



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 15118-15125

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Manajemen untuk Meningkatkan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Enamdua Palembang

Elga Via Luriska, Rijalush Shalihin, Muhammad Zainuddin Nawi

Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang

elgavia36@gmail.com, rijalushfaiump@gmail.com, hamada2011nawi@gmail.com

Abstrak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen yang diterapkan oleh Enamdua Coffee and Eatery Palembang meliputi beberapa aspek penting dalam kegiatan pemasaran dan pengelolaan usaha. Pertama, strategi produk, yaitu dengan menghadirkan berbagai variasi menu makanan dan minuman yang menarik, berkualitas, serta sesuai dengan selera konsumen, sehingga mampu memberikan pilihan yang beragam bagi pelanggan. Kedua, strategi harga, yaitu dengan menetapkan harga yang relatif terjangkau dan kompetitif sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan konsumen, khususnya kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Ketiga, strategi promosi, yang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan platform digital lainnya, serta melalui rekomendasi dari pelanggan yang merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Penerapan berbagai strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan volume penjualan di Enamdua Coffee and Eatery Palembang. Selain itu, suasana tempat yang nyaman serta kualitas produk yang konsisten juga menjadi faktor pendukung dalam menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Apabila ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, strategi manajemen yang diterapkan oleh Enamdua Coffee and Eatery Palembang pada dasarnya telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan bisnis. Hal ini terlihat dari penerapan nilai-nilai seperti kejujuran dalam transaksi, tidak melakukan praktik penipuan atau kecurangan dalam penjualan, memberikan pelayanan yang baik dan sopan kepada konsumen. Dengan demikian, strategi manajemen yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral dan etika yang sesuai dengan ajaran Islam.

Kata kunci: Strategi Manajemen, Penjualan, Ekonomi Islam.

1. Pendahuluan

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. Kopi saat ini semakin digemari oleh berbagai lapisan masyarakat, baik kalangan remaja, dewasa, maupun lanjut usia. Popularitas kopi tidak terlepas dari kandungan cafeinnya yang mampu membantu mengurangi rasa kantuk sekaligus meningkatkan metabolisme tubuh. Selain itu diketahui, sifat antimikroba kopi memiliki potensi manfaat bagi kesehatan. Banyak penelitian telah menunjukkan bahwa senyawa bioaktif yang terkandung dalam kopi memiliki potensi untuk menguntungkan kesehatan seseorang. Di tengah persaingan yang ketat, kedai kopi Enamdua Palembang adalah salah satu perusahaan yang berusaha untuk bertahan 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 kebermanfaatannya. 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.

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.

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 (2022) membahas strategi penerapan business plan dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi Islami; Sarah Nurjanah dan Yayat Rahmat (2021) meneliti model pemasaran syariah untuk pengembangan usaha kopi pada masa pandemi Covid-19; Siska Apriliyanti dan Idfholul Maghfur (2024) menganalisis strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada coffee shop berdasarkan etika bisnis Islam; serta Danil Wahyudi dan Agus Achmad Faruk (2019) yang meneliti pendekatan pemasaran dalam meningkatkan penjualan berdasarkan prinsip ekonomi Islam pada usaha konveksi. 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 kebermanfaatannya. 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.

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.

2. Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan metodologi kualitatif yang bertujuan untuk menggali secara menyeluruh berbagai pengalaman responden, meliputi elemen-elemen seperti perspektif pribadi, pola perilaku, reaksi rutinitas sehari-hari, motivasi dari dalam diri, dan faktor-faktor pendukung serupa. Pendekatan semacam ini berhasil merangkum inti dari fenomena secara holistik dan saling terkait, melalui penggambaran naratif yang berfokus pada deskripsi verbal dan disesuaikan dengan latar belakang konteks tertentu. Pokok utama dari metode kualitatif sebenarnya tertanam dalam penelusuran terhadap permasalahan sosial serta dilema kemanusiaan, yang secara esensial melibatkan serangkaian proses introspeksi dan pemahaman yang terus berkembang secara dinamis. Dengan menerapkan teknik-teknik ini, penelitian dapat menghadirkan representasi yang kompleks dan berlapis-lapis, mengurai struktur bahasa, menyusun interpretasi analitis yang mendalam berdasarkan pandangan para narasumber, serta melakukan pengamatan langsung di lingkungan asli yang autentik dan dinamis. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini pada intinya adalah serangkaian aktivitas untuk menggali dan menyusun data atau fakta melalui pemeriksaan teliti terhadap apa yang sudah terkumpul. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini pada intinya adalah serangkaian aktivitas untuk menggali dan menyusun data atau fakta melalui pemeriksaan teliti terhadap apa yang sudah terkumpul. Peneliti memilih lokasi penelitian ini yaitu Enamdua Coffe and Eatery, yang beralamat di Jalan Hang Tuah No.7, Talang Semut, Kelurahan Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Cafe ini dipilih sebagai objek penelitian karena dikenal luas di komunitas setempat dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan bisnisnya.

Untuk membantu merencanakan dan mengatur proses pengumpulan data mereka, peneliti memilih dan menggunakan instrumen pengumpulan data. Penjelasan ini membawa kita pada kesimpulan bahwa proses perolehan sumber data untuk penelitian guna memperoleh data yang akurat guna mencapai tujuan penelitian dikenal sebagai pengumpulan data. Peneliti mengunjungi sejumlah perpustakaan di Palembang. Untuk mengumpulkan informasi dari sumber penelitian, peneliti menggunakan sejumlah metode, seperti: 1. Observasi, 2. Wawancara 3. Dokumentasi

John W. Tukey mendefinisikan analisis data sebagai suatu proses yang melibatkan teknik-teknik untuk mengevaluasi data dan didukung oleh teknik-teknik pengumpulan data agar analisis menjadi lebih mudah, lebih akurat, dan lebih presisi. Menurut Sofian Effendi, Untuk membuat data penelitian menjadi lebih mudah dibaca dan dipahami, para peneliti menggunakan berbagai metode analisis kualitatif. Tujuan dari pendekatan analisis

deskriptif kualitatif adalah untuk menganalisis data penelitian ini secara deskriptif, mengkarakterisasi, dan meringkas berbagai latar dan skenario dengan memanfaatkan berbagai data yang telah dikumpulkan peneliti melalui kuesioner, wawancara, atau observasi langsung. Dalam pendekatan analisis data kualitatif, Terdapat tiga kategori aktivitas, yaitu: 1. Reduksi data, 2. Penyajian data, 3. Penarikan kesimpulan

3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, strategi penjualan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang dilakukan melalui penerapan strategi produk, harga, dan promosi.

a. Strategi Produk

Strategi produk merupakan langkah yang dilakukan dalam merancang, mengembangkan, dan mengelola produk agar sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen. Pada Enamdua Coffe and Eatery Palembang, strategi produk difokuskan pada kualitas, variasi menu, serta inovasi yang berkelanjutan. Produk yang ditawarkan terdiri dari minuman berbasis kopi seperti kopi susu, espresso, dan varian lainnya, serta minuman non-kopi seperti cokelat dan minuman segar. Selain itu, tersedia pula makanan ringan dan makanan berat yang mendukung konsep coffee shop sebagai tempat berkumpul. Dalam pelaksanaannya, manajemen menjaga kualitas bahan baku agar cita rasa tetap konsisten. Konsistensi rasa menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, inovasi menu dilakukan dengan mengikuti tren pasar, khususnya selera kalangan anak muda dan mahasiswa sebagai target utama.

Tabel 1. Macam-Macam Produk Enamdua Coffe And Eatery Palembang

Kategori Produk	Nama Produk
Minuman	1. Kopi Susu Enamdua 2. Kopi Dusun Enamdua 3. Kopi Kasmara 4. Enamdua Cola 5. Esmonade 6. Sweet Beer 7. Pink Panther 8. Banana Heart 9. Magic Lavender 10. Kopi Susu Choco 11. Kopi Susu Gula Aren 12. Kopi Susu Keju 13. Kopi Susu Cotton Candy 14. Kopi Susu Pandan 15. Kopi Susu Regal 16. Kopi Susu Cereal 17. Matcha 18. Red Velvet Milk 19. Red Velvet Oreo 20. Oreo Milk 21. Strawberry Milk 22. Bubble Gum 23. Banana Milk 24. Butterscotch Milk 25. Charcoal 26. Cereal Milk 27. Mango Milk 28. Freshmilk Brown Sugar 29. Taro Milk 30. Tiramissu Milk 31. Choco Original 32. Choco Oreo 33. Choco Pistachio

	<ol style="list-style-type: none"> 34. Choco Regal 35. Choco Banana 36. Choco Strawberry 37. Apple Mint 38. Blue Sky 39. Strawberry Fresh 40. Manggo Lasso 41. Yakult Mojito 42. Strawberry Yakult 43. Lemon Tea 44. Apple Tea 45. Manggo Tea
Makanan Utama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sate Taichan 2. Nasi Chicken Katsu 3. Nasi Goreng Enamdua 4. Nasi Ayam Karage Spicy 5. Nasi Ayam Karage Keju 6. Indomie Telur Nasi
Roti	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Toast Chicken Cheese</i> 2. <i>Toast Beef Egg</i> 3. <i>Toast Cheezy Cheese</i> 4. <i>Toast Choco Vanilla</i>
Snack	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kentang Goreng 2. Cireng 3. Bola Ayam Keju 4. Pisang Lumer Choco 5. Pisang Lumer Choco Cheese 6. Risol Mayo 7. Risol Choco 8. Nugget Stick 9. Mix Plater

Sumber: Wawancara 2026.

b. Strategi Harga

Strategi harga merupakan kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen dalam menentukan nilai jual produk dengan mempertimbangkan biaya produksi, daya beli konsumen, serta tingkat persaingan pasar. Penetapan harga yang tepat sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan keberlangsungan usaha. Enamdua Coffee and Eatery Palembang menerapkan strategi harga yang berorientasi pada keterjangkauan dan daya saing pasar. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan struktur biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya operasional lainnya. Selain itu, pihak manajemen juga menetapkan margin keuntungan yang wajar agar usaha tetap dapat berjalan secara berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, harga yang ditawarkan mampu menjangkau berbagai kalangan konsumen, khususnya pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum yang menjadi target pasar utama. Dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, Enamdua Coffee and Eatery juga menerapkan strategi harga kompetitif, yaitu dengan menyesuaikan harga produk berdasarkan kondisi pasar dan harga yang ditawarkan oleh pesaing sejenis. Analisis terhadap harga kompetitor dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap relevan dan tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat beli konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah berpotensi menurunkan persepsi kualitas serta mengurangi keuntungan usaha. Oleh karena itu, penetapan harga dilakukan secara seimbang agar tetap menarik bagi konsumen sekaligus menguntungkan bagi perusahaan. Selain itu, Enamdua Coffee and Eatery juga menerapkan variasi harga pada setiap produk yang ditawarkan. Variasi harga ini disesuaikan dengan jenis produk, ukuran porsi, serta bahan baku yang digunakan. Dengan adanya variasi tersebut, konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Strategi ini tidak hanya meningkatkan fleksibilitas pilihan bagi konsumen, tetapi juga berpotensi meningkatkan jumlah transaksi karena mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, strategi harga juga didukung dengan pemberian berbagai promo dan penawaran khusus.

Tabel 4.2 Harga Kisaran Produk Enamdua Coffe and Eatery Palembang

Nama Produk	Kisaran Harga
Minuman Kopi	Rp. 20.000- Rp 25.000
Kopi Susu	Rp. 22.000- Rp.25.000
Makanan Utama	Rp. 22.000- Rp.25.000
Roti	Rp. 20.000-Rp. 25.000
Snack	Rp. 20.000-Rp.50.000

c. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah upaya manajemen untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk yang ditawarkan, dengan tujuan meningkatkan minat beli dan volume penjualan. Promosi merupakan bagian penting dalam bauran pemasaran karena memiliki peran kunci dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Membangun citra usaha dan memperluas jangkauan pasar. Pada Enamdua Coffe and Eatery Palembang, strategi promosi dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu promosi digital dan promosi penjualan.

Promosi Melalui Media Sosial merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan, khususnya pada era digital saat ini. Pada Enamdua Coffee and Eatery Palembang, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk menjangkau konsumen secara luas, cepat, dan efisien.

Strategi manajemen merupakan rangkaian perencanaan dan pengelolaan yang dilakukan oleh pemilik atau pengelola usaha dalam imencapai tujuan organisasi secara efektif dan iefisien. Dalam konteks Enamdua Coffe and Eatery Palembang, strategi manajemen berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan usaha guna meningkatkan penjualan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis.

a. Perencanaan (*Planning*)

Dalam kontek Enamdua Coffe and Eatery Palembang, perencanaan dilakukan dengan menentukan sasaran pasar, memperkirakan kebutuhan bahan baku, menyusun strategi promosi, serta merancang inovasi produk sesuai tren konsumen. Perencanaan juga mencakup pengelolaan anggaran agar pengeluaran dan pemasukan dapat dikendalikan secara efektif. Melalui perencanaan yang terstruktur, kegiatan usaha dapat berjalan lebih sistematis, risiko dapat diminimalkan, serta peluang peningkatan penjualan dapat dimaksimalkan. Dengan demikian, perencanaan menjadi dasar penting dalam mencapai tujuan usaha secara efisien dan berkelanjutan. Dalam konteks Enamdua Coffee and Eatery Palembang, perencanaan (*planning*) merupakan langkah awal yang sangat penting dalam proses manajemen untuk mencapai tujuan usaha, khususnya dalam meningkatkan penjualan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan tujuan yang jelas, menyusun strategi yang tepat, serta menentukan langkah-langkah operasional yang akan dijalankan dalam kegiatan usaha. Perencanaan pada Enamdua Coffee and Eatery Palembang dimulai dari penentuan target pasar, yaitu kalangan anak muda, mahasiswa, serta masyarakat umum yang menyukai tempat nongkrong dengan konsep modern dan harga terjangkau. Dengan mengetahui karakteristik target pasar, pihak manajemen dapat merancang konsep usaha yang sesuai, baik dari segi produk, harga, maupun suasana tempat.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Di Enamdua Coffe and Eatery Palembang, pengorganisasian dilakukan dengan membagi peran kerja seperti barista, bagian dapur, kasir, dan pelayanan. Pembagian kerja yang jelas bertujuan untuk menciptakan koordinasi yang baik sehingga operasional usaha dapat berjalan lancar. Dalam konteks Enamdua Coffee and Eatery Palembang, pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penting dalam manajemen yang berfungsi untuk mengatur, mengelompokkan, serta mengoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki agar tujuan usaha dapat tercapai secara efektif dan efisien. Pengorganisasian tidak hanya mencakup pembagian tugas, tetapi juga penentuan struktur organisasi, alur kerja, serta hubungan koordinasi antar bagian dalam operasional usaha. Pada Enamdua Coffee and Eatery Palembang, pengorganisasian diawali dengan pembentukan struktur organisasi yang jelas. Struktur ini terdiri dari beberapa posisi utama, yaitu owner sebagai pemilik usaha, manajer sebagai pengelola operasional, kasir sebagai penanggung jawab transaksi keuangan, barista sebagai pembuat minuman, serta bagian dapur yang bertugas menyiapkan makanan. Setiap posisi memiliki peran, fungsi, dan tanggung jawab yang berbeda namun saling mendukung satu sama lain dalam menjalankan aktivitas usaha.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Manajemen Enamdua Coffe and Eatery Palembang menerapkan standar operasional prosedur (SOP) dalam proses produksi dan pelayanan guna menjaga kualitas produk serta kepuasan pelanggan. Selain itu, pemilik usaha juga memberikan arahan, motivasi, dan pengawasan langsung kepada karyawan agar bekerja secara profesional dan bertanggung jawab. Dalam konteks Enamdua Coffee and Eatery Palembang, pelaksanaan (*actuating*) merupakan fungsi manajemen yang berperan dalam menggerakkan seluruh sumber daya yang ada agar dapat bekerja secara optimal sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian yang telah ditetapkan. Pelaksanaan tidak hanya berkaitan dengan menjalankan kegiatan operasional, tetapi juga mencakup proses pengarahan, motivasi, serta pengawasan langsung terhadap karyawan agar tujuan usaha dapat tercapai secara efektif. Pelaksanaan di Enamdua Coffee and Eatery Palembang dimulai dari implementasi strategi produk. Pihak usaha memastikan bahwa seluruh menu yang telah direncanakan dapat disajikan dengan baik kepada konsumen. Barista dan bagian dapur memiliki peran penting dalam proses ini, yaitu menjaga kualitas rasa, kebersihan, serta tampilan produk agar tetap konsisten. Standar penyajian yang telah ditetapkan harus dipatuhi oleh setiap karyawan, sehingga konsumen mendapatkan pengalaman yang memuaskan setiap kali berkunjung.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan proses evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Melalui pengawasan, manajemen dapat mengidentifikasi hambatan serta melakukan perbaikan apabila terjadi penyimpangan. Di Enamdua Coffe and Eatery Palembang, pengawasan dilakukan dengan memantau perkembangan penjualan, mengontrol stok bahan baku, serta mengevaluasi kinerja karyawan secara berkala. Evaluasi ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha. Pengawasan pada Enamdua Coffee and Eatery Palembang dilakukan secara berkelanjutan oleh owner dan manajer melalui pemantauan langsung terhadap aktivitas operasional sehari-hari. Bentuk pengawasan ini meliputi pengamatan terhadap proses pelayanan kepada konsumen, kecepatan penyajian, sikap dan keramahan karyawan, serta kebersihan lingkungan usaha. Dengan adanya pengawasan langsung, pihak manajemen dapat segera mengetahui apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam pelayanan dan segera melakukan perbaikan.

Strategi manajemen yang diterapkan di Enamdua Coffe and Eatery Palembang tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan dan keuntungan, tetapi juga dapat dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam Islam, aktivitas bisnis tidak semata-mata mencari laba (*profit oriented*), tetapi juga mengedepankan nilai etika, keadilan, dan keberkahan. Secara umum, strategi manajemen di Enamdua Coffe and Eatery Palembang dapat dilihat melalui fungsi manajemen (*perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan*) yang selaras dengan nilai-nilai syariah sebagai berikut:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan (*planning*) merupakan tahap awal dalam fungsi manajemen yang bertujuan untuk menetapkan tujuan serta langkah-langkah strategis yang akan ditempuh dalam mencapai target usaha. Dalam konteks manajemen bisnis, perencanaan mencakup penetapan target penjualan, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, pengadaan bahan baku, serta pengembangan produk. Dalam perspektif Islam, perencanaan merupakan bagian dari ikhtiar manusia yang harus dilakukan secara matang, terarah, dan bertanggung jawab. Islam tidak mengajarkan sikap pasif atau tanpa persiapan, melainkan mendorong umatnya untuk mempersiapkan masa depan dengan perhitungan yang baik.

Hal ini sebagaimana firmani Allah SWT dalam QS. Al-Hasyr: 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ١٨

Artinya: *Wahai iorang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok.*

Ayat tersebut menunjukkan pentingnya perencanaan sebagai bentuk evaluasi dan persiapan untuk masa depan. Dalam kegiatan usaha, ayat ini menjadi dasar bahwa setiap keputusan bisnis harus dipikirkan secara matang agar tidak menimbulkan kerugian atau ketidakadilan. Selain itu, perencanaan dalam Islam juga harus dilandasi oleh niat yang baik (*niat ibadah*). Aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga harus mengandung nilai keberkahan dan kemaslahatan bagi banyak pihak. Oleh

karena itu, dalam menyusun perencanaan usaha perlu memperhatikan:

- 1) Prinsip Halal dan Thayyib – memastikan bahan baku dan proses usaha sesuai syariat.
- 2) Prinsip Amanah – menyusun target dan anggaran secara realistis dan bertanggung jawab.
- 3) Prinsip Maslahah – perencanaan tidak merugikan pihak lain dan memberikan manfaat sosial.

Dalam praktik manajemen usaha seperti Enamdua Coffe and Eatery Palembang, perencanaan dilakukan melalui penetapan target penjualan, strategi promosi, pengelolaan stok bahan baku, serta pengendalian biaya operasional. Jika ditinjau dari perspektif Islam, langkah tersebut sudah mencerminkan upaya profesional dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha.

b. Pengorganisasian (organizing)

Pengorganisasian (organizing) adalah fungsi manajemen yang bertujuan mengatur dan membagi tugas, wewenang, serta tanggung jawab kepada setiap anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan secara efektif dan efisien. Proses ini meliputi penyusunan struktur kerja, pembagian peran, koordinasi antarbagian, serta penetapan hubungan kerja yang jelas. Dalam perspektif ekonomi Islam, pengorganisasian tidak hanya dipandang sebagai proses teknis ipembagian tugas, tetapi juga sebagai bentuk penerapan nilai keadilan ('adl), amanah, dan profesionalitas. Prinsip keadilan menjadi landasan utama dalam mengatur sumber daya manusia agar tidak terjadi diskriminasi, ketimpangan beban kerja, maupun ketidakadilan dalam pemberian upah.

Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nahl: 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat ikebajikan.*

Ayat tersebut menegaskan bahwa keadilan merupakan prinsip fundamental dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan organisasi dan bisnis. Dalam konteks manajemen, keadilan dapat diwujudkan melalui:

- 1) Pembagian tugas sesuai kompetensi – setiap karyawan ditempatkan sesuai kemampuan dan keahliannya.
- 2) Pemberian upah yang layak dan tepat waktu.
- 3) Tidak adanya diskriminasi dalam perlakuan terhadap karyawan.
- 4) Tanggung jawab (amanah) dalam menjalankan tugas masing-masing.

c. Pelaksanaan (Actuating) yang Berlandaskan Etika Bisnis Islam

Dalam konteks Enamdua Coffee and Eatery Palembang, pelaksanaan (actuating) tidak hanya dimaknai sebagai proses menjalankan rencana operasional usaha, tetapi juga sebagai upaya mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam setiap aktivitas usaha. Pelaksanaan ini mencakup bagaimana manajemen mengarahkan, menggerakkan, serta mengawasi karyawan agar bekerja sesuai dengan standar operasional dan prinsip-prinsip syariah, sehingga tercipta keseimbangan antara pencapaian keuntungan dan nilai moral.

Dalam praktiknya, pelaksanaan kegiatan usaha di Enamdua Coffee and Eatery Palembang dilakukan secara sistematis dengan menekankan pada tiga aspek utama, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan transparansi dalam transaksi. Ketiga aspek ini menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan pelaksanaan yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Pertama, dalam menjaga kualitas produk, pihak manajemen memastikan bahwa seluruh makanan dan minuman yang disajikan kepada konsumen menggunakan bahan baku yang halal, berkualitas, serta diproses dengan cara yang higienis. Proses produksi dilakukan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan, sehingga menghasilkan produk yang konsisten dari segi rasa, tampilan, dan keamanan. Hal ini mencerminkan tanggung jawab moral pelaku usaha terhadap konsumen, karena dalam Islam setiap produk yang diperjualbelikan harus memberikan manfaat dan tidak membahayakan.

d. Pengawasan (Controlling) sebagai Bentuk Tanggung Jawab

Dalam konteks Enamdua Coffee and Eatery Palembang, pengawasan (controlling) merupakan fungsi manajemen yang tidak hanya berperan sebagai alat pengendali operasional, tetapi juga sebagai bentuk

tanggung jawab moral dan spiritual dalam menjalankan kegiatan usaha. Pengawasan dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas usaha berjalan sesuai dengan rencana, standar operasional, serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan. Dalam perspektif ekonomi Islam, pengawasan memiliki makna yang lebih luas dibandingkan dengan pengawasan dalam manajemen konvensional. Pengawasan tidak hanya bersifat administratif dan teknis, tetapi juga mengandung dimensi spiritual yang berkaitan dengan pertanggungjawaban manusia kepada Allah SWT. Konsep ini dikenal dengan istilah *hisbah*, yaitu suatu sistem pengawasan yang bertujuan untuk menegakkan kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahi munkar*) dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, pengawasan tidak hanya berfungsi untuk menjaga kinerja usaha, tetapi juga memastikan bahwa setiap aktivitas bisnis berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam praktiknya, pengawasan di Enamdua Coffee and Eatery Palembang dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan melalui beberapa tahapan. Pertama, pengawasan preventif, yaitu pengawasan yang dilakukan sebelum kegiatan operasional berlangsung. Bentuk pengawasan ini terlihat dari penetapan standar operasional prosedur (SOP), standar kualitas produk, serta aturan kerja bagi karyawan. Dengan adanya standar tersebut, setiap karyawan memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan tugasnya sehingga dapat meminimalkan terjadinya kesalahan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen yang diterapkan oleh Enamdua Coffee and Eatery Palembang dalam meningkatkan penjualan meliputi strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi pelayanan. Strategi produk dilakukan dengan menjaga kualitas serta variasi menu yang menarik bagi pelanggan. Strategi harga diterapkan dengan menetapkan harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk. Strategi promosi dilakukan melalui pemanfaatan media sosial serta rekomendasi pelanggan. Sementara itu, strategi pelayanan dilakukan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi manajemen yang diterapkan telah mencerminkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab dalam kegiatan usaha. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya mampu meningkatkan penjualan tetapi juga memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha.

Referensi

1. Al-Qur'an, Surat Al-Hasyir: 18 Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019).
2. Al-Qur'an, Surat An-Nahl: 90. Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019).
3. Al-Qur'an, Surah An-Nisa: 29. Terjemahannya Kementerian Agama Republik Indonesia, (Jakarta: Lajha Pentashiha Mushaf Al-Qur'an, 2019)
4. 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):
5. Awasthi, A. (2022). Role of Management in Business System. *Knowledgeable Research A Multidisciplinary Journal*, 1(05), 32-39.
6. 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.
7. Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin" 17, no. 33 (2018): 81-95.
8. 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 AI-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI*, 10(3).
9. Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press, 2020,
10. Marsha Azzahra, Ade Irfan Abdurahman, and Alamsyah Alamsyah, 'Fenomena Ngopi Di Coffee Shop Pada Gen Z', *Social Science Academic*, 1.2 (2023),
11. Marlina, E., Purwaningsih, M., Siagian, A. H. A. M., Al Hakim, S., & Maryati, I. (2024). Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research. *Advances in Library and Information Science (ALIS) Book Series*.
12. MA Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan, *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, 2022,
13. Muhammad Mushfi El Iq Bali and Mohammad Hairul Umam, "Manajemen Tenaga Pendidik Terhadap Hasil Belajar Siswa Madrasah Aliyah," *Jurnal Educatio Fkip UNMA* 9, no. 1 (2023).
14. Rahayu, S. (2024). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 3(1), 109-113.
15. Rony Zulfirman, "Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam," *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran* Volume 3, no. No 2 (2022).
16. Setiadi, O. (2025). Paradigma pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis prinsip halal dan tayyib. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Iss 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).
17. Sukmawati, S. (2023). Development of quality instruments and data collection techniques. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 6(1).
18. Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1)