah pemasaran secara digital dengan kreatif di media sosial ataupun search engine.

---

<sup>23</sup> Puji Rahayu, Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak, Vol.2 Edisi Januari-Juni 2019, hal 48, Tersedia di: <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/al-fathin/article/view/1423/1214>, diakses pada tanggal 15 Juni 2023.

Strategi bisnis digital digunakan untuk menentukan arah organisasi dan keunggulan kompetitif baru bagi perusahaan, yang dibuat atau dirancang dengan menggunakan teknologi. Strategi bisnis digital juga berperan dalam memaksimalkan manfaat aset data dan upaya yang berfokus pada penggunaan teknologi.

Untuk bisa mewujudkan strategi bisnis digital yang baik, dibutuhkan gabungan keahlian tim yang beragam. Semua komponen perusahaan harus bekerja sama, mulai dari bagian IT, marketing hingga eksekutif. Strategi bisnis digital sendiri biasanya memiliki beberapa ciri berikut:

1. Bersifat transformative
2. Memanfaatkan teknologi baru
3. Pembuatan keputusan berdasarkan data
4. Berpusat kepada pelanggan<sup>24</sup>

Adapun Manfaat Menggunakan Teknologi dalam Strategi Bisnis di Era Digital yaitu:

- 1) *Meningkatkan Agilitas Bisnis*

Solusi berbasis teknologi memungkinkan bisnis untuk tetap gesit dan cepat dalam merespons perubahan di pasar. Integrasi berbagai

---

<sup>24</sup> Anonim, baca artiker “Ini Dia Pengembangan Strategi Bisnis di Era Digital” Selengkapnya <https://flip.id/business/blog/pengembangan-strategi-bisnis-di-era-digital>, di akses pada tanggal 15 Juni 2023.

teknologi akan mengarah pada peningkatan kolaborasi antar tim yang pada akhirnya akan menciptakan proses pengembangan produk maupun layanan yang lebih baik. Peluncuran produk yang lebih cepat, inovasi kualitas yang lebih baik serta peningkatan fitur produk akan mendorong pertumbuhan bisnis Anda secara positif.

### 2) *Peningkatan Koordinasi dan Kolaborasi Staf*

Kemajuan signifikan dalam teknologi komunikasi memungkinkan perusahaan untuk mengatur tim mereka dengan lebih baik. Software seperti G Suite misalnya, meningkatkan kemampuan kolaborasi antar tim. Sistem VOIP, conference call dan telepresence memungkinkan karyawan untuk berinteraksi dari jarak jauh, di mana saja mereka berada. Berbagai cara di atas akan membantu meningkatkan efisiensi bisnis sekaligus menciptakan work-life balance yang lebih baik bagi karyawan Anda.<sup>25</sup>

### 3) *Otomasi dan Produktivitas*

Adopsi teknologi untuk bisnis memungkinkan perusahaan kecil dan menengah untuk beroperasi seefisien perusahaan besar. Memanfaatkan teknologi internet berkecepatan tinggi dan perangkat lunak otomatisasi memungkinkan proses penanganan tugas-tugas penting

---

<sup>25</sup> Anonim, baca artiker “Ini Dia Pengembangan Strategi Bisnis di Era Digital” Selengkapnya <https://flip.id/business/blog/pengembangan-strategi-bisnis-di-era-digital>, di akses pada tanggal 15 Juni 2023.

di perusahaan dengan cara yang lebih baik. Alat otomatisasi bisa meningkatkan digital presence dan keterlibatan yang lebih baik dengan pelanggan.

#### 4) *Menghemat Pengeluaran*

Salah satu kelebihan dari teknologi digital adalah kemampuannya dalam menghemat pengeluaran. Solusi komunikasi seperti video conference dan VOIP memungkinkan bisnis menghemat biaya perjalanan dan akomodasi. Sementara itu layanan cloud membantu menurunkan biaya penyimpanan data. Dan otomasi mengurangi kebutuhan akan kelebihan staf, menghemat biaya tenaga kerja.

Teknologi digital merupakan peluang sekaligus tantangan bagi para pengusaha. Jika Anda menggunakan dan memanfaatkannya dengan bijak, Anda bisa mendapatkan kesempatan untuk memenangkan persaingan. Sebaliknya, jika Anda gagal maka bisnis Anda mungkin akan tenggelam dan ketinggalan dibanding kompetitor Anda yang lain.

Berikut adalah contoh Strategi Bisnis di Era Digital yang harus dipertimbangkan Yaitu:

### 1. Optimalkan Penggunaan Teknologi

Teknologi baru kerap membuat pemain bisnis lama kebingungan. Banyak di antara mereka yang merasa ragu untuk menggunakannya karena sudah terbiasa dengan cara konvensional. Padahal, teknologi sejatinya adalah sesuatu yang diciptakan untuk membantu dan memudahkan proses kerja Anda.<sup>26</sup>

### 2. Manfaatkan Media Sosial

Pengguna media sosial di Indonesia sangat banyak. Baik itu Twitter, Facebook, Instagram hingga WhatsApp, semua bisa Anda manfaatkan sebagai bagian dari strategi bisnis. Anda bisa menggunakannya untuk berpromosi, berkomunikasi dengan pelanggan dan mencari tahu apa yang mereka inginkan. Tidak hanya murah (bahkan gratis), penggunaan media sosial sebagai alat marketing juga sangat mudah. Lewat media sosial, Anda bisa menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya minimal.

### 3. Optimalkan Digital Marketing

Digital marketing sendiri merupakan metode pemasaran yang dilakukan lewat media digital maupun elektronik. Tidak hanya dari media sosial, Anda bisa memperluas jangkauan bisnis dengan

---

<sup>26</sup> Anonim, baca artiker “Ini Dia Pengembangan Strategi Bisnis di Era Digital” Selengkapnya <https://flip.id/business/blog/pengembangan-strategi-bisnis-di-era-digital>, di akses pada tanggal 15 Juni 2023.



memanfaatkan teknologi pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), pemasangan iklan televisi dan radio, menggunakan billboard elektronik hingga menggunakan email marketing.

#### 4. Lakukan Inovasi

Inovasi adalah bagian dari strategi bisnis di era digital yang tidak boleh Anda lewatkan. Seperti yang kita tahu, bisnis adalah sektor yang dinamis. Perubahan terjadi sangat cepat dan hampir setiap hari Anda bisa menemukan kemunculan tren baru. Sebagai pelaku bisnis, inovasi adalah hal yang wajib Anda lakukan agar bisa bersaing dan unggul dari kompetitor. Ciptakan produk dan layanan yang berbeda dan unggul daripada yang lain.

Menciptakan inovasi memang bukan hal yang mudah. Kadang apa yang Anda pikir bisa membantu bisnis Anda selangkah lebih maju, justru tidak membuahkan hasil seperti yang diharapkan. Tapi jika Anda melalui proses yang benar, inovasi yang sempurna pasti bisa Anda temukan. Salah satu bagian penting dari pengembangan strategi bisnis di era digital adalah penyederhanaan sistem pembayaran. Seperti yang kita ketahui, setiap bisnis melakukan proses pembayaran setiap harinya baik dengan mitra maupun dengan konsumen.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Anonim, baca artiker “Ini Dia Pengembangan Strategi Bisnis di Era Digital” Selengkapnya <https://flip.id/business/blog/pengembangan-strategi-bisnis-di-era-digital>, di akses pada tanggal 15 Juni 2023

#### **D. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian dilakukan oleh Atmariansi Artanti, Hendri Hermawan Adinugraha dari Jurnal Manajemen dan Ekonomi edisi: vol. 3 no. 2 (2020) e-issn, 2620-6099, p-issn, 2620-7680 dengan judul “Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Produk Home Industri Mie Eblek Desa Kasepuhan).”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran word of mouth untuk home industri mie kerupuk di desa kasepuhan milik bapak iman. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (Field Research) dengan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data Primer di peroleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Desa kasepuhan pemasaran penjualannya hanya melalui mulut ke mulut tidak menggunakan media cetak maupun elektronik. Di tengah pandemi, promosi dari mulut ke mulut, menurutnya itu lebih praktis dan efektif untuk menarik konsumen agar membeli tetapi hal ini membuat omset mengalami penurunan. Namun, disaat kondisi sedikit normal seperti dalam hal ini, industri mie eblek mulai menerapkan strategi lain yaitu strategi digital marketing, tanpa meninggalkan strategi dari mulut ke mulut sehingga usaha mie eblek milik pak imanudin pun bisa tetap kompetitif.

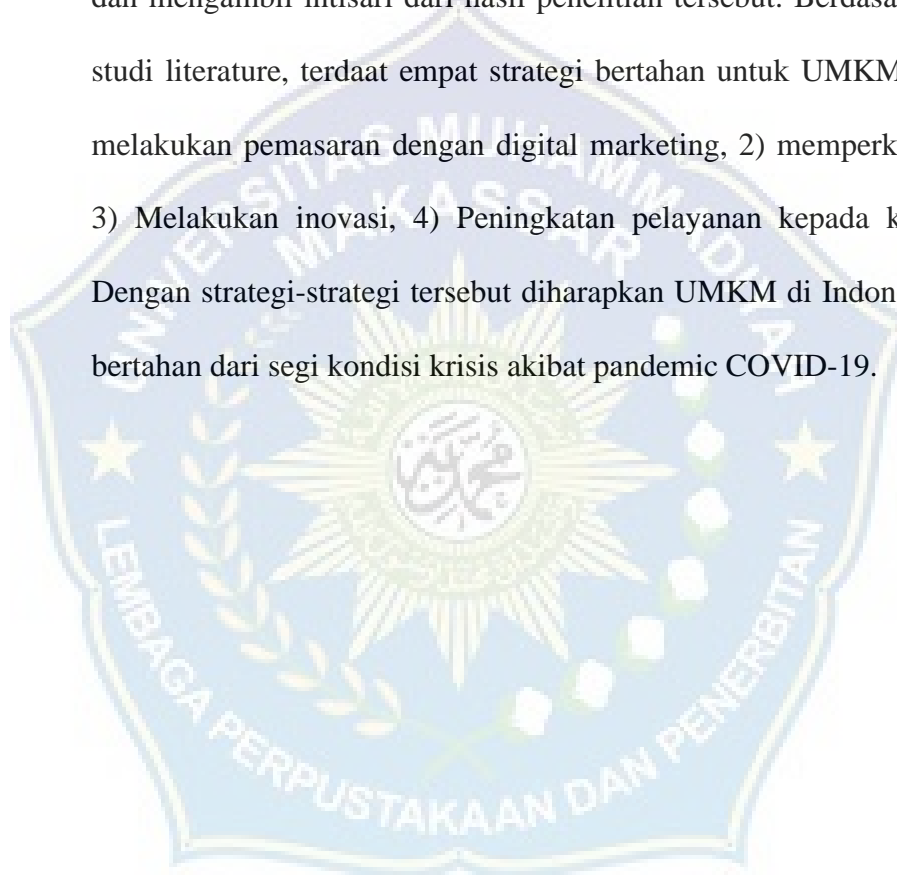
2. Penelitian dilakukan oleh Nursha Dwi Setyowati, Ririn Puspita Tutiasri, M. Nur Fietroh dari Jurnal Sosial dan Ilmu Politik ISSN. 2442-6962

Vol, 10. No. 1 (2021) dengan Judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan yang Terkena Dampak COVID-19”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran bagi pelaku usaha produk makanan yang terkena dampak COVID-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara melalui aplikasi WhatsApp call dan observasi secara daring. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha makanan yang terkena dampak COVID-19 mengombinasikan pemasaran offline ke online. Rata-rata secara online bekerjasama dengan aplikasi pesan antar makanan Grab dan Gojek. Tidak meninggalkan warung offline melainkan mengembangkan usahanya dengan menerapkan pemasaran 4C yang mampu memberikan korelasi yang positif karena mengutamakan kebutuhan konsumen, dapat meningkatkan efektivitas pemasaran produk makanan dan kemudahan yang didapat, selain itu mendukung program pemerintah untuk mengurangi kerumunan sehingga lebih aman, serta biaya promosi lebih terjangkau, dan tentunya memperluas segmen pasar.

3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka dari Jurnal Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif ke-6 (online Convergence) E-ISSN : 2621-9794 dengan judul “Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 di Indonesia”.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi bertahan (UMKM) Khususnya di masa pandemik. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Penelit mengkaji berbagai hasil studi empiris khususnya jurnal ilmiah yang berkaitan dengan strategi UMKM. Peneliti kemudian membuat perbandingan dari hasil penelitian di berbagai jurnal dan mengambil intisari dari hasil penelitian tersebut. Berdasarkan hasil studi literature, terdaat empat strategi bertahan untuk UMKM yaitu, 1) melakukan pemasaran dengan digital marketing, 2) memperkuat SDM, 3) Melakukan inovasi, 4) Peningkatan pelayanan kepada konsumen. Dengan strategi-strategi tersebut diharapkan UMKM di Indonesia dapat bertahan dari segi kondisi krisis akibat pandemic COVID-19.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Lokasi Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Dalam ulasan ini penulis menggunakan semacam pemeriksaan yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengharapkan untuk mendapatkan gambaran yang tepat tentang berbagai macam masalah yang harus dipusatkan kemudian. Penelitian sangat berguna untuk mendapatkan gambaran suatu masalah dari kebenaran yang terjadi, semua dalam eksplorasi yang berbeda sangat membantu untuk memperjelas terulangnya suatu peristiwa dari sebuah fenomena.

##### **2. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di yotta yang berlokasi di Talasalapang Kota makassar, alasannya saya memilih dan lokasi tersebut karena dari segi area Peneliti bisa lebih leluasa untuk mendapatkan Data saat meneliti dibandingkan dengan diluar area makassar.

#### **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian bermanfaat bagi pembatasan mengenai Objek penelitian yang diangkat manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang di peroleh dilapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perekonomian dan sosial ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan.

### **C. Sumber Data Penelitian**

Ada 2 macam sumber informasi yang digunakan oleh creator dalam review ini adalah:

1. Data Primer, adalah informasi yang diambil dari sumber utama di lapangan baik melalui persepsi, pertemuan, maupun dokumentasi.
2. Data sekunder, adalah informasi yang paling umum diperoleh dari buku, buku harian, artikel, majalah, dll. Informasi sekunder ini harus sesuai dan berkaitan dengan apa yang secara khusus sedang dibahas dalam penelitian.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Adapun bermacam-macam informasi yang digunakan dalam ulasan ini yaitu:

1. Wawancara, adalah bermacam-macam informasi dengan mengarahkan pertanyaan dan menjawab pertemuan yang harus dituju Untuk situasi ini, analis berusaha mendapatkan data melalui wawancara dengan individu yang bertanggung jawab atas beberapa cabang Yotta. organisasi dari Yotta, beberapa mitra.
2. Persepsi (Observasi), adalah teknik yang digunakan dengan cara langsung ke daerah untuk mendapatkan informasi yang lebih tepat. Untuk situasi ini, analis menyebutkan fakta objektif langsung tentang pelaksanaan.
3. Dokumentasi, adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan transkrip, buku, surat, dokumentasi, dan sebagainya.

Pemanfaatan data sekunder akan menghemat waktu karena tidak menyusun instrument penelitian, mencari sumber data yang di perlukan.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Dalam mengumpulkan informasi dari responden, peneliti membutuhkan instrumen bantuan dalam mengeksplorasi. Ada dua jenis instrumen bantuan yang secara teratur dibutuhkan oleh analis, untuk lebih spesifiknya:

##### **1. Panduan atau Panduan Wawancara Luar dan Dalam**

Bantuan ini berupa teks pendek yang berisi rundown data yang harus dikumpulkan. Ikhtisar ini dilengkapi dengan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk menyelidiki data yang terkait dengan masalah ilmuwan, atau persyaratan analis.

##### **2. Alat Perekaman**

Spesialis dapat menggunakan instrumen perekaman yang berbeda, misalnya handphone terlebih lagi sebuah kamera untuk merekam dari pertemuan tersebut. Alat perekam digunakan sebagai alat untuk merekam data selama wawancara agar tidak ada data yang terlewat sehingga analis memusatkan perhatian pada pertanyaan yang akan diajukan tanpa mencatat.



## **F. Teknik Analisis Data**

Adapun Teknik Analisis Data yang saya gunakan yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Informasi, merupakan tahapan untuk menyusun dan memilih informasi atau perubahan yang tidak menyenangkan yang didapat dari informasi yang ada di lapangan. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang
2. Penyajian Data, menelaah informasi dengan menggunakan strategi pemeriksaan spellbinding subyektif, yaitu setelah semua informasi terkumpul, pencipta mengklarifikasi secara mendalam dan metodis sehingga dapat tergambar dengan baik secara utuh dan akhirnya dapat terlihat dengan jelas. Miles dan Huberman, berpendapat bahwa dalam pemeriksaan informasi subjektif dilakukan secara intuitif dan dilanjutkan sampai selesai.
3. Kesimpulan, Tahap terakhir yang dilakukan oleh seorang analisis dilakukan untuk mengecek kembali atau mengoreksi kembali catatan informasi Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Dan Lokasi Penelitian**

Om Chick adalah salah satu Bisnis Kuliner yang ada di Talasalapang bahan utamanya menggunakan Ayam, hal ini yang menjadi ciri khas tempat makan tersebut untuk menarik pelanggan yang menyukai makanan yang bahan utamanya adalah ayam, namun walau berbahan utama Ayam tempat makan Om Chick ini tidak membuat pelanggan bosan untuk mengunjungi rumah makan tersebut karena menu dan cara penyajiannya yang cukup menggugah selera.

Rencana rumah makan ini kedepannya ditargetkan terbuka dua puluh gray cabang, khusus di Sulawesi selatan dalam tenggang waktu duan tahun, dua lokasi telah disurvei yang akan jadi cabang berikutnya dalam waktu dekat yaitu Pangkep dan Barru. Dari rumah makan Om Chick Crispy, Ali mengaku “tertulis” beberapa kisah inspiratif yang berbeda-beda dari setiap cabangnya. “Bagi yang ingin menjalin kerjasama dalam bentuk franhise boleh datang langsung ke salah satu cabang”

Disetiap sisi ruangan sudah menjadi ciri khas rumah makan ini ada tulisan hadist yang dibingkai maupun ditulis langsung di dinding tembok “karena semua hal dan momen aka ada nuansa dakwah” ujarnya di rumah makan Om Chick tersedia beberapa pilihan menu lezat yang disukai baik kalangan anak-anak remaja, maupun orang tua seperti yang menjadi iconnya yaitu ayam crispy, ayam penyet, ayam bakar, ayam geprek, tempe dan tahu

dan ada juga pilihan menu sayur seperti cah kangkung dan sup aneka jus buah.

## B. Deskripsi Narasumber

Adapun yang berperan ikut serta dalam proses pada saat melakukan wawancara yaitu:

Tabel 4.1

No	Nama	Status
1	Fatma	Karyawan Om Chick
2	Indah	Karyawan Om Chick
3	Imran	Karyawan Om Chick
4	Uca	Pelanggan Om Chick
5	Marya	Pelanggan Om Chick
6	Desi	Pelanggan Om Chick
7	Abbas dg siriwa	Tokoh Agama

## C. Hasil Dan Pembahasan

### 1. Layanan Bisnis Kuliner Om Chick

Berikut adalah jenis layanan yang bisa digunakan untuk memesan makanan pada Om Chick:

#### a. Layanan *Dine In* ( makan ditempat)

Layanan *Dine In* adalah pemesanan makanan untuk dimakan ditempat, yakni di restoran atau rumah makan dimana makanan yang dibeli tersebut. Om Chick menyediakan ruangan yang cukup luas untuk pelanggan makan ditempat tersebut. Layanannya dengan cara pelanggan

memesan menu yang dipilih terlebih dahulu setelah selesai pelanggan diarahkan untuk mencari meja yang kosong untuk duduk kemudian setelah beberapa menit pesanan yang dipilih akan diantarkan ke meja tersebut terakhir setelah selesai menikmati makanan segera kembali ke meja pemesanan untuk membayar sesuai dengan menu yang dipilih.

Sebagai pihak dari Om Chick oleh Fatma mengatakan sebagai berikut:

*“Cukup ramai pelanggan memesan makanan menggunakan layanan ini karena dilihat dari lokasi Om Chick yang cukup strategis dalam artian ada beberapa perumahan dan universitas yang dekat dari sini jadi itu yang menyebabkan pelanggan untuk makan ditempat ini”*

Begitupula yang dikatakan oleh pelanggan yang bernama uca:

*“saya lebih sering makan ditempat langsung, setiap saya pulang dari kampus saya selalu menyempatkan untuk singgah makan ditempat makan Om Chick. Yang saya sukai ditempat makan tersebut karena selain dari menu yang enak-enak pelayanannya cepat sehingga memuaskan pelanggan termasuk saya.”*

Sama halnya dengan yang dikatakan pelanggan yang bernama Desi:

*“Saya sering makan di Om Chick bersama teman saya karena pelayanannya yang baik dan juga saya dan teman saya bisa belama-lama duduk ditempat makan tersebut setelah makan untuk berbincang-bincang”*

Hal ini dibenarkan oleh pihak karyawan Om Chick yang bernama Indah mengatakan:

*“memang betul pelanggan kami ditempat makan Om Chick kebanyakan memesan secara langsung untuk makan ditempat berbeda saat tragedi Covid-19 kemarin lebih banyak yang memesan secara online atau lewat aplikasi”.*

Begitu pula yang dikatakan oleh pelanggan yang bernama Marya mengatakan

*“Saya memang sering makan di Om Chick karena jaraknya juga yang dekat dari Kampus saya sehingga memudahkan untuk saya makan ditempat makan tersebut, tapi terkadang saya memesan untuk dibawa pulang”*

Berdasarkan penjelasan baik dari pelanggan dan karyawan Om Chick dapat disimpulkan bahwa:

Layanan makan ditempat Om Chick mempunyai ciri khas tersendiri untuk menarik pelanggan sesuai dari hasil wawancara pelanggan bukan hanya makanannya yang enak namun lokasi dan kriterianya sebagai tempat makan menjadi daya Tarik untuk pelanggan.

b. Layanan Pesan Antar (*Online*)

Dalam melayani para konsumen menggunakan Aplikasi yang merupakan sebuah fitur layanan yang disediakan didalam aplikasi baik itu Gojek, Grabfood, Shopefood, dll yang melayani *Food delivery service*. Fitur aplikasi ini hadir sebagai solusi bagi masyarakat kota yang memiliki mobilitas tinggi, keterbatasan waktu, dan kebutuhan tinggi akan makanan kini mampu teratasi dengan adanya Gofood. Namun penggunaan fitur tersebut mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang berdampak pada perilaku konsumtif bahkan sifat hedonism dalam artian fitur Gofood memiliki kelemahan apabila selalu digunakan oleh konsumen bisa menyebabkan timbulnya sifat malas dan boros terhadap konsumen.

Dari hasil wawancara dari pihak karyawan Om Chick, Fatma Mengatakan:

*“Kalau untuk pelanggan yang memesanan online tidak beda jauh dari pelanggan yang makan secara langsung karena seperti yang saya katakan kebanyakan pelanggan kami adalah pegawai atau mahasiswa”*

Sama halnya seperti yang dikatakan oleh pelanggan yang bernama

Uca:

*“Kadang kalau saya tidak sempat atau malas untuk keluar saya menggunakan layanan Gofood walaupun harganya berbeda tapi saya pikir itu tidak seberapa”*

Hal ini sama seperti yang dikatakan pelanggan yang bernama Marya

Begitupun yang dikatakan oleh pihak karyawan Om Chick yang bernama Indah mengatakan:

*“Yang saya lihat rata-rata mahasiswa yang pesan Online disini karena mungkin tidak sempat untuk keluar jadi lebih memilih untuk pesan Online”*

Adapun yang pelanggan bernama Desi yang mengatakan:

*“Saya beberapa kali menggunakan Layanan Gofood apalagi kalau ada promo sebagai mahasiswa tentunya saya harus pintar pintar untuk bagaimana saya menghemat keuangan.”*

Hal ini dibenarkan oleh pihak karyawan Om Chick yang bernama Imran

Berdasarkan penjelasan baik dari pelanggan dan karyawan Om Chick dapat disimpulkan bahwa:

Pengguna Layanan ini lebih sering digunakan oleh mahasiswa karena seperti yang dikatakan oleh pelanggan, ketika ada promo yang dibuat oleh layanan seperti Gofood tentunya jarang yang ingin melewatkan hal seperti ini untuk menghemat kantong sebagai seorang baik itu mahasiswa maupun pelanggan lainnya.

c. Layanan *Take Away* (bungkus)

Layanan *Take Away* justru kebalikan dari layanan *Dine In* yaitu memesan makanan untuk dibawa pulang. Pelayanannya pun hampir sama dengan *Dine In* yang membedakan hanya pelanggan tidak menggunakan fasilitas yang telah disediakan di tempat makan tersebut karena tujuan pemesanan untuk dibawa pulang, adapun cara pemesanannya pelanggan memilih dan membayar menu yang di

inginkan terlebih dahulu kemudian diarahkan untuk menunggu beberapa menit sambil disiapkan pesannya, terakhir pelanggan akan dipanggil kembali apabila pesannya telah selesai beserta diberikan bungkus untuk menjaga makanan tetap aman.

Seperti yang dikatakan oleh pihak karyawan yang bernama Fatma mengatakan:

*“Biasanya kalau pelanggan yang mau bungkus rata-rata makan dulu setelah itu baru pesan bungkus dibawa pulang”*

Adapun yang dikatakan oleh pelanggan bernama Marya:

*“Saya jarang menggunakan kalau layanan bungkus dibawa pulang karena saya cuma tinggal sendiri (kost) jadi lebih baik saya makan ditempat saja.”*

Lain halnya seperti yang dikatakan oleh pihak karyawan Om Chick yang bernama Imran:

*“Tidak beda jauhji kalau soal layanan bungkus dibawa pulang dengan Online cuma bedanya dari segi pembayarannya kalau memakai Gofood tentunya pembayarannya juga beda karena ada ongkos kirim dan sebagainya”*

Hal ini dibenarkan oleh karyawan yang bernama Indah.

Berbeda dengan pelanggan yang bernama Uca mengatakan:

*“saya lebih sering makan ditempat langsung daripada bungkus untuk dibawa pulang kecuali ada keluarga atau teman yang minta tolong untuk dibungkuskan.”*

Berdasarkan penjelasan baik dari pelanggan dan karyawan Om Chick dapat disimpulkan bahwa:

Dapat diketahui bahwa bila dua layanan di atas ternyata Layanan Take away ini masih jarang digunakan oleh pelanggan rupanya makan di tempatnya langsung oleh pelanggan dianggap lebih ekonomis dan praktis selain itu dari segi kesehatan, sampah dari bungkus lebih berkurang.



## 2. Tinjauan Syariat Islam Layanan Bisnis Kuliner Om Chick

Agama Islam adalah agama yang sempurna tidak hanya mengatur hubungan manusia secara horizontal maupun vertikal tetapi dalam Islam juga mengatur hubungan manusia satu dengan manusia lainnya yang disebut sebagai kegiatan muamalah. Interaksi sesama manusia yang dilakukan sehari-hari telah diatur dalam Islam dengan system Mu'amalah yang berdasarkan pada tingkah laku masing-masing, selain itu untuk mencapai tujuan kehidupan tersebut manusia dituntut untuk bisa menerapkan aturan-aturan yang ada dalam Islam dan menghindarkan diri dari larangan-larangan yang ada.

Dari hasil wawancara oleh Abbas dg Siriwa seorang tokoh Agama mengatakan:

*“zaman sekarang semakin canggih seperti halnya dengan memesan makanan melalui Aplikasi itu adalah salah satu bukti kecil perkembangan zaman akan tetapi hal itu mungkin hanya berlaku untuk kalangan anak muda sekarang yang leluasa untuk mencari tahu segala sesuatu baik itu hal buruk maupun yang baik. jangan sampai apa yang kita lakukan itu justru dilarang dalam agama Islam, seperti halnya bisnis menggunakan Digital ini menurut saya ada 3 pihak yang bertransaksi dalam membeli makanan secara online artinya akadnya yang dipakai belum jelas karena semisal pembeli memakai jasa Gofood kemudian uang yang dipakai membayar adalah uang cash sedangkan kurir tersebut membayar makanan tersebut dengan cara kredit atau digital artinya terjadi pinjam meminjam dari 2 pihak antara pelanggan dan kurir tersebut”<sup>28</sup>*

Berdasarkan penjelasan dari salah satu Tokoh Agama dapat disimpulkan bahwa:

Perkembangan digital ini, banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam layanan yang salah satunya bisnis kuliner, dalam hal transaksi namun masih ada unsur yang belum diketahui hukumnya apakah hukumnya halal atau haram.

<sup>28</sup> Abbas dg Siriwa seorang tokoh Agama (Wawancara pada tanggal 20 Desember)

Konsumen memesan makanan melalui fitur Go- Food dalam layanan aplikasi GoJek. Layanan tersebut melibatkan 3 (tiga) pihak, yaitu pengguna, restoran, dan pihak ojek. Mekanismenya layanan ini adalah pengguna membuka fitur GoFood pada aplikasi Go-Jek sehingga keluar daftar restoran dan rumah makan serta harga makanan kemudian pengguna memilih menu makanan yang akan dipesan. Pihak ojek membeli makanan dan membayar dulu harganya (dibayar dulu/ ditalangi oleh pihak ojek) dan pihak ojek mengantar makanan kepada pengguna, dan pengguna membayar harga makanan secara tunai atau secara kredit melalui layanan kredit dari pihak ojek, yaitu metode pembayaran melalui cara topup dengan saldo minimal Rp 100 ribu. Harga yang dibayar pengguna terdiri dari tiga komponen: (1) harga makanan; (2) ongkos kurir; dan (3) biaya kirim.<sup>29</sup>

Seperti yang disampaikan oleh salah satu Tokoh Agama yang bernama Abbas Dg Siriwa berkaitan dengan penggabungan dua akad adalah hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Abdullah bin Umar RA berikut ini:

أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى عن ربح ما لم يضمن ، وعن بيع ما لم يقبض ، وعن بيعتين في بيعة ، وعن شرطين في بيع وعن بيع وسلف { أخرجه أبو داود والترمذي وقال حديث حسن صحيح وفي لفظ { لا يحل بيع وسلف } ولأنه اشترط عقدا في عقد فاسد كبيعتين في بيعة ، ولأنه إذا اشترط القرض زاد في الثمن لأجله فتصير الزيادة في الثمن عوضا عن القرض وربحا له وذلك ربا محرم ففسد كما لو صرح به

Artinya:

---

<sup>29</sup> <https://nu.or.id/syariah/hukum-transaksi-pemesanan-via-aplikasi-online-ala-go-food>  
CKWfv (Diakses pada tanggal 28 desember 2023)

“Sungguh, Nabi SAW telah melarang mengambil laba selagi tidak dijamin, jual beli selagi belum diterima, dua akad jual beli dalam satu transaksi pembelian, dua syarat dalam transaksi pembelian dan dari menggabungkan jual beli dan hutang. Hadits ditakhrij oleh Abu Dawud dan At-Tirmidzi dengan kategori hasan shahih. Dalam lafal hadits yang lain disebutkan, “Tidak halal, transaksi jual beli dan memesan.” (Mengapa demikian?) Karena dalam akad seperti ini, pihak penjual seolah mensyaratkan suatu akad dalam rupa akad lain yang fasid, seolah seperti dua jual beli dalam satu transaksi. Dalam transaksi model seperti ini, adanya qardlu (hutang piutang) dapat dijadikan alasan oleh penjual untuk menaikkan harga sehingga menjadi harga baru sebagai ‘iwadl (upah) dari qardlu dan laba. Tak syak lagi, ia adalah riba yang diharamkan sehingga fasad (rusak) sebagaimana mushannif telah jelaskan,” (Lihat Ibnu Qudamah, Al-Mughni, Daru Ihyait Turats Al-‘Araby, 1985, juz IV, halaman 162).<sup>30</sup>

Namun selain dari hadits permalahan di atas, bisnis yang dijalankan melalui pemasaran digital memiliki ciri-ciri berdasarkan hukum Syariah, yaitu pemasaran di dunia maya tidak mengandung maisir (judi), kegiatan yang menyangkut pembuatan dan/atau penjualan produk haram dilarang, pemasaran yang mengandung unsur gharar (ketidakpastian), dan pemasaran digital tidak mengandung riba (bunga), sebagaimana Allah SWT Berfirman dalam surah Al baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya:

*Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu*

<sup>30</sup> <https://nu.or.id/syariah/hukum-transaksi-pemesanan-via-aplikasi-online-ala-go-food>  
CKWfv (Diakses pada tanggal 28 desember 2023)

*karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.*<sup>31</sup>

Jual beli online di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Salah satu contoh adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti yang dilakukan oleh Gofood, Shopeefood, Grabfood, dll.

Jual beli via internet yaitu” (sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana eletronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa)”. Atau jual beli via internet adalah “akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian”<sup>32</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi dimedia elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harga nya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan karakteristik bisnis online, yaitu:

- 1) Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi;

---

<sup>31</sup> Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 1, Tahun 2022

<sup>32</sup> Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No. 01, Maret 2017

3) Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam dan transaksi al-istishna. Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi al-istishna merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang yang ditangguhkan. Ada dua jenis komoditi yang menjadi objek transaksi online, yaitu barang/jasa non digital dan digital. Transaksi online untuk komoditi non digital, pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi assalam dan barangnya harus sesuai dengan apa yang telah disifati ketika bertransaksi.

Sedangkan komoditi digital seperti ebook, software, script, data, yang dalam bentuk file (bukan CD) diserahkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui email ataupun download. Hal ini tidak sama

dengan transaksi as-salam tapi seperti transaksi jual beli biasa. Alur Jual Beli Online Skema dasar dari bisnis online adalah:

- a. Terjadinya transaksi antar dua pihak.
- b. Adanya pertukaran barang, jasa maupun informasi.
- c. Internet adalah media utama dalam proses jual beli (ijab-qabul).

Ada dua jenis ijab-qabul yaitu: 1) Sesuai perjanjian, dimana pembayaran dilakukan dengan tunai sebelum barang dikirim. 2) Al Istisna, yaitu bentuk pembayaran yang menunggu hingga barang dikirim.

Sama seperti bisnis pada umumnya, bisnis online dalam ekonomi syariah juga terbagi dalam yang halal dan haram, legal atau illegal. Bisnis online yang diharamkan yaitu bisnis judi online, perdagangan barang-barang terlarang seperti narkoba, video porno, barang yang melanggar hak cipta, senjata dan benda lain yang tidak memiliki manfaat. Intinya, bisnis online adalah bisnis berdasarkan muamalah. Bisnis online diizinkan (Ibahah) selama bisnis tersebut tidak mengandung elemen yang dilarang. Transaksi penjualan online dimana barang hanya berdasar pada deskripsi yang disediakan oleh penjual dianggap sah, namun jika deskripsi barang tidak sesuai maka pembeli memiliki hak khiyar yang memperbolehkan pembeli untuk meneruskan pembelian atau membatalkannya.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No. 01, Maret 2017



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukan pembahasan dan analisis pada bab sebelumnya permasalahan yang diteliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. 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.
2. Perkembangan digital ini, banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam layanan yang salah satunya bisnis kuliner, dalam hal transaksi namun ada juga beberapa pendapat yang mengatakan halal dan haram menggunakan transaksi seperti ini apabila dilihat dari segi akad dan hukumnya, namun apabila 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 bisni ataupun usaha.



## **B. Saran**

Berdasarkan dengan uraian diatas, maka penulis memberikan saran-saran untuk menjadi bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam menjalankan usaha atau bisnis kuliner alangkah baiknya apabila para pelaku usaha mengembangkan usahanya melalui layanan digital sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Online memperhatikan hal seperti keadilan dan transaksi yang jujur, halal dan haram dalam transaksi, penentuan harga yang wajar, dan meneladani etika Rasulullah Muhammad SAW.
2. Pelaku usaha yang mengembangkan bisnisnya melalui layanan digital harus disertai hukum yang berlaku dalam syariat islam sama halnya seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan bisnisnya secara shiddiq, amanah, fathanan

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al- Karim Departemen Agama Republik Indonesia
- Al-Bukhari, no. 2072, dari Al-Miqdad).
- Ibnu Qudamah, Al-Mughni, Daru Ihyait Turats Al-'Araby, 1985, juz IV, halaman 162
- Ali, Zainuddin. (2010). Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar grafika.
- Astarina, I., & Hapsila, A. (2015). Manajemen perbankan. Deepublish.
- Afrizal. (2015). Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: Rajawali Pers.
- Antonio. Muhammad Syafi'I (2001). Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Ansoff, H. (2007). Strategic management. Springer.
- Assauri, S., & Assauri, F. (2011). Strategic management: sustainable competitive advantages. Penerbit Lembaga Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Arikunto Suharsimi. (2002). Manajemen Penelitian. Cet. XII; Jakarta: Rineka Cipta,
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52-62.
- Indonesia, G. (2009). Manajemen Perbankan: Edisi Revisi Ciawi Bogor. Ghalia Indonesia.
- Hutabarat, J., & Huseini, M. (2012). Strategi: Pendekatan Komprehensif dan Terintegrasi.
- Hartini, S., & Fasa, M. I. (2022). Digital Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 197-206.
- IQBAL, M. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Berdasarkan Perspektif Ekon Yusuf Muri. Metode Penelitian: Kuantitatif Kulitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Jain, S. (2019). Introduction to Stemming [GeeksForGeeks: a computer science portal for geeks]–Mode of access: World Wide Web: <https://www.geeksforgeeks.org/introduction-to-stemming/>(viewed on September 16, ). Title from the screen.
- Mustamin, S. W., & Agussalim, S. U. N. (2015). Pengaruh variabel ekonomi makro terhadap kemiskinan di kota makassar provinsi sulawesi selatan. *Jurnal Analisis*, 4(2), 165-173.
- Mahmudah, N. A. (2012). Pengawasan Terhadap Bisnis Syariah di Indonesia. *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 2(2), 24-46.
- Purnomo, D., & Istiqomah, D. (2008). Analisis peranan sektor industri terhadap perekonomian Jawa Tengah Tahun 2000 dan tahun 2004 (Analisis input output).
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh era digital terhadap perkembangan bahasa anak. *Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 2(01), 47-59.
- Shihab, M. Q. (2008). *Berbisnis dengan Allah: Bisnis Sukses Dunia Akhirat*. Lentera Hati Group.
- Suherman, P. M., van Riessen, A., O'Connor, B., Li, D., Bolton, D., & Fairhurst, H. (2002). Determination of amorphous phase levels in Portland cement clinker. *Powder Diffraction*, 17(3), 178-185.
- Taufiqurrochman, R. (2008). *Leksikologi Bahasa Arab*. UIN Malang Press.
- Wiratna, V Sujarweni. 2014. *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wijoyo, H., & Nyanasuryanadi, P. (2020). Etika Wirausaha Dalam Agama Buddha. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 11(2), 2531-2536.
- Yusanto, M. I. (2002). *Menggagas bisnis islami*. Gema Insani.

#### Link Website

<https://flip.id/business/blog/pengembangan-strategi-bisnis-di-era-digital>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Digital>

[https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6049917/bisnis-pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya,](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6049917/bisnis-pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya)

<https://kumparan.com/berita-terkini/arti-kata-era-menurut-kbbi-dan-contoh-penggunaannya-1zrDnUnSr2R/full>),



## Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Pedoman wawancara

### ANALISIS STRATEGI BISNIS KULINER DI ERA DIGITAL PADA USAHA “OM CHICK” TALASALAPANG DALAM PANDANGAN SYARIAT ISLAM

**a. Pihak Om Chick**

1. Apakah produk Om Chick telah memiliki sertifikat halal MUI ?
2. Bagaimana Om Chick dalam memanfaatkan perkembangan teknologi?
3. Apa saja teknologi terkini yang digunakan oleh Om Chick dalam menjalankan operasionalnya ? Jelaskan
4. Apakah kondisi teknologi saat ini dapat dimanfaatkan oleh Om Chick untuk menciptakan peluang untuk produk atau layanan baru dan perluasan pada pasar? Jelaskan ?
5. Seberapa besar manfaat aktivitas memanfaatkan kondisi teknologi bagi Om Chick untuk menemukan peluang-peluang baru? Jelaskan?
6. Peluang apa saja yang muncul bagi Om Chick Cabang akibat dari kegiatan memanfaatkan kondisi teknologi? Jelaskan
7. Apakah keuntungan Om Chick lebih besar dalam memanfaatkan teknologi dibandingkan sebelumnya?

**b. Pihak Pelanggan**

1. Apa alasan anda seheinggan memilih untuk makan ditempat Om Chick?
2. Seberapa sering anda memesan secara *Online*?
3. Seberapa sering anda memesan secara langsung ( makan ditempat)?
4. Seberapa sering anda memesan secara Take Away (bungkus bawa pulang)

**c. Pihak Tokoh Agama**

1. Bagaimana menurut anda tentang perkembangan teknologi?
2. Bagaimana menurut anda tentang hukum penggunaan digital dalam memesan makanan apakah hukumnya halal atau haram?



Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

1. wawancara dengan karyawan Om Chick yang pertama



2. Wawancara dengan Karyawan Om Chick yang kedua



3. wawancara dengan pelanggan Om Chick yang pertama



4. Wawancara dengan pelanggan Om Chick yang kedua





5. Wawancara dengan Tokoh Agama





Lampiran 3 : Surat Perizinan Penelitian



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 2973/05/C.4-VIII/XII/1445/2023  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

17 Jumadil Awal 1445  
30 Nopember 2023 M

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
di -  
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1703/FAI/05/A.2-II/XII/45/23 tanggal 12 Desember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : AINUL FITRAH AZIS  
No. Stambuk : 10525 11080 20  
Fakultas : Fakultas Agama Islam  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"ANALISIS LAYANAN BISNIS KULINER DI ERA DIGITAL PADA USAHA OM CHICK TALASALAPANG DALAM PANDANGAN SYARIAT ISLAM"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 15 Desember 2023 s/d 15 Februari 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd  
NBM 1127761

12-23



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor	: 1106/S.01/PTSP/2024	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Walikota Makassar
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2973/05/C.4-VIII/XII/1445/2023 tanggal 30 November 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: <b>AINUL FITRAH AZIS</b>
Nomor Pokok	: 105251108020
Program Studi	: Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" ANALISIS LAYANAN BISNIS KULINER DI ERA DIGITAL PADA USAHA "OM CHICK"  
TALASALAPANG DALAM PANDANGAN SYARIAT ISLAM "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **18 Januari s/d 18 Februari 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 18 Januari 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



**ASRUL SANI, S.H., M.Si.**  
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. *Pertinggal.*



**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR**  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171  
Website: [dpmpstp.makassarkota.go.id](http://dpmpstp.makassarkota.go.id)



## **SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor: 070/1127/SKP/SB/DPMPTSP/1/2024

### **DASAR:**

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 070/1127/SKP/SB/DPMPTSP/1/2024, Tanggal 18 Januari 2024
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 1124/SKP/SB/BKBP/1/2024

### **Dengan Ini Menerangkan Bahwa :**

Nama : AINUL FITRAH AZIS  
NIM / Jurusan : 105251108020 / Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar  
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar  
Lokasi Penelitian : Terlampir,-  
Waktu Penelitian : 18 Januari 2024 - 18 Februari 2024  
Tujuan : Skripsi  
Judul Penelitian : " ANALISIS LAYANAN BISNIS KULINER DI ERA DIGITAL PADA USAHA "OM CHICK" TALASALAPANG DALAM PANDANGAN SYARIAT ISLAM "

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email [bidangpoldagrikesbangpolmks@gmail.com](mailto:bidangpoldagrikesbangpolmks@gmail.com).
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



**Ditetapkan di Makassar**

**Pada tanggal: 2024-01-23 12:10:02**



Ditandatangani secara elektronik oleh  
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KOTA MAKASSAR**

**HELMY BUDIMAN, S.STP., M.M.**

Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Pertinggal,-



Lampiran 4 : Surat keterangan bebas plagiat



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**  
Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Ainul Fitrah Azis

Nim : 105251108020

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	2 %	10 %
2	Bab 2	17 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 24 Januari 2024

Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

  
S. Sum, M.I.P  
NIM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588  
Website: www.library.unismuh.ac.id  
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

## RIWAYAT HIDUP



Ainal Fitrah Azis, Makassar, 7 juli 2001, putri ke lima dari pasangan Abd Azis dan St Hasnah, riwayat pendidikan (SDI NO 192 TAMALALANG s/d SMAN 19 GOWA mulai tahun 2007 s/d tahun 2019), kemudian studi di program hukum ekonomi syariah (mu'amalah) fakultas agama islam Universitas Muhammadiyah

Makassar mulai tahun 2020, pengalaman kerja selama kurang lebih enam bulan di PNM mekar cabang makassar sebagai Account officer dan juga sebagai helper di salah satu toko pakaian Dubai (gowa) selama dua bulan, pengalaman berorganisasi yaitu Paskibraka (SMA) dan Tapak suci (SMP), hobi (dibidang olahraga dan seni), dan prestasi yang pernah diraih yaitu juara satu lomba qasidah sejak SD kemudian sebagai pasukan pengibar bendera merah putih tingkat kecamatan. Penulis dapat dihubungi melalui email:

[ainulfitrah7@gmail.com](mailto:ainulfitrah7@gmail.com)

