

**STRATEGI MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus di Enamdua Coffe and Eatery Palembang)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

Elga Via Luriska

642022021

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Perihal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

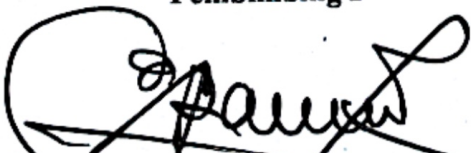
Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Setelah mengadakan dan perbaikan seperlunya maka skripsi yang ditulis oleh saudari Elga Via Luriska (642022021) yang berjudul "Strategi Manajemen Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi kasus Di Enamdua *Coffe and Eatery* Palembang)". Telah dapat diajukan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar diterima dengan baik. Demikian, semoga bermanfaat bagi kepentingan tentang Ekonomi Syariah. Atas segala perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I



Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I
NBM/NIDM. 1081397/02050688801

Pembimbing II



Dr.H. Muhammad Zainuddin Nawi Tukacil, Lc.,M.A
NBM/NIDM. 1286240/0201048902

**STRATEGI MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus di Enamdua Coffe and Eatery Palembang)**

Yang ditulis oleh saudari Elga Via Luriska, NIM 642022021

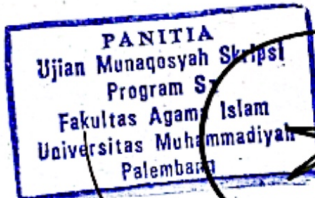
Telah di munaqosah dan dipertahankan
Di depan panitia penguji skripsi
Pada Tanggal 4 April 2026
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat
Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Palembang, 4 April 2026
Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN:895938/0206057201

Sekretaris



Rijalush Shalihin, S.E.I, M.H.I
NBM/NIDN:1081379/02050866801

Penguji I

Hendri Nur Alam, S.E., M.Si.
NBM/NIDN: 1231101/0222108202

Penguji II

Dr. Abu Hanifah, S.Ag., M.Hum.
NBM/NIDN: 618325/0210086904



**Mengesahkan
Dekan Fakultas Agama Islam**

Dr. Purmansyah Ariadi, M.Hum.
NBM/NIDN.731454/0215126902

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elga Via Luriska

Tempat Tanggal Lahir : Ps Surulangun, 25 Februari 2005

NIM : 642022021

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi yang berjudul "Strategi Manajemen untuk Meningkatkan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam" adalah benar karya penulis sendiri dan bukan merupakan jiplakan, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti tidak benar, maka sepenuhnya bersedia menerima sanksi yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat sesungguhnya.

Palembang, 06 Maret 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Elga Via Luriska

NIM: 642022021

ABSTRAK

Elga Via Luriska. 642022021. ”STRATEGI MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”. Program Studi Pendidikan Agama Islam ,Universitas Muhammadiyah Palembang. Permasalahan yang menjadi kajian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi untuk meningkatkan penjualan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang, Bagaimana Sistem Manajemen di Enamdua Coffe and Eatery Palembang dan Bagaimana strategi manajemen untuk meningkatkan penjualan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen dalam meningkatkan penjualan berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga keberkahan dan keadilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan meliputi strategi produk, harga, promosi, dan pelayanan. Strategi produk dilakukan dengan menyediakan variasi menu yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Strategi harga ditetapkan secara kompetitif dan terjangkau tanpa mengabaikan prinsip keadilan. Strategi promosi dilakukan melalui media sosial dan pelayanan langsung kepada konsumen. Sementara itu, strategi pelayanan diwujudkan dalam bentuk keramahan, kecepatan, dan kenyamanan bagi pelanggan. Dengan demikian, strategi manajemen yang berbasis ekonomi Islam tidak hanya berperan dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan dan penuh keberkahan.

Kata kunci: strategi manajemen, penjualan, ekonomi Islam

ABSTRACT

Elga Via Luriska. 642022021. "Management Strategies to Increase Sales from an Islamic Economic Perspective." Islamic Education Study Program, Universitas Muhammadiyah Palembang. The problems discussed in this thesis are as follows: How are the strategies to increase sales at Enamdua Coffee and Eatery Palembang? How is the management system implemented at Enamdua Coffee and Eatery Palembang? And how are management strategies applied to increase sales at Enamdua Coffee and Eatery Palembang from an Islamic economic perspective?

This study aims to analyze management strategies in increasing sales based on the perspective of Islamic economics. The background of this research is based on the importance of implementing sharia principles in business activities so that they are not only profit-oriented but also uphold blessings and justice. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation of business actors.

The results of the study indicate that the management strategies applied to increase sales include product, pricing, promotion, and service strategies. The product strategy is implemented by providing a variety of quality menu options that meet consumer needs. The pricing strategy is set competitively and affordably without neglecting the principle of fairness. Promotion strategies are carried out through social media and direct interaction with consumers. Meanwhile, service strategies are reflected in friendliness, responsiveness, and customer comfort. This, management strategies based on Islamic economics not only play a role in increasing sales but also create sustainable business relationships and bring blessings.

Keywords: management strategy, sales, Islamic econom

MOTTO

If you win, you live. If you lose, you die. If you don't fight, you can't win.
(Eren Yeager)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan saya nikmat yang luar biasa, memberikan kekuatan serta memberikan saya kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada baginda Rasulullah SAW.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Untuk keluarga tercinta, terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatian yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi motivasi bagi saya untuk terus berusaha dan tidak menyerah dalam menyelesaikan pendidikan ini.
2. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berusaha sekuat tenaga, melawan rasa malas, mengalahkan rasa takut, dan terus belajar untuk menjadi pribadi yang lebih kuat dan lebih baik.
3. Untuk teman-teman seperjuangan Jenni, Zakia, Putri, Ridha Melia, Dinda dan Lisa yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Manajemen Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi kasus Di Enamdua *Coffe and Eatery* Palembang)"

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik moral maupun materi serta pemikiran yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tuaku dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan, semangat, doa yang tiada henti. Terimakasih untuk semua yang kalian berikan baik moral dan materi.
2. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli. S.E.. M.M., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi. S.Ag., M. Hum., Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I sebagai pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Dr. Muhammad Zainuddin Nawati, M.A selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam menulis skripsi ini.
6. M. Jauhari, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Bapak Hendri Nur Alam, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Bapak dan ibu dosen beserta seluruh karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman serta bantuan maupun pelayanan kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan Jenni, Zakia, Putri, Ridha Melia, Dinda dan Lisa.

Billahi fii sabililhaq, Fastabiqul khairat Wassalammu'alaikum, Wr,W

Palembang 9 Maret 2026

Peneliti,

Elga Via Luriska

642022021

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era sekarang, kafe kopi tak hanya sekadar tempat menyeduh minuman, melainkan juga ruang vital untuk saling berkomunikasi dan berbagi interaksi sosial, sekaligus berperan sebagai penghubung antarindividu. Tak heran jika banyak orang betah berlama-lama di sana; ada motif tersendiri di baliknya. Sejumlah kalangan memilihnya sebagai lokasi ideal untuk berkumpul bersama kawan atau mitra kerja. Sensasi menikmati secangkir kopi itu sendiri sudah menawarkan rasa lega, membuat seseorang secara alami mencari sudut yang nyaman guna melupakan beban rutinitas harian.¹

Dunia usaha ini semakin berkembang, menunjukkan dinamika yang sangat kompleks, termasuk di industri kuliner dan minuman. Menjamurnya kedai kopi (coffee shop) di banyak lokasi, khususnya di kota-kota besar seperti Palembang, adalah fenomena yang menonjol. Kedai kopi bukan lagi hanya tempat untuk menikmati minuman. Mereka telah berubah menjadi tempat di mana orang berinteraksi satu sama lain, belajar, bekerja, dan berkumpul untuk berbicara. Hal ini menunjukkan bahwa kedai kopi telah menjadi bagian dari kehidupan kota, terutama bagi remaja.²

¹ Marsha Azzahra, Ade Irfan Abdurahman, and Alamsyah Alamsyah, 'Fenomena Ngopi Di Coffee Shop Pada Gen Z', *Social Science Academic*, 1.2 (2023), pp. 493–506.

² Salsabila, R. Z. E., & Rahman, A. (2024). *Toko kopi dan kafe di banjarbaru*.

Perilaku konsumen saat mengambil keputusan dipengaruhi oleh variabel seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Menurut Widya, budaya minum kopi modern telah berkembang menjadi sebuah tren yang marak muncul di berbagai kalangan masyarakat. Tingginya permintaan terhadap kopi kemudian mendorong lahirnya beragam merek, Kafe, hingga gerai kopi di sejumlah kota besar. Namun demikian, meskipun banyak merek bermunculan, masing-masing memiliki segmen pasar yang berbeda. Budaya konsumsi kopi ini tidak hanya terlihat di coffee shop perkotaan, tetapi juga dapat dijumpai di kedai ataupun warung kopi yang tersebar di desa maupun kota kecil.³

Di tengah persaingan ini, semua pemilik bisnis harus membuat strategi manajemen yang tepat dan konsisten untuk bertahan dan meningkatkan penjualan di pasar yang selalu berubah. Dengan penelitian ini, diharapkan untuk memperoleh Memahami lebih lanjut tentang bagaimana prinsip syariah dapat diterapkan pada bisnis kontemporer, terutama pada kedai kopi.

Bisnis adalah upaya manusia untuk meningkatkan sumber daya manusia dan taraf hidup mereka. Akibatnya, perlu ada lapangan kerja baru, atau lapangan kerja baru yang dapat menyerap seluruh sumber daya manusia yang ada. Strategi: Dalam manajemen bisnis, strategi manajemen sangat penting untuk menentukan arah kebijakan perusahaan, seperti pemasaran, layanan, kualitas produk, dan inovasi bisnis. Strategi yang tepat dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar. Namun, dari sudut pandang ekonomi sharia, strategi seperti itu tidak hanya

³ Ningsih, W., Zamrodah, Y., & Dewi, R. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Arabika secara Daring (Studi Kasus Konsumen Daring di Kabupaten Blitar). *Procedia of Engineering and Life Science*, 2.

harus efektif secara bisnis tetapi juga harus memenuhi prinsip sharia seperti kebenaran (shiddiq), keadilan (adl), tanggung jawab, dan menghindari tindakan yang melibatkan usury, gharar, dan maysir.⁴

Kata Yunani "*strategi*" berarti "seni atau ilmu dalam membuat rencana". Strategi dalam manajemen dapat didefinisikan sebagai perencanaan tindakan yang terorganisir dan terarah untuk mencapai tujuan tertentu. Agar mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi konsumen di masa mendatang, strategi harus dirumuskan dan dilaksanakan secara berkesinambungan dengan pendekatan yang progresif.

Dalam praktiknya, terdapat beberapa metode umum yang digunakan dalam mengembangkan inovasi bisnis. Pertama, melalui internal venturing, yaitu upaya perusahaan untuk menciptakan inovasi dengan mengandalkan potensi serta aset yang dimilikinya, seperti sumber daya manusia, modal, riset dan pengembangan, maupun kemampuan pemasaran. Kedua, melalui kolaborasi atau kerja sama dengan mitra strategis, di mana perusahaan dapat berbagi sumber daya dan keunggulan demi menciptakan inovasi yang lebih kompetitif.⁵

Untuk meningkatkan penjualan bisnis yang didirikan, strategi bisnis Islam memerlukan pemilihan segmen pasar, sasaran pasar, dan posisi. Setiap bisnis harus memiliki bagian penjualan yang sangat penting karena memainkan peran penting

⁴ Nabila, A. (2022). Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha berdasarkan Etika Bisnis Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal. Ekonomi, Dan bisnis Islam* <https://doi.org/10.55210/iqtishodiya.v8i2.824>

⁵ Manilang, E., Desi, E. N., & Belo, Y. (2025). Inovasi dan Kreativitas: Pilar Utama dalam Kewirausahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82-92.

dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan mengembangkan perusahaan untuk bersaing di pasar.

Ayat-ayat Al Qur'an berikut berkaitan dengan persaingan bisnis.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *Dengan kata lain, Allah SWT melalui firman-Nya untuk menegaskan perintah bagi orang-orang beriman untuk mendapatkan harta secara ilegal, seperti penipuan, kecurangan, maupun praktik riba. Harta hanya boleh diperoleh melalui transaksi yang dilakukan secara adil dan dilandasi kerelaan antara kedua belah pihak.*⁶

Selain itu, karena Allah sangat mencintai hamba-hamba-Nya, ayat ini melarang perbuatan yang dapat mencelakakan diri sendiri. Pesan ini menjadi dasar penting dalam etika ekonomi Islam, yakni bahwa kegiatan muamalah harus berlandaskan kejujuran, keadilan, dan prinsip saling ridha. Akibatnya, ayat tersebut menunjukkan bahwa Allah SWT melarang tindakan bisnis yang membahayakan atau membuat orang lain tertekan. Tindakan semacam itu termasuk dalam kategori memperoleh harta dengan cara yang tidak sah, yang secara tegas dilarang oleh agama Islam. Menurut Kotler & Keller, strategi pemasaran dan manajemen yang terencana dengan baik menjadi kunci bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif serta mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan.⁷ Di tengah persaingan yang ketat, kedai kopi Enamdua Palembang adalah salah satu perusahaan yang berusaha untuk bertahan

⁶ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajha Pentashiha Mushaf Al-Qur'an, 2022), hal.117.

⁷ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

dan berkembang pesat. Bisnis ini membutuhkan strategi manajemen yang tepat untuk bertahan dan berkembang, yang mencakup manajemen sumber daya manusia, pemasaran, layanan pelanggan, dan inovasi produk. Strategi yang tepat tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasi tetapi juga akan meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Namun, dalam konteks ekonomi Islam, orientasi bisnis tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial. Islam menekankan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus berlandaskan pada prinsip keadilan, kejujuran, dan kebermanfaatan. Dengan demikian, strategi manajemen dalam meningkatkan penjualan tidak boleh mengabaikan aspek etika dan hukum syariah. Prinsip-prinsip seperti larangan riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi) harus dihindari, sementara nilai-nilai seperti keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab sosial harus diutamakan.⁸

Mengingat semakin pentingnya jaminan kehalalan dan kebaikan suatu produk (halal dan thayyib), mulai dari bahan baku, pembuatan, dan distribusi, penelitian ini menjadi sangat mendesak. Penelitian ini diharapkan dapat memajukan studi akademis di bidang ekonomi Islam secara signifikan, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, para pelaku bisnis dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai contoh yang berguna untuk menerapkan konsep manajemen kontemporer yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.⁹

⁸Antonio, M. S. I. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.

⁹Setiadi, O. (2025). Paradigma pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis prinsip halal dan thayyib. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*.

Berdasarkan hasil telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan, *research gap* yang diketahui bahwa fokus penelitian mengenai strategi peningkatan penjualan dalam perspektif ekonomi Islam telah dilakukan oleh sejumlah peneliti sebelumnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Irmayanti dan Ismail membahas strategi penerapan business plan dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi Islam; Sarah Nurjanah dan Yayat Rahmat meneliti model pemasaran syariah untuk pengembangan usaha kopi pada masa pandemi Covid-19; Siska Apriliyanti dan Ifdholul Maghfur menganalisis strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada coffee shop berdasarkan etika bisnis Islam; serta Danil Wahyudi dan Agus Achmad Faruk yang meneliti pendekatan pemasaran dalam meningkatkan penjualan berdasarkan prinsip ekonomi Islam pada usaha konveksi.

Dari berbagai penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitik beratkan pada aspek pemasaran, promosi, dan perencanaan bisnis, baik dalam bentuk business plan maupun strategi pemasaran syariah. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi manajemen secara komprehensif yang meliputi aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pengelolaan usaha masih terbatas, khususnya pada sektor usaha kuliner modern seperti coffee shop.

Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada peningkatan penjualan dari sisi ekonomi dan profitabilitas, tanpa menelaah secara mendalam keterpaduan antara praktik manajemen modern dengan nilai-nilai

ekonomi Islam, seperti prinsip keadilan ('adl), kejujuran (shiddiq), amanah, transparansi, serta keberkahan (barakah) dalam menjalankan usaha.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara mendalam strategi manajemen yang diterapkan oleh Enamdua Coffee and Eatery Palembang dalam meningkatkan penjualan, serta menilaikesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Dengan demikian, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Manajemen Dalam Pengelolaan Usaha Untuk Meningkatkan Penjualan Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Enamdua Coffe and Eatery Palembang) ”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah formulasi pertanyaan penelitian yang disusun berdasarkan latar belakang masalah guna mengarahkan proses penelitian secara terstruktur dan sistematis.¹⁰ Rumusan masalah berfungsi sebagai dasar dalam menentukan metode penelitian serta menjadi acuan dalam menarik kesimpulan. Sejalan dengan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yang disajikan dalam rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana strategi untuk meningkatkan penjualan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang?
2. Bagaimana sistem manajemen di Enamdua Coffe and Eatery Palembang?

¹⁰ Sari, N., & Putra, A. (2022). Perumusan masalah dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(2), 45–52.

3. Bagaimana strategi manajemen untuk meningkatkan penjualan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang dalam Perspektif Ekonomi Islam?

C. Fokus Penelitian

Studi ini fokus pada analisis strategi manajemen yang digunakan oleh Enamdua Coffe and Eatery Palembang untuk meningkatkan penjualan dan menerapkan prinsip ekonomi syariah di dalamnya. Selain itu, penelitian ini menganalisis seberapa efektif strategi manajemen tersebut dari sudut pandang ekonomi Islam dari segi operasional, pemasaran, dan kepuasan pelanggan.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai oleh peneliti melalui kegiatan penelitian yang dilakukan. Tujuan ini menjadi arah atau pedoman dalam proses penelitian agar fokus pada permasalahan yang telah dirumuskan. Dengan adanya tujuan penelitian, peneliti dapat mengetahui hasil apa yang diharapkan serta manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian tersebut.¹¹ Ini adalah tujuan penelitian berjudul "Strategi Manajemen untuk Meningkatkan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Enamdua Coffe and Eatery Palembang)":

- a. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi penjualan yang diterapkan oleh Enamdua Coffe and Eatery di Palembang.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 94.

- b. Untuk mengeksplorasi dan mengevaluasi sistem manajemen penjualan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang.
- c. Untuk mengkaji strategi manajemen secara keseluruhan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang melalui perspektif ekonomi Islam.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian adalah penjelasan mengenai manfaat atau kontribusi yang dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan, baik secara teoritis maupun praktis. Kegunaan ini menunjukkan sejauh mana penelitian memberikan nilai tambah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, pemecahan masalah, serta pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan adanya kegunaan penelitian, hasil penelitian diharapkan tidak hanya berhenti pada aspek akademik, tetapi juga dapat diterapkan dalam kehidupan nyata.¹²

- a. Kegunaan untuk Siswa: diharapkan penelitian ini akan meningkatkan kemampuan siswa dan memberikan pemahaman tentang strategi manajemen untuk meningkatkan penjualan dari perspektif ekonomi Islam.
- b. Manfaat penelitian ini bagi Fakultas Agama Islam diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Syariah, Pendidikan Agama Islam, Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta Ahwal Syakhsyah di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 5.

Palembang. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam memahami penerapan strategi manajemen untuk meningkatkan penjualan yang selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

- c. Kegunaan bagi Enamdua Coffe and Eatery Palembang sebagai masukan dan gambaran yang jelas kepada pihak manajemen Enamdua Coffe and Eatery terkait strategi yang sudah atau sedang dijalankan,serta saran perbaikannya berdasarkan prinsip Perspektif Ekonomi Islam.
- d. Kegunaan bagi Masyarakat umum dan pemerintahan, diharapkan dapat mengetahui,meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengintegrasikan prinsip keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam pengelolaan usaha dan memperlihatkan Strategi Manajemen untuk Meningkatkan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, Surat Al-Hasyr: 18 *Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019).
- Al-Qur'an, Surat An- Nahl: 90. *Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019).
- Al-Qur'an, Surah An-Nisa: 29, *Terjemahannya Kementrian Agama Republik Indonesia*, (Jakarta: Lajha Pentashiha Mushaf Al-Qur'an, 2019)
- Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Medis Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020):
- Awasthi, A. (2022). Role of Management in Business System. *Knowledgeable Research A Multidisciplinary Journal*, 1(05), 32-39.
- Arfiani, E. P., Maligan, J. M., Wani, Y. A., & Tsalissavrina, I. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Bagi Petani Kopi & Roastery Di Wilayah Kabupaten Malang. *Asmat: Jurnal Pengabmas*, 3(1)
- Antonio, M. S. I. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta Pusat: Media Da'wah dan LIPPM.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 45.
- Donatus Klau Bria and Dwi Gemina, 'Pengaruh Harga Jual Produk Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor', *Jurnal Visionida*, 3.2 (2017)
- Destirana, S., Rahma, R. N., Sena, M. I., Khotimah, F. H., & Primasari, A. (2025). Kopi sebagai Pangan Fungsional: Aktivitas Biologis, Manfaat Kesehatan dan Risiko Toksisitas. *JURNAL Al-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI*, 10(3), 279-294.
- Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press, 2020,
- Gesti Indah Sari, Ayi Teiri Nurtiani, and Mik Salmina, "Peran Guru Dalam Meningkatkan Kemampuan Berhitung Anak Usia 5-6 Tahun Di Tks It Mina Aceh Besar," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 1 (2021)

- Hasanah, S. N. H., Patoni, A., & Maunah, B. (2024). LEADERSHIP DAN MANAGERIALSHIP. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, 6(1)
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajha Pentashiha Mushaf Al-Qur'an, 2019)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kepemimpinan Transformasional and D A N Pemberdayaan, 'Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia Vol 11 No . 1 Tahun 1996', 11.1 (1996).
- Lilis Wahidatul Fajriyah, Skripsi: "Srtrategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Semarang: UIN Walisongo, 2018).
- Muhlis, A., & Sulistyaningsih, S. (2023). Analisis daya saing kopi indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ilmiah AGRIBIOS*, 21(1)
- Marsha Azzahra, Ade Irfan Abdurahman, and Alamsyah Alamsyah, 'Fenomena Ngopi Di Coffee Shop Pada Gen Z', *Social Science Academic*, 1.2 (2023),
- M. Dayat, Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan, *Jurnal Mu'allim* Vol.1, No.2, 2019, 302
- Manilang, E., Desi, E. N., & Belo, Y. (2025). Inovasi dan Kreativitas: Pilar Utama dalam Kewirausahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1),
- Manu, E., Akotia, J., Sarhan, S., & Mahamadu, A. M. (2021). Identifying and sourcing data for secondary research. In *Secondary research methods in the built environment* (pp. 16-25). Routledge.
- Marlina, E., Purwaningsih, M., Al Hakim, S., & Maryati, I. (2025). Ensuring trustworthiness in qualitative research: The role of triangulation techniques. In *Qualitative research methods for dissertation research* (pp. 347-376). IGI Global Scientific Publishing.
- MA Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan, *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, 2019,
- Nurpida, L. (2023). Manajemen Strategi dalam Organisasi (Bisnis). *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(4), 392-399.

- Nurul Qamar, D. K. K. (2018). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- Ningsih, W., Zamrodah, Y., & Dewi, R. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Arabika secara Daring (Studi Kasus Konsumen Daring di Kabupaten Blitar). *Procedia of Engineering and Life Science*, 2.
- Putri Anjani, Arfiani, and others, 'Pengembangan Kewirausahaan Bagi Petani Kopi Dan Roastery Di Wilayah Kabupaten Malang', *Jurnal Online Politeknik Kesehatan Kemenkes Jayapura*, 3.1 (2024).
- Sari, A. S., Aprisilia, N., & Fitriani, Y. (2025). *Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, dan Triangulasi. Indonesian Research Journal on Education*, 5 (4).
- Sukmawati, S. (2023). Development of quality instruments and data collection techniques. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 6(1).
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1)
- Redi Panuju, *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Dan Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*, Prenada Media Group, 2019.
- Rosa Lesmana, - Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang Untuk Meningkatkan Penjualan, *JIMF (JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA)*1,no.4(5,April,2019)
- Richard Oliver, "Analisis Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Produk Pembiayaan Bermasalah Di BMT Amanah Kabupaten Brebes," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 2021.
- Rusma Rizal, Romidon Hidayat, and Ica Handika, 'Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan Pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang', *Jurnal Adminika*, 3.2 (2017), pp. 78–94.
- Rony Zulfirman, "Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Implementasi Metode OutdoorR Learning Dalam," *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran Volume 3*, no. No 2 (2022):
- Sesra Budio, *Strategi Manajemen Sekolah*, Jurnal Menatq, Vol. 2 No. 2, 2019,
- Setiadi, O. (2025). Paradigma Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Prinsip Halal Dan Tayyib. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5(1).
- Slater, P., & Hasson, F. (2025). Data Measurement, Instruments and Sampling. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 32(3)

- Salsabila, R. Z. E., & Rahman, A. (2024). Toko Kopi Dan Kafe Di Banjarbaru. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Lanting*, 13(1), 206-214.
- Sohrah Sohrah, 'Prinsip Ekonomi Dalam Islam', *Jurnal Al-Qadau*, Vol 1, No (2014), p. 9
- Sari, S. N., & Mukhlis, I. (2022). MSME Development Strategy Through Financial Technology With Increasing Capital And The Number Of Consumers As Intervening Variables. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- S S ATMODOJO and S H SARJANA, 'Manajemen Strategik: Manajemen Strategik', Raja Grafindo Persada, 2011. December 2023 (2023), p. 93.
- Taufiqurokhman, T., Sos, S., & Si, M. (2016). *Manajemen strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama
- Wawancara dengan bapak M. Faris Afif, Pemilik Enamdua Coffe and Eatery Palembang, 7 Januari 2026, 10.10 WIB.
- Wawancara dengan bapak M. Faris Afif, Pemilik Enamdua Coffe and Eatery Palembang, 7 Januari 2026, 10.20 WIB.
- Wawancara dengan bapak M. Faris Afif, Pemilik Enamdua Coffe and Eatery Palembang, 7 Januari 2026, 10.30 WIB.
- Wawancara dengan bapak M. Faris Afif, Pemilik Enamdua Coffe and Eatery Palembang, 7 Januari 2026, 10.40 WIB.
- Wawancara dengan bapak M. Faris Afif, Pemilik Enamdua Coffe and Eatery Palembang, 7 Januari 2026, 10.50 WIB.
- Wawancara dengan bapak M. Faris Afif, Pemilik Enamdua Coffe and Eatery Palembang, 7 Januari 2026, 11.00 WIB.