

**IMPLEMENTASI MODEL *COZY* PADA *REZA CAFE* DAN
PALEKKO KOTA PAREPARE DALAM MENARIK
MINAT KONSUMEN
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**



Oleh

RUSDIANA ALIM

NIM : 15.2200.024

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**IMPLEMENTASI MODEL *COZY* PADA *REZA CAFE* DAN
PALEKKO KOTA PAREPARE DALAM MENARIK
MINAT KONSUMEN
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**IMPLEMENTASI MODEL *COZY* PADA *REZA CAFE* DAN
PALEKKO KOTA PAREPARE DALAM MENARIK
MINAT KONSUMEN
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan Oleh

**RUSDIANA ALIM
NIM: 15.2200.024**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

iii

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)

Nama Mahasiswa : Rusdiana Alim

NIM : 15.2200.024

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : B.3585/In.39/PP.00.09/12/2018

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag. (.....)

NIP : 19730925 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I., M.HI (.....)

NIP : 19870418 201503 1 002

Mengetahui:
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Parepare,



Hj. Muliati, M.Ag.
NIP: 19601231 199103 2 004

SKRIPSI
IMPLEMENTASI MODEL COZY PADA REZA CAFE DAN PALEKKO
KOTA PAREPARE DALAM MENARIK
MINAT KONSUMEN
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Disusun dan diajukan oleh

RUSDIANA ALIM

15.2200.024

Telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Munaqasyah

Pada Tanggal 22 Agustus 2019

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : **Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.**

NIP : 19730925 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : **Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I., M.HI**

NIP : 19870418 201503 1 002

Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.

Dr. H. Muliati, M.Ag.

NIP. 19640427 198703 1 002

NIP. 19601231 199103 2 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)

Nama Mahasiswa : Rusdiana Alim

NIM : 15.2200.024

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : B.3585/In.39/PP.00.09/12/2018

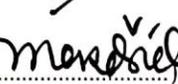
Tanggal Kelulusan :

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag. (Ketua) (.....)

Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I., M.HI (Sekretaris) (.....)

Dr. Rahmawati, M.Ag. (Penguji Utama I) (.....)

Dr. Arqam, M.Pd. (Penguji Utama II) (.....)

Mengetahui:

Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIR 0640427 198703 1 002



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Salam sejahtera untuk kita semua. *Alhamdulillah robbil 'alamin.* Segala puji bagi Allah swt., Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Puji syukur kehadiran Allah swt., berkat taufik dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar “Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tak lupa pula kita kirimkan shalawat serta salam kepada junjungan *Nabiullah Muhammad saw.*, Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua.

Penulis hanturkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada keluargaku tercinta yaitu Alm. Ayahanda Alimuddin dan Ibunda Rusnah tappi yang merupakan kedua orang tua penulis, khususnya Ibundaku yang senantiasa memberi semangat, nasihat dan doa demi kesuksesan anak-anaknya. Dan untuk Alm. Ayahandaku terima kasih karena sewaktu hidup sudah menjadi ayah yang baik untuk anak-anakmu dan senantiasa mengajarkanku untuk tetap optimis dan pantang menyerah untuk mencapai yang diinginkan, semoga engkau bangga pada anakmu ini. Dan berkat merekalah sehingga penulis tetap bertahan dan berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag. dan bapak Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I, M.HI. selaku pembimbing I dan II, atas segala bantuan dan bimbingan bapak yang telah diberikan selama dalam penulisan skripsi.
3. Ibu Dr. Hj. Muliati, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi. Dan terima kasih pula atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk diberikan beasiswa BIDIKMISI selama delapan semester ini.
7. Kepala Walikota Parepare beserta jajarannya atas izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Bapak Idham Mase selaku pemilik dan bapak Adamda Ruslan selaku *manager* Reza *cafe* dan palekko, penulis ucapkan terima kasih atas izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

9. Saudara dan keluarga tercinta terkhusus orang tua yang selalu mendukung, mensupport dan mendoakan penulis.
10. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.
11. Teman Posko KPM Teteaji tercinta yang selalu mensupport dan mendoakan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Untuk Ombah Squad yang merupakan sahabat tercinta penulis yang senantiasa menemani dan menyamangati dalam suka duka pembuatan skripsi ini, Sahabat Lili Nur Cahyani, Maulidya Julianti, Putri Diana, Dian Hardianti Aulia, Husnia, Nurhadiyah dan Eri Kuseriyadi, semoga kita wisuda bersama-sama dan menjadi sahabat sesyurga. *amin ya robbil 'alamin.*

Parepare 13 Agustus 2019

Penulis,



Rusdiana Alim
15.2200.024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Rusdiana Alim
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 15.2200.024
Tempat/Tanggal Lahir : Parepare/02 Juli 1996
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "**Implementasi Model Cozy pada Reza Cafe dan Palekko dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)**" benar-benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atas keseluruhan skripsi dan hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 13 Agustus 2019

Penulis,



Rusdiana Alim
NIM: 15.2200.024

ABSTRAK

Rusdiana Alim. *Implementasi Model Cozy pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)* (dibimbing oleh Rahman Ambo Masse dan M. Ali Rusdi).

Manajemen merupakan hal mendasar bagi setiap pelaku bisnis untuk mencapai tujuannya. Namun, untuk melakukan serangkaian aktivitas manajemen tersebut harus menerapkan manajemen yang sesuai dengan syariat Islam. Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu terkait dengan implementasi model *cozy* yang dianalisis berdasarkan manajemen syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi model *cozy*, dampaknya dan implementasi model *cozy* di Reza *cafe* dan palekko dalam menarik minat konsumen analisis manajemen syariah.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui *field research*, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan terkait dengan permasalahan penelitian. Adapun, lokasi penelitian bertempat di Reza *cafe* dan palekko kota Parepare. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) implementasi model *cozyny* yaitu menggunakan konsep *semi outdoor* dan *semi indoor* artinya *cafe* ini betul-betul memanfaatkan keindahan alam kota Parepare, (2) dampak dari adanya implementasi model *cozyny* yaitu berdampak positif bagi Reza *Cafe* dan *Palekko* dikarenakan dapat menarik minat konsumen dengan dilihat dari suasananya nyaman, tempatnya strategis, desainnya sangat *artistik*, memiliki *view* yang cantik dan indah serta memiliki ciri khas yang unik yaitu palekko dan *coffee* dan dampak yang ditimbulkan dari segi *intern* maupun *ekstern* yaitu berdampak negatif bagi Reza *Cafe* dan *Palekko*, khususnya dari segi *internnya* dikarenakan dapat mengurangi minat konsumen yang dilihat dari tidak adanya *playground* untuk anak-anak, tombol otomatis disetiap meja, karyawan lebih ramah, area parkir kurang memadai, cita rasa produknya tetap dipertahankan, penyajian makanannya lebih ditambah nuansa alam, penghijauannya ditambah dan tata letak sarana duduknya lebih diberikan ruang gerak dan adanya privasi antara *customer* satu dengan yang lain. (3) implementasi model *cozyny* dalam menarik minat konsumen itu sebagian sudah terlaksana dengan baik dari segi fungsi manajemen syariah yaitu perencanaan (*takhtij>t}h*), pengorganisasian (*tanzji>m*), penggerakan (*tawji>h*), dan pengawasan (*ar-riqabah*). Secara penataan tata ruang yang belum menyeluruh pengaplikasiannya yaitu dari segi tata letak sarana duduknya yaitu bagian dalam terlalu padat atau berdempetan sehingga tidak adanya privasi dan kurangnya ruang gerak bagi konsumen sedangkan bagian lantai bawah juga tidak terimplementasikan karena ingin dibuatkan *playground* untuk anak-anak, dari segi suara atau musik belum terimplementasi karena *soon* sistemnya terlalu berisik atau keras dan dari segi pelayanannya itu masih adanya karyawan yang kurang ramah atau bermuka cemberut dalam melayani konsumen,

Kata kunci: Implementasi Model *Cozy*, *Cafe* dan Manajemen Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penellitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	12
2.2.1 Teori Implementasi	12

	2.2.2 Teori Tata Ruang.....	13
	2.2.3 Teori Manajemen Syariah	21
	2.3 Tinjauan Konseptual	26
	2.4 Bagan Kerangka Pikir	29
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Jenis Penelitian	30
	3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
	3.3 Fokus Penelitian.....	31
	3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan	31
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
	3.6 Teknik Analisis Data	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum Reza <i>Cafe</i> dan <i>Palekko</i>	37
	4.2 Implementasi Model <i>Cozy</i> pada Reza <i>Cafe</i> dan <i>Palekko</i> Kota Parepare	40
	4.3 Dampak terhadap Implementasi Model <i>Cozy</i> pada Reza <i>Cafe</i> dan <i>Palekko</i> Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen.....	52
	4.4 Implementasi Model <i>Cozy</i> pada Reza <i>Cafe</i> dan <i>Palekko</i> Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah).....	62
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan	90
	5.2 Saran	93
	DAFTAR PUSTAKA	94
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Data <i>Stakeholder</i> Reza Cafe dan Palekko	80



DAFTAR GAMBAR

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Bagan Kerangka Pikir	29



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	1
2	Surat Keterangan Wawancara	4
3	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	16
4	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Kota Parepare	17
5	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	18
6	Dokumentasi	19
7	Riwayat Hidup	24



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ي	syīn	sy	es dan ye
ش	šād	š	es (dengan titik di bawah)
ڍ	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge

ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāw	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	ditulis	'iddah

C. Tā' marbūṭah

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
علة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>żukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
جاهليّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wawu mati	ditulis	<i>ū</i>
فَرُوضُ	ditulis	<i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قَوْل	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>U'iddat</i>
لِنَشْكُرَكُمْ	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذُو الْفُرُوضِ	ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada konsumen maupun pelanggan.¹ Di mana kata bisnis itu, sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Salah satunya ialah bisnis di bidang kuliner. Dewasa ini bisnis di bidang kuliner meliputi berbagai ragam, contohnya adalah bisnis *cafe*, restoran, kedai kopi maupun bisnis lainnya.

Di zaman yang modern ini, dapat dilihat bahwa perkembangan dalam dunia kuliner sangat populer dan berkembang pesat, di mana masyarakat sering meluangkan waktunya untuk berkunjung ke restoran maupun *cafe* untuk beraktivitas maupun bersantai. Meskipun usaha restoran dianggap berprospek cerah karena pada dasarnya makan adalah kebutuhan fisiologis manusia, banyak restoran maupun *cafe* yang mengalami kerugian karena tidak mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Ini dikarenakan bisnis restoran yang sangat rentan, khususnya terhadap masalah konsistensi rasa, kualitas dan pelayanan.

Konsumen saat ini memiliki kekuatan tawar-menawar yang besar, terutama karena di industri ini telah banyak kompetitor-kompetitor yang memiliki potensi dan kreativitas yang mampu menyajikan menu makanan dan pelayanan yang terdiferensiasi bagi konsumen sehingga konsumen memiliki beragam pilihan kuliner yang memperbesar kemungkinan terjadinya *customer switching*.

¹Jeff Madura, *Introduction To Business: Pengantar Bisnis*, Edisi IV (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 2.

Biasanya dalam usaha restoran dan *cafe* sulit untuk menentukan loyal tidaknya seorang pelanggan, karena konsumen cenderung selalu ingin mencoba dan menikmati menu dan suasana baru yang ditawarkan. Hanya sedikit orang yang sepenuhnya loyal pada suatu restoran maupun *cafe*. Di mana pada pengembangannya restoran dan *cafe* di Indonesia mengarah pada segmen konsumen muda yang selalu ingin mencoba hal baru dan menjadikan restoran maupun *cafe* bukan hanya sekedar tempat memuaskan rasa lapar, tetapi sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi dengan teman, keluarga atau kerabat lainnya. Dengan demikian, di zaman yang modern ini tidak cukup dengan hanya berfokus pada fitur dan manfaat berupa makanan lezat yang mengenyangkan perut.² Oleh karena adanya perubahan gaya hidup ini, diharuskan para pengusaha membawa perubahan strategi pemasaran atau manajemen yang baik dalam bisnis *cafe* yaitu agar memperhatikan suasana ruang yang nyaman (*cozy*) bagi pengunjung, desain *interior* maupun *eksterior*, tata letak sarana duduk di dalam maupun di luar ditata dengan baik dan benar, keramah-tamahan dari *serve*/pelayan dan faktor lainnya.³ Namun, tetap diharapkan tidak melanggar kaidah-kaidah syariat Islam. Sehingga fokus usaha restoran dan *cafe* saat ini telah berorientasi pada penciptaan pengalaman yang berkesan bagi konsumen agar kesan tersebut senantiasa melekat dalam benak mereka yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku mereka dalam jangka panjang.

Salah satu contoh konsep perencanaan tata ruang yang baik sesuai Islam yaitu dengan adanya kerajaan-kerajaan Islam dengan arsitekturnya berlandaskan Islam,

²Richmond Shan Chandra, Martino Dwi Nugroho dan Grace Mulyono, "*Perancangan Cafe-Library and Resto di Surabaya*" (Jurnal Intra; Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra Vol. 3, No. 2: Surabaya, 2015), h. 471.

³Kuliner Bandung, "Pilihan *Cafe* Bandung *Cozy* Dimata Anak Muda", *Blog Sebandung.com*. <https://sebandung.com/2014/06/cafe-bandung-cozy/> (Diakses 22 februari 2019 pukul 21.29).

misalnya di Iskandariah, Madinah, Andalusia (Spayol), Basrah, Kufah, *Baitul Maqdis*, *Baitul Laham* (Bethelem), Darussalam (Yerusalem), artinya hasil karya Islam tersebut telah menjadi sejarah dunia.⁴

Seorang pelaku bisnis juga harus membutuhkan adanya manajemen yang baik. Yang dimaksud manajemen yang baik ialah manajemen syariah. Di mana Menurut Didin dan Hendri, Manajemen bisa dikatakan telah memenuhi syariah bila: *pertama*, manajemen ini mementingkan perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. *Kedua*, mementingkan adanya struktur organisasi. *Ketiga*, membahas soal sistem. Sistem ini disusun agar perilaku pelaku di dalamnya berjalan dengan baik. Sistem pemerintahan Umar bin Abdul Aziz misalnya, adalah salah satu yang terbaik. Sistem ini berkaitan dengan perencanaan, organisasi dan kontrol.⁵

Kota Parepare adalah salah satu kota yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan, yang di mana kota Parepare disebut juga sebagai kota santri dan kota niaga. Salah satu jenis perniagaan di kota Parepare ialah bisnis di bidang kulinernya, di mana bisnis di bidang kulinernya salah satunya ialah bisnis restoran dan *cafe*. Di kota Parepare pada sampai saat ini, bisnis *cafe* yang masih digemari seiring dengan perubahan selera dan gaya hidup masyarakat kota Parepare. Oleh karenanya mendorong terciptanya persaingan sengit dalam dunia bisnis, terutamanya bisnis *cafe*. Sehingga mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berinovasi dalam menarik konsumen maupun mempertahankan para pelanggannya.

⁴Barenlitbangda Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Daerah, “al-Qur’an Tentang Tata Ruang dan Kelestarian Lingkungan”, *Blog Barenlitbangda Kota Banjarmasin*. renlitbang.banjarmasinkota.go.id/2016/06/al-qur-tentang-tata-ruang-dan.html?m=1 (Diakses 22 februari 2019 pukul 19.20).

⁵Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah: Dalam Praktik* (Cet. I; Jakarta: Gema Insani, 2003), h. 48.

Hasil observasi awal peneliti, salah satu bisnis *cafe* yang masih baru eksistensinya di Parepare ialah *Reza Cafe* dan *Palekko*. Di mana *Reza Cafe* dan *Palekko* adalah salah satu *cafe* di kota Parepare yang berdiri pada tahun 2017. Yang di mana memiliki manajemen yang baik sehingga sampai saat ini sangat diminati oleh pengunjung, baik dari pengunjung dalam kota maupun dari luar kota. Itu dikarenakan *Reza Cafe* dan *Palekko* ini memiliki konsep makanan dan minuman tradisional khas Bugis dan desain ruangnya sendiri cukup membuat pengunjungnya merasa nyaman dikarenakan penataan tata ruangnya yang bagus, indah dan elegan serta memiliki fasilitasnya yang terbilang lengkap. *Cafe* ini terbilang cukup luas dikarenakan memiliki dua lantai sehingga terdapat banyak sudut yang diisi meja dan kursi, sehingga pengunjung bisa memilih untuk duduk di dalam atau di luar *cafe*. Walaupun, *Reza Cafe* dan *Palekko* ini memiliki tata ruang yang baik. Namun, terdapat salah satu tata ruangnya yang kurang nyaman dirasakan oleh *customer* atau pengunjung yaitu desain dan tata letak sarana duduk yang jarang diminati oleh pengunjung yakni terletak pada lantai bawah. Realita yang seperti inilah yang menjadi hal yang menarik bagi peneliti untuk mencari tahu lebih dalam tentang implementasi model *cozy* *Reza Cafe* dan *Palekko* dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian ini dengan judul “Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka inti permasalahan dalam hal ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare?
- 1.2.2 Apa dampak terhadap implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen?
- 1.2.3 Bagaimana implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen (analisis manajemen syariah)?

1.3 Tujuan Penelitian

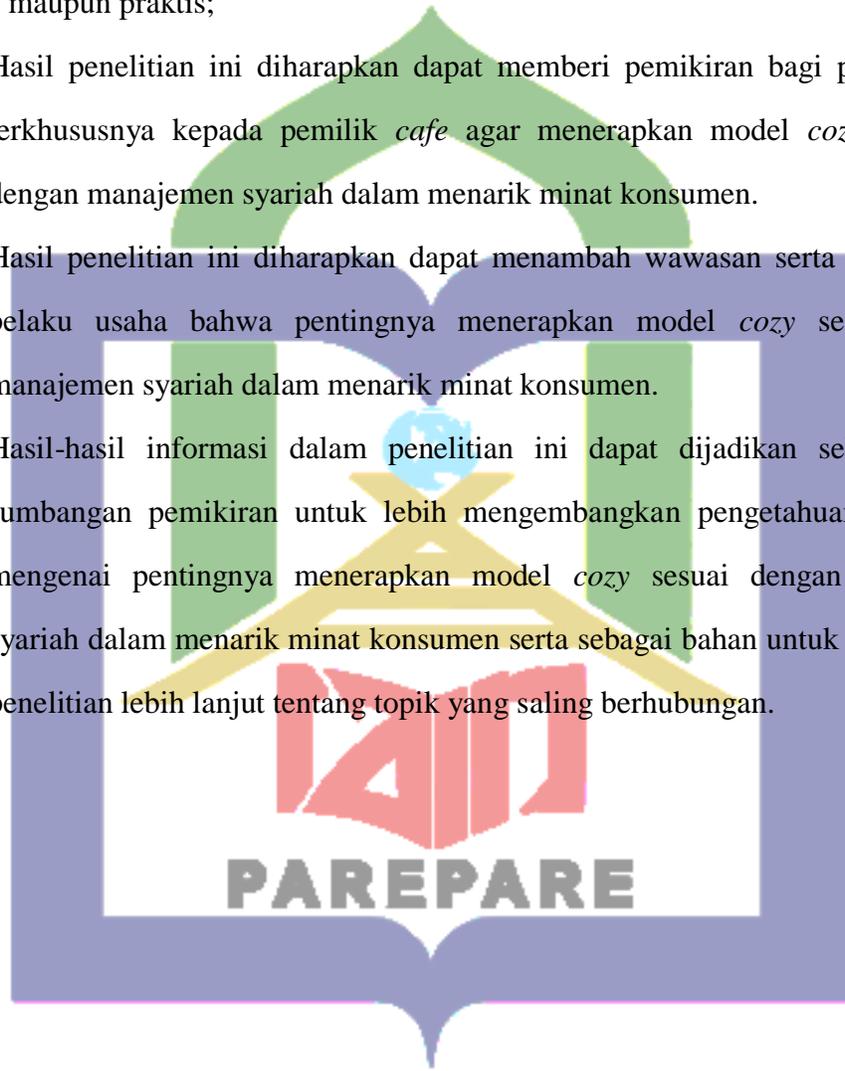
Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui dampak terhadap implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen.
- 1.3.3 Untuk memperoleh hasil dari implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen (analisis manajemen syariah).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan pokok permasalahan dan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan manfaat dari segi teoritis maupun praktis;

- 1.4.1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pemikiran bagi pelaku usaha terkhususnya kepada pemilik *cafe* agar menerapkan model *cozy* ini sesuai dengan manajemen syariah dalam menarik minat konsumen.
- 1.4.2 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan pelaku usaha bahwa pentingnya menerapkan model *cozy* sesuai dengan manajemen syariah dalam menarik minat konsumen.
- 1.4.3 Hasil-hasil informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan sumbangan pemikiran untuk lebih mengembangkan pengetahuan khususnya mengenai pentingnya menerapkan model *cozy* sesuai dengan manajemen syariah dalam menarik minat konsumen serta sebagai bahan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang topik yang saling berhubungan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan penelitian terdahulu

Skripsi yang akan penulis teliti nantinya bukanlah skripsi pertama yang pernah ada tapi sebelumnya telah ada skripsi terdahulu yang membahas tema yang sama. Sehingga penulis sedikit mengambil acuan dari skripsi sebelumnya: *Pertama*, Steven Adi Prasetyo, yang berjudul “Kajian Desain *Interior* Restoran Piazza Italia dan Brandi Pizzeria di Surabaya”, tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik suasana ruang *interior* yang dihadirkan pada restoran Piazza Italia dan restoran Brandi Pizzeria di Surabaya sesuai dengan sistem pelayanan makanan Italia yang disajikan. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu *interior* tentang suasana suatu restoran Italia yang menawarkan hidangan khas untuk dapat menarik minat pengunjung dan secara aplikatif untuk mengevaluasi karakteristik suasana ruang *interior* restoran Piazza Italia dan restoran Brandi Pizzeria dengan sistem pelayanannya untuk menyajikan makanan. Metode penelitiannya menggunakan analisis deskriptif untuk menguraikan data lapangan yang membantu proses analisis data. Hasil penelitian menjelaskan bahwa penerapan pada desain *interior* dari kedua restoran menghasilkan suatu komposisi tatanan interior yang berbeda yaitu restoran Piazza Italia menghasilkan nuansa yang ramah, romantis, dan intim dengan penataan meja makan *Ala Carte* berkonsep *fine dining*. Sedangkan restoran Brandi Pizzeria menghasilkan nuansa yang ramah, lega, dan

santai dengan penataan meja makan bukan *Ala Carte* berkonsep *casual*.⁶ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada untuk mengetahui karakteristik suasana ruang *interior* yang dihadirkan pada restoran Piazza Italia dan restoran Brandi Pizzeria di Surabaya sesuai dengan sistem pelayanan makanan Italia yang di sajikan, yang di mana hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa penerapan pada desain *interior* dari kedua restoran menghasilkan suatu komposisi tatanan *interior* yang berbeda yaitu restoran Piazza Italia menghasilkan nuansa yang ramah, romantis, dan intim dengan penataan meja makan *Ala Carte* berkonsep *fine dining*, dan restoran Brandi Pizzeria menghasilkan nuansa yang ramah, lega, dan santai dengan penataan meja makan bukan *Ala Carte* berkonsep *casual*. Sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada implementasi model *cozy* pada Reza Cafe dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen analisis manajemen syariah.

Kedua, Rina Kurniawati yang berjudul “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kafe Aita “*Coffee & Lounge*” Bantul, Yogyakarta)”, tahun 2017. Penulis menganalisis mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dengan variabel independen *general exterior (X1)*, *general interior (X2)*, *store layout (X3)*, dan *interior display (X4)*. Sedangkan variabel dependen (Y) yang di gunakan dalam penelitiannya adalah keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, kemudian mengambil jumlah sampel sebanyak 97 responden dengan menggunakan pendekatan *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota

⁶Steven Adi Prasetyo, “Kajian Desain Interior Restoran Piazza Italia dan Brandi Pizzeria di Surabaya”, (Jurnal Intra; Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra Vol. 4, No. 1: Surabaya, 2016).

sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan dalam populasi tersebut. Di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan keputusan pembelian konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan kata lain kepuasan konsumen dapat dilihat ketika konsumen tersebut sudah melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu.⁷ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh *store atmosfer* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, yang di mana hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa secara simultan variabel *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan keputusan pembelian konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen analisis manajemen syariah.

Ketiga, Alifia Wida Izzati, Yuni Maharani, Dudy Wiyancoko, yang berjudul “Relasi Desain dan Tata Letak Sarana Duduk Terhadap Kenyamanan Pengunjung Kafe”, tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan duduk pengunjung di *cafe*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu dengan melakukan observasi dan pengamatan secara langsung dan mendalam terhadap *cafe* yang dijadikan studi kasus pada penelitian ini. Data yang didapatkan kemudian diolah dan di analisis. Hasil analisis kemudian dilakukan uji validasi akhir pada penelitian untuk memastikan

⁷Rina Kurniawati, “Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kafe Aita “Coffee & Lounge” Bantul”, (Skripsi Sarjana; Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI: Yogyakarta, 2017).

kecocokan hasil observasi dan pengamatan dengan uji validasi yang telah dilakukan. Hasil temuan penelitian berupa rekomendasi desain dan tata letak sarana duduk yang baik bagi pengunjung *cafe*.⁸ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan duduk pengunjung di *cafe*, yang di mana hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa berupa rekomendasi desain dan tata letak sarana duduk yang baik bagi pengunjung *cafe*. Sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen analisis manajemen syariah.

Keempat, Erna yang berjudul “Strategi Persaingan Bisnis *Cafe* di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)”, tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik *cafe* di kota Parepare, bentuk persaingan bisnis yang dilakukan oleh pemilik *cafe* di kota Parepare dan penerapan etika bisnis Islam pada pemilik *cafe* di kota Parepare. Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dan data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pengamatan lingkungan menggunakan metode SWOT, (2) persaingan mengenai produk, para pemilik *cafe* memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki, persaingan harga yang terjadi pada pemilik bisnis *cafe* di kota Parepare adalah hal yang wajar terjadi, persaingan tempat pada para pemilik bisnis *cafe* tidak terjadi karena pada dasarnya

⁸Alifia Wida Izzati, Yuni Maharani, Dudy Wiyancoko, “*Relasi Desain dan Tata Letak Sarana Duduk Terhadap Kenyamanan Pengunjung Kafe*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi: Bandung, 2017).

mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur dan persaingan pelayanan para pemilik bisnis *cafe* di kota Parepare mayoritas sudah baik. (3) persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis *cafe* di kota Parepare sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan.⁹ Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik *cafe* di kota Parepare, bentuk persaingan bisnis yang dilakukan oleh pemilik *cafe* di kota Parepare dan penerapan etika bisnis Islam pada pemilik *cafe* di kota Parepare. yang di mana hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa (1) pengamatan lingkungan menggunakan metode SWOT, (2) persaingan mengenai produk, para pemilik *cafe* memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki, persaingan harga yang terjadi pada pemilik bisnis *cafe* di kota Parepare adalah hal yang wajar terjadi, persaingan tempat pada para pemilik bisnis *cafe* tidak terjadi karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur dan persaingan pelayanan para pemilik bisnis *cafe* di kota Parepare mayoritas sudah baik. (3) persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis *cafe* di kota Parepare sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan. Sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen analisis manajemen syariah.

⁹Erna, "*Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*", (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN): Parepare, 2018).

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Implementasi

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, secara sederhana implementasi bisa diartikan pelaksanaan atau penerapan. Penerapan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah tindakan pelaksanaan atau pemanfaatan keterampilan pengetahuan baru terhadap sesuatu bidang untuk suatu kegunaan ataupun tujuan khusus.¹⁰

Menurut Guntur Setiawan, implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksanaan birokrasi yang efektif.¹¹

Menurut Nurdin Usman, implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan hanya sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.¹²

Pemaparan berbagai pengertian di atas maka, penulis menyimpulkan bahwa Dalam hal ini, implementasi adalah pelaksanaan sebuah hasil kerja yang diperoleh melalui sebuah cara agar dapat dipraktekkan kedalam masyarakat.

¹⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Ed. IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Agama, 2008), h. 1448.

¹¹Guntur Setiawan, *Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan* (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 9.

¹²Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 6.

1. Unsur-unsur Implementasi

Menurut Wahab “penerapan merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tiga unsur penting dan mutlak dalam menjalankannya”. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi:

- a. Adanya program yang dilaksanakan.
- b. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
- c. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.¹³

Berdasarkan penjelasan unsur-unsur implementasi di atas maka, implementasi dapat terlaksana apabila adanya program-program yang memiliki sasaran serta dapat memberi manfaat pada target yang ingin dicapai dan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik oleh target.¹⁴

2.2.2 Teori Tata Ruang

Menurut D.A. Tisnaadmidjaja, yang dimaksud dengan ruang adalah “wujud fisik wilayah dalam dimensi geografis dan geometris yang merupakan wadah bagi manusia dalam melaksanakan kegiatan kehidupannya dalam suatu kualitas kehidupan yang layak”.¹⁵ Tata ruang adalah wujud struktur ruang dan pola ruang.¹⁶ Struktur

¹³Solichin Abdul Wahab, *Analisis Kebijakan dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara*, Edisi Kedua (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h. 45.

¹⁴Belajar pendidikan Pkn, ”Pengertian Penerapan dan Unsur-unsur”, *Blog Belajar Pendidikan Pkn*.
<http://belajarpendidikanpkn.blogspot.co.id/2017/03/pengertian-penerapan-dan-unsur-unsur.html?m=1> (Diakses 9 Maret 2018).

¹⁵D.A Tiasnaadmidjaja dalam Asep Warlan Yusuf. *Pranata Pembangunan* (Bandung: Universitas Parahiayang, 1997), h. 6.

ruang adalah susunan pusat-pusat permukiman dan sistem jaringan prasarana dan sarana yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan sosial ekonomi masyarakat yang secara hierarkis memiliki hubungan fungsional.¹⁷

Penataan ruang adalah suatu sistem proses perencanaan tata ruang, pemanfaatan tata ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang.¹⁸ Jadi, hukum penataan ruang menurut Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 yaitu hukum yang berwujud struktur ruang (ialah susunan pusat-pusat permukiman dan sistem jaringan prasarana dan sarana yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan ekonomi masyarakat yang secara hierarkis memiliki hubungan fungsional) dan pola ruang (ialah distribusi peruntukan ruang dalam suatu wilayah yang meliputi peruntukan ruang untuk fungsi lindung dan peruntukan ruang untuk fungsi budi daya).¹⁹

1. Perancangan Tata Ruang Cafe

Mendesain sebuah *cafe*, yang diutamakan adalah kenyamanan dan suasana yang menyenangkan (*cozy*) ketika berada di dalamnya. Di antaranya penerangan tidak harus dibuat terang tetapi lebih untuk menciptakan suasana, penggunaan warna-warna panas yang membangkitkan selera makan, pemakaian bahan yang tidak menimbulkan kesan kotor. Sirkulasi sangat penting agar tidak terlihat sempit. Sebuah *cafe* juga mempunyai beberapa persyaratan ruang yang dilihat dari segi keamanan, keselamatan, kenikmatan, dan kesehatan. Suatu hal yang prinsip pada ruang *cafe*

¹⁶Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, h. 3.

¹⁷Pasal 1 Angka 3, h. 3.

¹⁸Pasal 1 Angka 5, h. 3.

¹⁹Muhammad Akib, Charles Jackson dkk, *Hukum Penataan Ruang* (Bandarlampung: Pusat Kajian Konstitusi dan Peraturan Perundang-Undangan Fakultas Hukum Universitas Lampung, 2013), h. 33.

adalah persyaratan tentang kenikmatan manusia yang dititik beratkan pada kebutuhan ruang gerak atau individu. Kebutuhan ruang gerak bagi manusia atau individu adalah 1,4 – 1,7 m². Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam perancangan sebuah *cafe* adalah pengelompokan ruang, hirarki ruang, kebutuhan pencapaian, cahaya, dan arah pandangan. Sistem pelayanan dan suasana yang ingin ditampilkan mempengaruhi penataan *layout* dan sirkulasi.²⁰

Tata ruang *cafe* hendaknya di desain sedemikian rupa sehingga peletakan meja dan kursi dapat diatur bervariasi dan dapat dirubah susunannya sewaktu-waktu disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan yang menginginkan tempat duduk secara berkelompok dalam satu meja. Tata ruang *cafe* sebaiknya memiliki fasilitas ruangan yang memadai agar dapat memberikan dukungan pekerja melakukan aktifitasnya, sehingga akan menghasilkan mutu produk yang berkualitas serta memberikan kenyamanan dan keselamatan kerja bagi para pekerja maupun kenyamanan bagi pelanggan *cafe* untuk menikmati produk *cafe* tersebut.²¹

Menurut Pile sarana duduk merupakan sebuah bentuk perencanaan detail tentang penempatan furnitur di dalam ruang dan harus mengikuti pola perencanaan ruang tersebut. Penyusunan sarana duduk yang tidak beraturan dan tidak sesuai dengan pola perencanaan ruang dapat menyebabkan kemacetan sirkulasi dan mengganggu kenyamanan pengunjung *cafe* menurut Lawson. Penataan pola tata letak sarana duduk di *cafe* sama halnya seperti penataan tata letak ruang-ruang seperti yang

²⁰Ernst Neufert, *Data Arsitek* Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 17.

²¹Deby Wahyu Hidayat, Andreas Pandu Setiawan, “Perancangan Interior Cafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya” (Jurnal Intra; Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra Vol. 3, No. 2: Surabaya, 2015), h. 93.

diuraikan oleh D.K. Ching, sehingga terdapat beberapa pola tata letak sarana duduk *cafe* sebagai berikut:

- a. Pola terpusat. Merupakan suatu ruang sentral dan dominan yang dikelilingi oleh ruang sekunder yang dikelompokkan.
- b. Pola *linier*. Merupakan sebuah sekuen linier ruang-ruang yang berulang.
- c. Pola *cluster*. Merupakan ruang-ruang yang dikelompokkan melalui pendekatan atau pembagian suatu benda atau hubungan visual bersama.
- d. Pola *grid*. Merupakan ruang-ruang yang di organisir di dalam area sebuah *grid* struktur atau rangka kerja tiga dimensi lainnya.
- e. Pola *radial*. Merupakan suatu ruang yang menjadi sentral organisasi-organisasi linier ruang yang memanjang dengan cara *radial*.²²

2. Elemen-Elemen Tata Ruang *Cafe*

Menurut Mowen dan Minor menyebutkan elemen *atmosphere cozy* yang dapat di operasionalkan pada *cafe* yaitu terdiri dari:

a. *Layout*

Layout (tata letak) adalah elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang di bawahnya.

Prinsip dasar *layout* merupakan prinsip dasar desain grafis, antara lain yaitu:

- 1) Urutan (*sequence*), sering disebut juga dengan hierarki/flow/aliran. Gunanya untuk mengatur urutan yang mana dulu informasi yang harus dilihat pembaca, yang mana yang kedua, dan seterusnya. Ini bertujuan untuk mempermudah para konsumen maupun pelanggan dalam mengurutkan pesannya.

²²D.K. Ching Francis, *Arsitektur: Bentuk, Ruang, dan Tatanan*, h. 265.

- 2) Penekanan (*emphasis*), sering disebut juga sebagai pusat perhatian/*vocal point/point of interest*. *Emphasis* dapat diciptakan dengan berbagai cara, antara lain;
- a) Memberi ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan elemen-elemen *layout* lainnya pada halaman tersebut.
 - b) Warna yang kontras/berbeda sendiri dengan latar belakang elemen lainnya.
 - c) Letakkan diposisi yang strategis atau menarik perhatian.
 - d) Menggunakan bentuk atau *style* yang berbeda dengan sekitarnya.
- 3) Keseimbangan (*balance*), pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*. Bukan berarti seluruh bidang harus dipenuhi dengan elemen, tapi lebih pada menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat. Terdapat dua macam keseimbangan yaitu sebagai berikut;
- a) Keseimbangan yang simetris.
 - b) Keseimbangan yang tidak simetris.
- 4) Kesatuan (*unity*), supaya suatu *layout* memberi efek yang kuat bagi konsumen maupun pelanggan, ia harus mempunyai kesan *unity*. Semua elemen harus saling berkaitan dan disusun secara tepat. *Unity* tidak berarti hanya kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara fisik dan yang non-fisik yaitu pesan/komunikasi yang di bawah dalam konsep desain tersebut.

Keempat prinsip *layout* tersebut bertujuan agar elemen gambar dan teks menjadi komunikatif sehingga dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.²³ Dalam *layout* ini sudah termasuk di dalamnya lokasi atau tata letak

²³Suriyanto Rustan, S.Sn, *Layout Asar & Penerapannya*, Edisi IV (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75-86.

posisi sarana duduk. Yang di mana dalam bisnis *cafe* ini merupakan hal yang perlu diperhatikan dikarenakan hal yang sangat penting untuk menarik minat konsumen maupun pelanggan.

b. Suara atau Musik

Suara merupakan keseluruhan musik yang dihadirkan, kehadiran musik bagi usaha *cafe* sangat penting karena dapat memberikan peningkatan kualitas pelayanan dalam menyajikan pengalaman belanja atau menikmati produk yang menyenangkan bagi para konsumen maupun pelanggan, sehingga mampu mempengaruhi emosi konsumen maupun pelanggan untuk melakukan pembelian dan merasa nyaman.

c. Bau atau kotor

Banyak keputusan pembelian yang didasarkan pada emosi, dan bau memiliki dampak besar pada emosi konsumen. Bau lebih dari indera lainnya sebagai penentu perasaan gembira, kelaparan, enggan untuk mengkonsumsi, dan nostalgia.

d. *Tekstur*

Tekstur adalah unsur rupa yang menunjukkan rasa permukaan bahan, yang sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa, sebagai usaha untuk memberikan rasa tertentu pada permukaan bidang, pada perwajahan bentuk, pada karya seni rupa secara nyata atau semu. Dengan pengolahan *tekstur* atau bahan yang baik, maka tata ruang luarnya akan menghasilkan kesan dan kualitas ruang yang lebih menarik dan mampu mempengaruhi konsumen maupun pelanggan untuk berkunjung dan melakukan pembelian.

e. Desain Bangunan

Desain selalu dikaitkan dengan seni atau keindahan, di mana *eksterior* adalah cermin awal dari pengunjung ketika berada di dalam suatu *cafe*. Desain memiliki

peran yang sangat penting untuk menimbulkan kesan nyaman, baik untuk pelanggan maupun konsumen ketika berada di *cafe* dan dapat beraktivitas sesuai yang diinginkan konsumen maupun pelanggan.

f. Warna

Warna merupakan salah satu elemen desain yang berperan penting dalam menyampaikan pesan dalam media visual. Warna dapat memberi efek psikologis, emosional, dan perseptual dari orang yang melihatnya. Warna secara efektif dapat menyampaikan pesan/ide/gagasan tanpa menggunakan tulisan. Bagi *desainer*, warna adalah sarana komunikasi non verbal dan memiliki simbol/arti lebih dari sekedar tinta.²⁴

g. *Lighting* atau pencahayaan

Lighting merupakan hal yang sangat terpenting dalam sebuah *cafe*. Dikarenakan *lighting* melayani empat tujuan dasar yaitu membantu mengatur suasana *cafe*, membuat makanan dan konsumen maupun pelanggan terlihat baik dan menarik. Empat faktor yang harus dipertimbangkan ketika akan memilih jenis *lighting* yang akan dipakai di *cafe*:

1) *Time*

Tingkat pencahayaan harus memilih sesuai dengan jumlah waktu konsumen maupun pelanggan harus menikmati makanan. Tingkat pencahayaan rendah berarti bahwa konsumen maupun pelanggan harus memakan waktu lebih lama untuk membaca menu. Hal ini juga mendorong mereka untuk berlama-lama makan. Tingginya kadar bantuan pencahayaan memberikan suasana yang mendorong orang

²⁴John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Edisi V (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 140.

untuk cepat pergi. Pencahayaan rendah memungkinkan keintiman yang lebih besar antara pasangan, sehingga meningkatkan kapasitas tempat duduk.

2) *Size*

Seperti warna, hati-hati memilih sistem pencahayaan dapat mempengaruhi persepsi konsumen maupun pelanggan dari fasilitas fisik. Lampu terang akan memberikan kesan kecepatan, sehingga meningkatkan omset.

3) *Contrast*

Ini adalah cara memandang antara detail dari objek dan latar belakang. Kegunaannya dapat dibuat menjadi *direct*, *indirect*, atau *spot lighting*. *Direct lighting* menimbulkan kesan lebih kuat, *indirect lighting* menimbulkan kesan lebih lembut, dan *spot lighting* dapat digunakan untuk memusatkan perhatian pada fitur tertentu atau objek.

4) *Brightness*

Dua jenis sistem pencahayaan-lampu pijar dan lampu uap merkuri. Uap merkuri menghasilkan sampai 4 ½ kali cahaya dan memiliki 9-10 kali kehidupan lampu pijar standar tetapi memiliki daya tarik estetika yang lebih rendah. Lampu pijar lebih mudah untuk dikontrol. Selain makanan terlihat terbaik dan lebih alami di bawah sistem ini pencahayaan.²⁵

Terdapat pula beberapa faktor kenyamanan yang dapat membuat para konsumen maupun pengunjung ketika berada di *cafe* merasa nyaman yaitu, di antaranya:

²⁵Costas Katsigris dan Chris Thomas, *Design and Equipment for Restaurants and Foodservice A Management View*, Edisi III (Canada: John Wiley & Sons, INC, 2009), h. 206.

- a. Lokasi atau letak sarana duduk. Lokasi atau letak sarana duduk yang baik adalah yang memiliki penghawaan dan sirkulasi yang baik.
- b. *View* atau pemandangan letak sarana duduk yang dekat dengan jendela atau akses langsung melihat pemandangan ke luar menjadi salah satu preferensi pengunjung dalam memilih sarana duduk.
- c. Privasi Setiap pengunjung yang datang ke *cafe* memiliki tujuan dan privasi masing-masing sesuai dengan aktivitas yang di lakukan.²⁶

Elemen-elemen *atmosphere cozy* yang sudah dijelaskan di atas, itu merupakan salah satu cara dalam menarik minat konsumen dikarenakan konsumen maupun pelanggan itu sangatlah senang dengan suasana ruang yang menyenangkan dan nyaman (*cozy*) apabila ketika mereka berkumpul dengan kerabat maupun keluarganya.

2.2.3 Teori Manajemen Syariah

Manajemen dalam bahasa Arab disebut dengan '*idarah*'. '*Idarah*' diambil dari perkataan *adartasy-syai'a* atau perkataan '*adarta bihi*' juga dapat didasarkan pada kata *ad-dauran*. Pengamat bahasa menilai pengambilan yang kedua yaitu: '*adarta bihi*' itu lebih tepat. Oleh karena itu, dalam *Elias Modern Dictionary English Arabic* kata manajemen sepadan dengan kata *tadbir*, '*idarah*, *siya>sah*, dan *qiyadah*' dalam bahasa Arab. Dalam al-Qur'an dari kata-kata tersebut hanya ditemui *tadbir*. *Tadbir* adalah bentuk *masdar* dari kata kerja *dabbara*, *yudabbiru*, *tadbiran*. *Tadbir* berarti penerbitan, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan.²⁷

²⁶Alifia Wida Izzati, Yuni Maharani, Dudy Wiyancoko, "*Relasi Desain dan Tata Letak Sarana Duduk Terhadap Kenyamanan Pengunjung Kafe*", h. 61.

²⁷Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN, 2005), h. 177.

Secara istilah, sebagai pengamat mengartikannya sebagai alat untuk merealisasikan tujuan umum. Oleh karena itu mereka mengatakan bahwa *'idarah* (manajemen) itu adalah suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek. Tujuannya adalah agar hasil-hasil yang ditargetkan dapat tercapai dalam cara yang efektif dan efisien.²⁸

Syariah berasal dari bahasa Arab, *syara'*, *syir'ah*, dan *syari'ah*, dalam al-Qur'an tidak memiliki arti hukum, tetapi mengandung arti tata aturan agama, jalan terang, dan nyata yang ditunjukkan Tuhan bagi manusia.²⁹ Syariah juga berarti perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan.³⁰

Disimpulkan bahwa manajemen syariah adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah swt., Oleh sebab itu, maka segala sesuatu langkah yang diambil dalam menjalankan manajemen tersebut harus berdasarkan aturan-aturan Allah swt., yang di mana perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan.³¹

Manajemen dalam pandangan Islam pula mengandung pengertian segala sesuatu harus dilakukan secara baik, teratur, tertib, rapi, dan benar. Tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Apa yang diatur dalam Islam ini telah menjadi indikator pelaksanaan manajemen yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis Rasulullah saw.

²⁸Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, h. 178.

²⁹A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Cet. 1; Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), h. 22.

³⁰Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah: Dalam Praktik*, h. 5.

³¹Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 13.

Hal ini yang dapat dijadikan acuan pekerjaan manajemen dalam al-Qur'an yaitu dalam Q.S. Ash-Shaff/28: 4 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنِينَ مَرَّضُونَ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.³²

Dan di dalam hadis Nabi Muhammad saw., di sebutkan;

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ الْعَمَلَ أَنْ يُتَّقَنَهُ { رواه الطبر ان }

Artinya:

Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (baik, teratur, tertib, rapi, benar, jelas dan tuntas). (HR. Thabrani).³³

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa peran syariat Islam adalah pada cara pandang dalam implementasi manajemen. Di mana standar yang diambil dalam setiap fungsi manajemen terkait dengan hukum-hukum syara'. Terdapat tiga item penting konsep manajemen syariah yaitu perilaku, struktur organisasi, dan sistem.

1. Fungsi Manajemen Syariah

Fungsi manajemen syariah yaitu:

a. Perencanaan (*takht*)

Perencanaan adalah keseluruhan proses dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan dimasa akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Dalam perencanaan terlebih yang harus diperhatikan adalah apa yang harus dilakukan dan siapa yang akan melakukannya. Jadi, perencanaan di

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Surabaya: Karya Agung, 2006), h. 805.

³³Sulaiman ibn Ahmad ibn Ayyub ibn Muthir AL-Hamiyyu Al-syami, Abu Goira Al-thabrani, *Mujam Al-Awsat* (Al-Gahira, Dar-Haramain), Juz 1, h. 275.

sini berarti memilih sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Di dalam suatu perencanaan, kita juga harus memperhatikan perencanaan di bidang SDM, perencanaan di bidang keuangan, perencanaan di bidang produksi, dan perencanaan di bidang pemasaran. Yang di mana tidak diperbolehkan melanggar syariat Islam. Hal ini diterangkan dalam Q.S. Al-Hasyr/28: 18 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَّاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿١٨﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.³⁴

b. Pengorganisasian (*tanzim*)

Wujud dari pelaksanaan organisasi ini adalah tampaknya kesatuan yang utuh, kekompakan, kesetiakawanan dan terciptanya mekanisme yang sehat, sehingga kegiatan lancar, stabil dan mudah mencapai tujuan yang ditetapkan. Proses organisasi yang menekankan pentingnya tindakan kesatuan yang utuh, murni dan bulat dalam suatu organisasi. Firman Allah dalam Q.S. Al-Anfaal/8: 46 yang berbunyi:

وَأَطِيعُوا اللّٰهَ وَرَسُوْلَهُ وَلَا تَنَزَعُوْا فَعْفَشَلُوْا وَتَذٰهَبَ رٰحٰتُكُمْ وَاَصْبِرُوْا ۗ اِنَّ اللّٰهَ مَعَ الصّٰبِرِيْنَ ﴿٤٦﴾

Terjemahnya:

dan taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berbantah-bantahan, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan hilang kekuatanmu dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.³⁵

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 799.

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 247.

c. Penggerakan (*tawji>h*)

Fungsi penggerakan merupakan bagian dari proses kelompok atau organisasi yang tidak dapat dipisahkan. Adapun istilah yang dapat dikelompokkan kedalam fungsi ini adalah *directing commanding, leading dan coordinating*. Karena tindakan penggerak sebagaimana tersebut di atas, maka proses ini juga memberi *motivating* untuk memberikan penggerakan dan kesadaran terhadap dasar dari pada pekerjaan yang mereka lakukan, yaitu menuju tujuan yang telah ditetapkan, disertai dengan memberi motivasi-motivasi baru, bimbingan atau pengarahan, sehingga mereka bisa menyadari dan timbul kemauan untuk bekerja dengan tekun dan baik.

Al-Qur'an dalam hal ini memberikan pedoman dasar terhadap proses pembimbing, pengarahan ataupun memberikan peringatan dalam bentuk penggerakan. Allah berfirman dalam Q.S. al-Kahf/18: 2 yang berbunyi:

قِيَمًا لِّيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِّن لَّدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا ﴿٢﴾

Terjemahnya:

Sebagai bimbingan yang lurus, untuk memperingatkan siksaan yang sangat pedih dari sisi Allah dan memberi berita gembira kepada orang-orang yang beriman, yang mengerjakan amal saleh, bahwa mereka akan mendapat pembalasan yang baik.³⁶

d. Pengawasan (*ar-riqabah*)

Pengawasan itu penting sebab merupakan jembatan terakhir dalam rantai fungsional kegiatan-kegiatan manajemen. Pengendalian merupakan salah satu cara para manajer atau pemilik *cafe* untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau *cafe* itu tercapai atau tidak dan mengapa tercapai atau tidak tercapai. Selain itu pengawasan adalah sebagai konsep pengendalian, pemantau efektifitas dari

³⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 401.

perencanaan, pengorganisasian dan kepemimpinan serta pengambilan perbaikan pada saat dibutuhkan.

Ar-riqabah atau pengawasan juga tidak terlepas dari mengetahui kejadian-kejadian yang sebenarnya dengan ketentuan dan ketetapan peraturan, serta menunjuk secara tepat terhadap dasar-dasar yang telah ditetapkan dalam perencanaan semula. Untuk mencegah penyelewengan, penyalahgunaan wewenang dan semua bentuk kebocoran.³⁷ Adapun ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan pengawasan yaitu dalam Q.S. al-Infithaar/82: 10-11 yang berbunyi:

وَإِنَّ عَلَيْكُمْ لَحَافِظِينَ كَرَامًا كَاتِبِينَ

Terjemahnya:

“Padahal Sesungguhnya bagi kamu ada (malaikat-malaikat) yang mengawasi (pekerjaanmu), yang mulia (di sisi Allah) dan mencatat (pekerjaan-pekerjaanmu itu).”³⁸

2.3 Tinjauan Konseptual

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memberikan pengertian, maka peneliti memberikan penjelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah dipahami, yaitu sebagai berikut:

2.3.1 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia implementasi adalah tindakan pelaksanaan atau pemanfaatan keterampilan pengetahuan baru terhadap sesuatu bidang untuk suatu kegunaan ataupun tujuan khusus.³⁹

³⁷Didin Hafiuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktik*, h. 48

³⁸Departemen Agama RI Al-Hikmah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 876.

³⁹Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Ed. IV, h. 1448.

- 2.3.2 *Cozy* menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berarti menyenangkan, senang, enak atau suasana ruang yang menyenangkan dan nyaman. Tata ruang adalah wujud struktur ruang dan pola ruang.⁴⁰
- 2.3.3 *Cafe* merupakan bisnis di bidang kuliner yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman yang identik dengan suasana tempat yang nyaman, tersedianya fasilitas *wi-fi* dan *live music*.
- 2.3.4 Minat yaitu ketertarikan konsumen pada produk/jasa yang di tawarkan.
- 2.3.5 Konsumen menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu (1) pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), (2) penerima pesan iklan, dan (3) pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya). Sedangkan pengertian konsumen terdapat dalam pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁴¹
- 2.3.6 Manajemen syariah dapat diartikan sebagai serangkaian sistem terkait seni maupun proses yang tujuannya mempermudah dalam pencapaian tujuan dengan prinsip efektif dan efisien dan juga harus sesuai dengan aturan syariat Islam, yakni al-Qur’an, hadis dan ijma, qiyas dan sumber ajaran lainnya. Dan manajemen syariah pula merupakan suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil

⁴⁰*Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang*, h. 3.

⁴¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 4.

optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah swt., yang harus dilakukan secara baik, teratur, tertib, rapi dan benar.⁴²

2.4 Kerangka Pikir

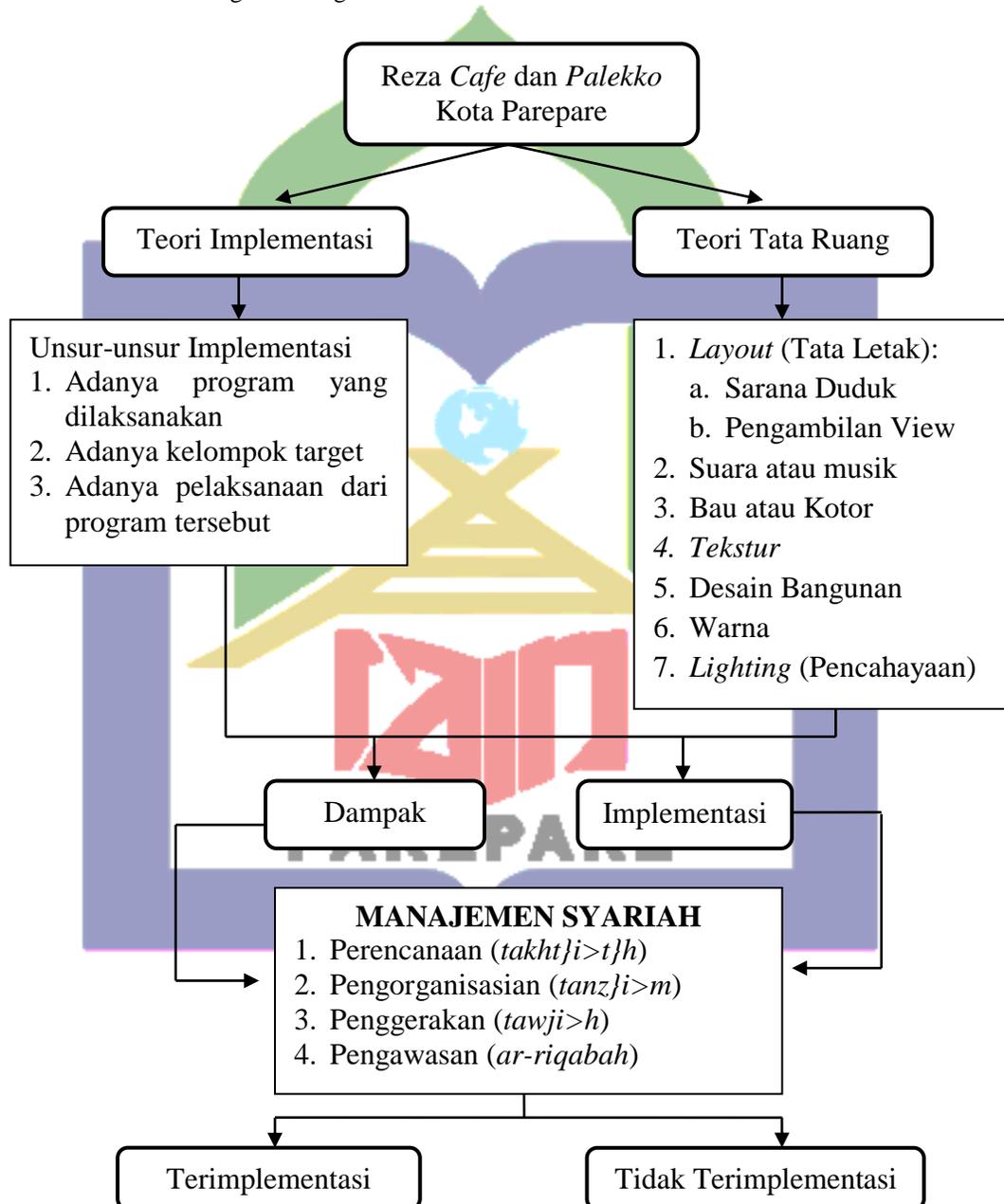
Reza *Cafe* dan *Palekko* merupakan salah satu *cafe* di kota Parepare yang terbilang baru dan yang di mana berdiri pada tahun 2017 tepatnya pada tanggal 20/12/2017 terletak di jalan Jenderal Sudirman, Tiro Sompe, Bacukiki Barat, Sulawesi Selatan, Kode Pos: 91125. Pada saat ini sangatlah diminati oleh para konsumen. Konsumen yang berkunjung tidak hanya masyarakat yang ada di kota Parepare melainkan dari berbagai luar daerah. Dikarenakan Reza *Cafe* dan *Palekko* ini memiliki tempat yang sangat strategis dan memiliki makanan khas tradisional Bugis.

Gambar 1.1 menjelaskan mengenai kerangka pikir calon peneliti yang membahas tentang implementasi model *cozy* pada Reza *Cafe* dan *Palekko*. Penelitian ini terfokus kepada model *cozy* pada Reza *Cafe* dan *Palekko* yang ditinjau melalui dua teori. Pertama, teori implementasi dalam teori ini dapat dilihat bagaimana unsur-unsur implementasi di dalamnya. Kedua, teori tata ruang dalam teori ini dapat dilihat bagaimana *layout* (tata letak) sarana duduk dan pengambilan *view*, suara atau musiknya, bau atau kotor, *tekstur*, desain bangunan, warna dan *lighting* (pencahayaan). Kemudian dari beberapa teori tersebut menjadi acuan untuk mengetahui bagaimana implementasi dan dampak dari penerapan model *cozy* pada Reza *Cafe* dan *Palekko* tersebut yang akan dianalisis melalui manajemen syariah yaitu dilihat dari perencanaan (*takhtji>t}h*), pengorganisasian (*tanzji>m*),

⁴²Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, h. 13.

penggerakan (*tawji>h*) dan pengawasan (*ar-riqabah*). Setelah dianalisis maka dapat dilihat apakah terimplementasi atau tidak terimplementasi model *cozy* tersebut dengan manajemen syariah.

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek penelitian yang diteliti yaitu pemilik *cafe*, karyawan dan konsumen. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif. Istilah penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain. Contohnya, dapat berupa penelitian tentang kehidupan, riwayat, dan perilaku seseorang, peranan organisasi, gerakan sosial, atau hubungan timbal balik.⁴³

Penelitian ini meneliti tentang “implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen (analisis manajemen syariah)”. Di samping itu tidak terlepas dengan mengadakan penelitian kepustakaan dengan melakukan penelitian melalui buku-buku yang relevan dengan masalah yang diangkat.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Dalam rangka mempertanggung jawabkan data yang diperoleh, penetapan lokasi sangat penting untuk melaksanakan penelitian ini. Lokasi penelitian dilakukan di *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare.

⁴³Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 21.

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih 2 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian untuk mengungkapkan garis besar dari penelitian yang dilakukan dalam studi ini dengan pemusatan konsentrasi terhadap masalah yang akan diteliti. Adapun penelitian ini berfokus pada implementasi model *cozy* pada Reza Cafe dan Palekko kota Parepare, di mana penelitian ini hanya mengarah pada tata ruang yang menyenangkan dan nyaman (*cozy*) dalam menarik minat konsumen yang dilakukan oleh Reza Cafe dan Palekko kota Parepare yang kemudian dianalisis melalui manajemen syariah.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data adalah bentuk-bentuk ungkapan, kata-kata, angka, simbol, dan apa saja yang memberikan makna, yang memerlukan proses lebih lanjut. Oleh sebab itu, perlu disampaikan wujud data apa yang akan diperlukan.⁴⁴ Data yang digunakan adalah data yang meliputi bahan-bahan yang bersifat primer dan sekunder.

3.4.1 Bahan-bahan yang bersifat primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (narasumber).⁴⁵ Teknik yang digunakan dalam menentukan narasumber yaitu menentukan jumlah narasumber yang akan diwawancarai untuk memperoleh

⁴⁴Nur Asnawi dan Mansyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Malang, 2009), h.15.

⁴⁵Bagong, Suryanto, *Metode Penelitian Sosial*, Ed 1 (Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

informasi. Narasumber tersebut terdiri dari produsen dan konsumen. Adapun data tersebut diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu pemilik *Reza Cafe* dan *Palekko* yang memiliki kewenangan dan mempunyai keterangan yang valid, beberapa karyawan yang bekerja di *Reza Cafe* dan *Palekko* dan beberapa konsumen yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko*.

3.4.2 Bahan-bahan yang bersifat sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undangan, jurnal dalam bentuk pdf dan lain-lain yang dapat membantu memudahkan dalam hal penelitian.⁴⁶ Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain). Adapun yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini, diantaranya yaitu buku-buku yang terkait teori tata ruang dan manajemen syariah, laporan skripsi, jurnal dalam bentuk pdf dan berbagai penelitian lainnya yang terkait dengan masalah tata ruang dan manajemen syariah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu langkah yang paling utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti

⁴⁶Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106.

tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁷ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, antara lain:

3.5.1 Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observasion* (observasi berperan serta) dan *non participant observation* (observasi tidak berperan serta).

Participant observasion, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sedangkan *non participant observation* peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati maka dalam *observase non participant* peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁴⁸

Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh peneliti melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan wawancara atau juga menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut.⁴⁹ Dalam hal ini, observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, yaitu penelitian dilakukan melalui pengamatan secara langsung terkait dengan masalah model *cozy* di *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan 14* (Bandung: alfabeta, 2012), h. 308.

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan 14*, h. 204.

⁴⁹Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 203.

dalam menarik minat konsumen (analisis manajemen syariah). Observasi dilakukan sebanyak 7 kali di lokasi penelitian.

3.5.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam dan jumlah informannya sedikit.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Peneliti mengadakan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan sebara lisan antara informan dengan peneliti selaku pewawancara dengan cara tatap muka (*face to face*) mengenai masalah model *cozy* di Reza Cafe dan Palekko kota Parepare dalam menarik minat konsumen (analisis manajemen syariah).

Dalam studi ini dilakukan wawancara dengan 12 informan, di antaranya terdiri dari 1 orang pemilik atau *managernya*, 4 orang karyawan dan 7 orang konsumen yang datang ke Reza Cafe dan Palekko kota Parepare.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga

akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁵⁰ Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini. Adapun alat yang digunakan dalam dokumentasi nanti yaitu dengan menggunakan *Hp Android* sebagai alat untuk berfoto dan merekam percakapan antara informan dengan peneliti. Adapun, dokumentasinya yaitu foto posisi suasana tata ruang, foto dengan *manager*, karyawan dan konsumen yang datang di *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh adalah teknik *triangulasi*. Teknik *triangulasi* yaitu bagaimana menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan analisis data sekaligus dalam sebuah penelitian, termasuk menggunakan informan sebagai alat uji keabsahan dan analisis hasil penelitian. Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh peneliti melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan wawancara atau menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut.⁵¹

3.6.1 Reduksi Data (*data reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Makin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-

⁵⁰Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 158.

⁵¹Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 203.

hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Tujuannya agar memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3.6.2 Penyajian Data (*data display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, *network* (jejaring kerja), dan *chart*.

3.6.3 Kesimpulan/Verifikasi (*conclusion/verification*)

Langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.⁵²

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan 5* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 345.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Reza Cafe dan Palekko

Usaha bisnis Reza Cafe dan Palekko didirikan oleh Bapak Idham Mase yang merupakan salah satu anggota DPRD Sidrap. Bapak Idham Mase mendirikan Reza Cafe dan Palekko ini dikarenakan dengan terinspirasi dengan salah satu makanan olahan khas Bugis yaitu *palekko*. Dengan berbagai pertimbangan dan diskusi keluarga, beliau mengambil kesepakatan bahwa bagaimana kalau kita membangun suatu usaha di bidang kuliner di kota Parepare dikarenakan dengan melihat peluang yang sangat besar dengan potensi masyarakatnya yang memang sangat tertarik di bidang usaha kuliner, khususnya di bidang kuliner *cafe* dan resto.

Kebanyakan para *owner cafe* itu membuka suatu *cafe* hanya berfokus kepada *coffee* atau makanan menu kos-kosan yang lainnya, yang biasa disebut dengan cemilan contohnya ubi goreng, kentang goreng, pisang coklat dan lain sebagainya. Namun, berbicara mengenai konsep Reza Cafe dan Palekko itu sendiri, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza Cafe dan Palekko:

“Reza Cafe dan Palekko ini memiliki suatu konsep yang unik yaitu *coffee* dan *palekko*, awalnya kami mengambil konsep ini dikarenakan kami tertarik dengan salah satu olahan makanan khas Bugis yaitu *palekko* dan kami juga melihat potensi nongkrong di kota Parepare yang sangat besar. Kemudian kami menggabungkan atau mengkolaborasikan antara minuman *modern* yaitu *coffee* dan makanan tradisional khas Bugis yaitu *palekko*, sehingga orang yang datang ke sini bukan hanya menikmati makanan *palekko*nya saja akan tetapi orang juga dapat menikmati minuman *coffee*, kemudian kami juga terinspirasi

dengan berbagai tempat makanan yang menyediakan makanan khas Bugis yaitu palekko”.⁵³

Opening (pembukaan) *Reza Cafe* dan *Palekko* ini pada tahun 2017, tepatnya pada tanggal 20 Desember 2017. Ketika itu, manajemen *Reza Cafe* dan *Palekko* menghadirkan personil Padi Band yang terdiri: Fadly (vokal), Piyu dan Ari (gitar), Rindra (bas), dan Yoyo (*drum*). *Reza Cafe* dan *Palekko* ini terletak di Jl. Jendral Sudirman, Tiro Sompe, Bacukiki Barat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

4.1.2 Visi dan Misi *Reza Cafe* dan *Palekko*

Reza Cafe dan *Palekko* mempunyai target dalam pencapaian bisnisnya yakni dengan adanya visi yang menjadi tujuan akhir serta misi-misi yang dilakukan untuk mendapatkan tujuan tersebut. Secara khusus *Reza Cafe* dan *Palekko* tidak terlalu baku dalam menuliskan visi dan misinya hal tersebut sebagai dokumentasi perusahaan tapi yang pasti berdasarkan wawancara dengan pemilik. Namun, dikarenakan pemiliknya saat ini sangatlah sibuk jadi, penulis mengalihkan dengan mewawancarai *manager Reza Cafe* dan *Palekko*. Visi *Reza Cafe* dan *Palekko* yakni menjadi unit wisata yang terbaik di level Parepare. Adapun, upaya yang saat ini dilakukan yakni dengan senantiasa memberikan kepuasan kepada konsumen maupun pelanggan dalam setiap pelayanannya, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Visi *Reza Cafe* dan *Palekko* adalah ingin lebih mengembangkan lagi usaha palekko agar dikenal dikalangan masyarakat, baik dari dalam kota maupun di luar kota dan memberikan pelayanan yang baik kepada *customer* (pelanggan) yaitu dilihat dari cara berkomunikasinya dan kualitas produk yang disajikan.

⁵³Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

Adapun, misinya adalah menjadi Reza *Cafe* dan *Palekko* yang lebih baik lagi serta pelayanan yang lebih baik lagi”.⁵⁴

Menurut pemahaman karyawan itu sendiri mengenai visi dan misi Reza *Cafe* dan *Palekko* yaitu berikut pendapatnya:

“Visi Reza *Cafe* dan *Palekko* adalah untuk memperkenalkan lagi masakan-masakan khas Bugis yaitu *palekko* agar kiranya masyarakat luar daerah maupun luar kota dapat mengenal masakan khas Bugis. Adapun, misi adalah senantiasa memberikan pelayanan yang baik dengan berbicara yang sopan dan senyum kepada konsumen”.⁵⁵

“Visi Reza *Cafe* dan *Palekko* adalah untuk menyenangkan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Adapun, misinya adalah menjadikan Reza *Cafe* dan *Palekko* lebih baik lagi dan pelayanan yang lebih baik lagi”.⁵⁶

“Visi Reza *Cafe* dan *Palekko* adalah lebih bekerja keras lagi untuk lebih baik kedepannya agar kiranya para konsumen bisa merasa nyaman ketika berkunjung dengan cara memberikan pelayanan yang baik. Adapun, misinya adalah untuk lebih meningkatkan lagi agar kiranya Reza *Cafe* dan *Palekko* ini lebih dikenal lagi dikalangan masyarakat, baik dari dalam kota maupun luar kota”.⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh penulis, dalam hal ini visinya yakni ingin lebih mengembangkan lagi usaha *palekko* agar dikenal dikalangan masyarakat, baik dari dalam kota maupun di luar kota dan memberikan pelayanan yang baik kepada *customer* (pelanggan) yaitu dilihat dari cara berkomunikasinya dan kualitas produk yang disajikan. Sedangkan misinya yaitu menjadikan Reza *Cafe* dan *Palekko* lebih baik lagi dan memberikan pelayanan yang lebih baik dengan berbicara yang sopan, tersenyum, dan mendengarkan keluhan para pelanggan.

⁵⁴Adamda Ruslan, *Manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

⁵⁵Hamzah Hatta, Karyawan Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 26 Juni 2019.

⁵⁶Kenwik Willyam L, Karyawan Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 28 Juni 2019.

⁵⁷Nasruddin, Karyawan Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 05 Juli 2019.

4.2 Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis bahwa *Reza cafe* dan *palekko* ini memiliki beberapa fasilitas yaitu di antaranya:

- 4.2.1 Gazebo
- 4.2.2 Mushollah
- 4.2.3 *Live music*
- 4.2.4 *Wi-fi*
- 4.2.5 Kursi dan meja sebagian berbahan kayu dan sebagian berbahan besi
- 4.2.6 Televisi layar datar dan terdapat 1 kipas angin yang terletak didekat kasir
- 4.2.7 Toilet
- 4.2.8 Area parkir
- 4.2.9 Lapangan tennis
- 4.2.10 Alat atau tempat cuci tangan diantara gazebo satu dan gazebo lainnya.

Selain fasilitas yang cukup terbilang lengkap, *Reza Cafe* dan *Palekko* ini juga menjual *view* atau pemandangan yang keren dikarenakan kita dapat melihat pemandangan pusat kota Parepare dari atas bukit dan dapat leluasa melihat laut dan keindahan *sunset* saat sore hari. Oleh karenanya, *Reza Cafe* dan *Palekko* selalu saja ramai menjelang sore hari hingga malam hari dan pada saat siang hari kebanyakan yang berkunjung itu para pegawai dan yang sudah berkeluarga, serta terkadang pula mahasiswa dikarenakan mereka ke sana untuk makan siang dan menikmati *palekko* yaitu makanan khas Bugis. Kemudian mengenai pengunjung itu sendiri, bukan hanya masyarakat kota Parepare saja yang berkunjung melainkan kebanyakan masyarakat luar daerah maupun luar kota yang berkunjung dikarenakan ingin merasakan masakan khas Bugis dan menikmati indahnya pemandangan kota Parepare itu sendiri.

Reza *Cafe* dan *Palekko* merupakan salah satu *cafe* yang sangat diminati sampai detik ini dikarenakan memiliki konsep yang unik yaitu *coffee* dan *palekko*. *Cafe* ini, juga memiliki suasana ruang yang nyaman (*cozy*), seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*:

“Mengenai bentuk model *cozinya* sih setelah melakukan *survei* dari beberapa tempat ada beberapa konsep *cafe* modelnya *monoton* artinya kalau nggak *outdoor* yah *indoor* sama sekali, jadi kita mengambil konsep *semi outdoor* dan *semi indoor* dan mengapa kita mengambil *semi indoor* karena kita tahu bahwa di Reza *Cafe* itu atau masyarakatnya itu bukan hanya satu dan setiap masyarakat itu memiliki karakter atau selera yang berbeda makanya kita mengambil yang netral artinya siapapun yang bisa masuk di dalam artinya begini kalau kita mengambil konsep *semi outdoor* atau *semi indoor* begitu mau yang merokok dan yang tidak merokok bisa saja bergabung di dalam tanpa harus khawatir bahwa kita berada dalam suatu ruangan yang memang artinya kedap udara tapi di sini kita terbuka jadi angin-angin yang dari arah manapun bisa masuk kedalam tanpa harus kita harus menggunakan penyejuk buatan seperti AC dan kita menggunakan betul-betul dari alam makanya kenapa kita di sini menerapkan sistem tanaman hijau”.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh bahwa bentuk model *cozy* yang ada di Reza *Cafe* dan *Palekko* menggunakan konsep *semi outdoor* dan *semi indoor* dikarenakan *cafe* ini lebih memerhatikan berbagai karakter dari *customer* (konsumen) yang datang sehingga konsumen tidak perlu mengkhawatirkan bahwa baik yang merokok maupun tidak, bisa saja bergabung di dalam tanpa harus khawatir bau dan asapnya karena *cafe* ini betul-betul kedap udara jadi, angin-angin yang dari arah manapun bisa masuk kedalam tanpa menggunakan penyejuk buatan seperti AC. Terdapat beberapa aspek pula mengenai bentuk model *cozy* yang penulis teliti di Reza *Cafe* dan *Palekko* yaitu:

⁵⁸Adamda Ruslan, *Manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

4.2.1 *Layout* (tata letak)

Layout (tata letak) yaitu elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang di bawahnya. Di mana *layout* di sini terdiri dari:

1. Sarana Duduk

Hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, sarana duduk yang terdapat di Reza *cafe* dan palekko yaitu kursi dan meja yang digunakannya pun bervariasi. Mulai dari kursi dan meja *cafe* dari kayu panjang yang menyatu, kursi dan meja *cafe* dari aluminium yang berpenampilan klasik yang ringan dan sebagian dari besi serta menyediakan gazebo untuk pelanggan yang berkeluarga.

Bagian luar dan samping *cafe* ini terdapat 4 gazebo yang lebih difokuskan untuk pelanggan yang sudah berkeluarga, bagian dalamnya terdapat kursi dan meja yang terbuat dari ukiran kayu dan terdapat pula sebagian memiliki kursi dan meja bar yang kakinya terbuat dari besi, kemudian yang bagian belakang menggunakan kursi dan meja model bar yang kakinya terbuat dari besi. Serta terdapat tambahan kursi plastik ketika di malam hari untuk bagian belakang *cafe*, hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*:

“Hampir semua mejanya itu terbuat dari kayu dan paling ada yang tiangnya besi atau kakinya besi yah memang awal konsepnya kita buka di sini mejanya tidak langsung begini, ada yang pakai plastik tapi sering berjalannya waktu kita melihat konsep kita kayanya tidak sesuai makanya kita sering mempelajari kondisi jadi semua diganti menggunakan kayu jadi memang *settingan tabel* yang di dalam itu cuman ada beberapa yang bisa betul-betul diatur artinya bisa digabungkan dan ada juga sama sekali tidak bisa digabungkan mejanya yang di dalam itu ada untuk yang 2 orang bisa, ada yang 3 orang, ada yang 4 orang dan ada yang 10 orang jadi memang konsep kita di sini adalah resto jadi untuk peruntukan mejanya di sini untuk minimal

2 orang dan kita juga betul-betul memperhatikan penataan mejanya yang paling utama”.⁵⁹

Bagian bawahnya itu kursi dan mejanya belum diatur sedemikian rupa, hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza Cafe dan Palekko:

“Untuk saat ini kita ada perencanaan untuk membuat *playground* khususnya anak-anak jadi di sinikan kita tempatnya untuk yang berkeluarga jadi jika ada *customer* yang datang ke sini khususnya yang berkeluarga dan membawa anak-anaknya di sini kita sudah ada perencanaan yang di bawah sana untuk membuat *playground* agar kiranya anak-anak bukan cuman datang untuk duduk-duduk saja atau berlarian ke sana kemari jadi kita menyediakan sarana permainan dan ini adalah salah satu bentuk pelayanan kepada *customer* agar tidak merasa bosan dan bisa merasa nyaman”.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh penulis yaitu dapat diketahui bahwa alasan mengapa *cafe* ini tidak mengatur dengan baik kursi dan meja yang bagian lantai bawah dikarenakan dilantai bawah ingin dibuatkan *playground* untuk yang berkeluarga dan membawa anaknya agar kiranya anak tersebut bukan cuman datang duduk saja dan berlarian ke sana kemari namun, ia juga dapat bermain ketika berada di Reza Cafe dan Palekko. Sehingga orang tuanya tidak perlu khawatir lagi terhadap anaknya dan bisa dengan tenang menikmati produk yang ditawarkan dan dapat merasa nyaman ketika berada di Reza Cafe dan Palekko.

2. Pengambilan View

Pengambilan *view* maksudnya di sini yaitu masih dalam proses pemilihan *view* baik itu dalam bentuk gambar atau desain maupun pemandangan yang digunakan untuk menempatkannya di tempat yang bagus dan nyaman serta menyenangkan ketika kelak konsumen maupun pengunjung dapat merasakan kenyamanan berada di dalam *cafe* dan penempatan *view* ini bukan hanya di dalam

⁵⁹Adamda Ruslan, *Manager* Reza Cafe dan Palekko kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

⁶⁰Adamda Ruslan, *Manager* Reza Cafe dan Palekko kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

saja melainkan bisa pula di luar *cafe*. Olehnya itu, begitu pentingnya adanya pengambilan *view* ini dalam suatu usaha *cafe*. Pengambilan *view* ini sangatlah berkaitan dengan tata ruang dikarenakan apabila pengambilan *view* ini bagus dan sesuai maka akan mendapatkan atau memperoleh suasana ruang yang menyenangkan dan nyaman. Dan salah satu *cafe* yang ada di kota Parepare yang memiliki penempatan *view* yang ideal yaitu *Reza Cafe* dan *Palekko*. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Mungkin kalau dari depan orang sudah bisa melihat tampak bahwa di sana ada *view*, itulah kenapa kita mengambil konsep kaca bening khususnya di dalam jadi *view* yang ada di belakang bukan cuman orang-orang yang memang duduk di belakang tapi khusus untuk orang yang di dalam juga artinya begini orang-orang yang duduk di dalam itu secara ini mereka kalau dalam keadaan panas begini mereka tidak perlu kebelakang untuk duduk, cukup duduk di dalam mereka sudah dapat melihat pemandangan *view* tetapi untuk *view* yang lebih cantik lagi, kenapa kita ada yang namanya *outdoor* atau *semi outdoor* dikarenakan kita memanfaatkan alam dan Parepare kan didukung dengan *view* yang cantik jadi kenapa kita betul-betul menata lokasi kita betul-betul ditata sebaik mungkin karena kita ingin memanfaatkan kecantikan alam ini dan itu salah satu orang datang ke *Reza Cafe* dan *Palekko* selain makanannya enak katanya *Reza Cafe* dan *Palekko* juga memiliki *view* yang cantik dan bisa menjadi *spot* foto”.⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa *Reza Cafe* dan *Palekko* dalam pengambilan *view*nya yaitu *manager* betul-betul memanfaatkan alam yang di mana kota Parepare sangat didukung dengan *view* yang sangat cantik. Oleh karena itu, ia betul-betul menata lokasinya ditata sebaik mungkin karena ia ingin memanfaatkan kecantikan alam ini dan itu merupakan salah satu daya tarik tersendiri yang dimiliki *Reza Cafe* dan *Palekko*, selain makanannya enak dan ia juga memiliki *view* yang cantik dan bisa menjadi *spot* foto.

⁶¹Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

4.2.2 Suara atau Musik

Suara merupakan keseluruhan musik yang dihadirkan, kehadiran musik bagi usaha *cafe* sangat penting karena dapat memberikan peningkatan kualitas pelayanan dalam menyajikan pengalaman belanja atau menikmati produk yang menyenangkan bagi para konsumen maupun pelanggan, sehingga mampu mempengaruhi emosi konsumen maupun pelanggan untuk melakukan pembelian dan merasa nyaman. Adapun, suara atau musik yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko*, seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Setelah kita 1 setengah tahun berjalan kita mempelajari ada beberapa *customer* pro dan kontra juga sih, ada yang suka suara musik yang keras, ada juga yang sedang artinya memang ada yang suka *jazz* artinya yang datang di sini berbagai macam orang, ada yang suka *jazz* dan semua *gendre*. Intinya orang yang datang ke *cafe* itu bukan semata-mata untuk mencari hiburan tetapi kadang-kadang mereka datang ke *cafe* itu karena ada sesuatu kepentingan dan konsepnya kita di sini memang diperuntukkan untuk umum artinya begini, tempat hiburan jadi orang yang datang ke sini itu bukan cuman untuk makan saja akan tetapi kita juga ada namanya *entertaint* tapi kita mengambil dengan cara panggungnya itu ditutup kaca supaya suara yang keluar itu tidak terlalu keras jadi pengunjung yang datang kesini itu betul-betul nyaman, bisa ngobrol dan bisa mendengar musik juga serta mereka juga bisa melihat *forfame* daripada pemainnya itu atau *player-nya* itu dan betul-betul kita kondisikan kebutuhan masyarakat karena selain kebutuhan *customer* yang datang di sini kita juga tetap menjaga atau memperhatikan masyarakat yang ada disekitar kira-kira apakah suara musiknya yang keluar itu tidak terlalu mengganggu atau mengganggu masyarakat yang ada disekitar”.⁶²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat mengetahui bahwa suara atau musik yang ditawarkan oleh *Reza Cafe* dan *Palekko* yaitu ia menggunakan panggung yang ditutupi kaca agar supaya suara yang keluar itu tidak terlalu keras jadi pengunjung yang datang ke *Reza Cafe* dan *Palekko* dapat merasa nyaman, bisa mengobrol dengan santai dan bisa mendengarkan musik serta dapat melihat *forfame* daripada pemain atau *playernya* itu. Ia juga mengkondisikan kebutuhan masyarakat

⁶²Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

karena selain kebutuhan *customer* yang datang ke *cafe* juga tetap menjaga atau memperhatikan masyarakat yang ada disekitarnya, apakah suara musiknya yang keluar itu tidak terlalu mengganggu atau mengganggu masyarakat yang ada disekitar.

4.2.3 Bau atau Kotor

Bau atau kotor merupakan hal yang paling terpenting dalam suatu bisnis *cafe* dikarenakan bau dan kotor ini sangat berpengaruh mengenai banyak sedikitnya keputusan pembelian yang didasarkan pada emosi, dan bau memiliki dampak besar pada emosi konsumen. Bau lebih dari indera lainnya sebagai penentu perasaan gembira, kelaparan, enggan untuk mengkonsumsi, dan nostalgia. Di *Reza Cafe* dan *Palekko* mengenai hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* *Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Kebersihan merupakan salah satu bentuk pelayanan dikarenakan kebersihan merupakan hal yang paling utama, kadang ada *cafe* atau suatu usaha bisnis yang seperti ini mereka tidak terlalu memperhatikan kebersihan meja yang utamanya dan bukan cuman meja sih sebenarnya melainkan kebersihan yang disekitarnya juga karena kita tidak mau kalau ada tamu atau *customer* yang datang ke sini mengatakan wah *Reza Cafe* dan *Palekko* ini kotor dan mejanya tidak terlalu dibersihkan makanya di sini kita menerapkan sistem kebersihan yang paling utama karena itu yang nomor satu menurut saya kebersihan, bagaimana betul-betul bau yang ada di sekeliling tidak terlalu mencolok baunya atau artinya kalau perlu tidak ada sama sekali baunya makanya kita betul-betul menggunkan alat-alat atau bahan-bahan kebersihan yang memang betul-betul sesuai dengan kayu dan meja yang kita pakai artinya betul-betul disesuaikan untuk menetralkan bau daripada makanan yang telah disajikan artinya *palekko* pastinya itu menimbulkan bau juga”.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara antara *manager* dan penulis melihat bahwa *Reza Cafe* dan *Palekko* menerapkan sistem kebersihan yang paling utama dan *cafe* ini juga berusaha bahwa bau yang di sekelilingnya tidak terlalu mencolok atau kalau

⁶³Adamda Ruslan, *Manager* *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

perlu tidak ada sama sekali baunya dengan menggunakan alat dan bahan-bahan kebersihan yang memang disesuaikan dengan kayu atau meja yang dipakai.

Selain dalam pelayanan kebersihan agar konsumen bisa betah dan nyaman, pelayanan dalam menjamu konsumen merupakan hal yang penting pula. Hal ini tidak terlepas dari bentuk pelayanan yang diberikan *stakeholder*. Adapun bagian-bagian *stakeholder* di *Reza Cafe* dan *Palekko* yaitu terdapat 36 *stakeholder* di antaranya:

1. Bagian *barista* terdapat 5 karyawan
2. Bagian *server* terdapat 15 karyawan
3. Bagian *cleaning service* terdapat 3 karyawan
4. Bagian kasir terdapat 1 karyawan
5. Bagian koki terdapat 3 karyawan
6. Bagian *pastry/appetisert* (hidangan pembuka aneka sup) terdapat 3 karyawan
7. Bagian *stewart* (cuci piring) terdapat 4 karyawan
8. Bagian gudang terdapat 2 karyawan

Reza Cafe dan *Palekko* juga dapat menampung maksimal kapasitas 300 *customer* (konsumen).

4.2.4 *Tekstur*

Tekstur merupakan hal yang terpenting juga dalam usaha bisnis *cafe* dikarenakan dengan pengolahan *tekstur* atau bahan yang baik, maka tata ruang luarnya akan menghasilkan kesan dan kualitas ruang yang lebih menarik dan mampu mempengaruhi konsumen maupun pelanggan untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Seperti halnya di *Reza Cafe* dan *Palekko* memiliki *tekstur* yang sangat baik sehingga menimbulkan kesan yang nyaman bagi konsumen yang berkunjung di

cafe. seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*:

“*Tekstur* yang dimiliki Reza *Cafe* sendiri lebih disesuaikan dengan konsepnya yaitu *semi outdoor* dan *semi indoor* dan pemilihan bahannya sendiri itu lebih kepada kayu, kaca bening dan besi sehingga *tekstur* yang dihasilkan dapat membuat *customer* merasa betah dan nyaman ketika berada di dalam *cafe*”.⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa *tekstur* atau permukaan bahannya yaitu terbuat dari kayu, kaca bening dan besi. Di mana lantai dalamnya menggunakan bahan dari keramik yang anti licin dan lantai bagian belakangnya menggunakan bahan kayu. Dan dikelilingi dengan pagar besi serta terdapat pula pepohonan yang lebih menegaskan konsep alamnya dari Reza *Cafe* dan *Palekko* sehingga para *customer* atau konsumen yang datang bisa betah dan merasa nyaman serta tenang ketika berada di *cafe*.

4.2.5 Desain Bangunan

Desain tidak hanya berpatokan pada hal tertentu selama waktu yang lama. Akan tetapi, perubahan desain juga menjadi hal yang berpengaruh.⁶⁵ Di mana, desain selalu dikaitkan dengan seni atau keindahan. Yang di mana *eksterior* adalah cermin awal. Dan desain juga memiliki peran yang sangat penting untuk menimbulkan kesan nyaman, baik untuk pelanggan maupun konsumen ketika berada di *cafe* dan dapat beraktivitas sesuai yang diinginkan konsumen maupun pelanggan.

Reza *Cafe* dan *Palekko* memiliki desain bangunan yang menggunakan konsep tradisional modern, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*:

⁶⁴Adamda Ruslan, *Manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

⁶⁵Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah (Buku 1)* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), h. 78.

“Kalau desain bangunan sendiri kita menyusun konsep tradisional modern karena bahan-bahan yang kita gunakan di sini betul-betul industri artinya gini kita memang *interiornya* itu kebanyakan kayu sebenarnya artinya kita tidak mau terlalu memberikan warna yang mencolok terutama daripada dinding-dindingnya karena itu sangat kalau menurut saya itu sangat tidak cocok untuk kebanyakan orang artinya lebih banyak yang tidak menyukai warna yang mencolok daripada warna yang netral artinya warna yang kita kasih ini betul-betul netralah untuk semua pandangan penglihatan secara umum tidak ada yang berlebihan dari segi warna ataupun penataan-penataan penempatan gambar atau segala macam karena seperti yang dilihat di dalam itu memang dinding tapi bisa dibilang kurangnya dinding di dalam dan kita lebih berpatokan pada tiangnya ji karena konsepnya di sini *semi outdoor* jadi desainnya *simple* ji”⁶⁶.

Hasil wawancara tersebut, penulis dapat mengetahui bahwa desain bangunan yang dimiliki Reza Cafe dan Palekko tersebut menggunakan konsep tradisional modern yang di mana bahan-bahannya itu dari industri maksudnya *interiornya* itu kebanyakan menggunakan kayu dan dindingnya di desain dengan menggunakan warna yang netral sesuai konsepnya, kemudian penataan-penataan penempatan gambar atau segala macam hanya beberapa saja dan bisa dibilang kurangnya dinding di Reza Cafe dan Palekko dan ia lebih berpatokan pada tiangnya saja karena konsepnya itu *semi outdoor* jadi desainnya sangat *simple*.

4.2.6 Warna

Warna memang menjadi unsur penting yang dapat memunculkan kesan serta suasana saat diaplikasikan pada sebuah bangunan baik *interior* maupun *eksterior* terutama pada usaha bisnis *cafe*, dengan adanya pemilihan warna yang sesuai maka tidak langsung suasana yang di bawahnya tampak hidup, menarik dan membuat konsumen merasa senang dan ingin segera memesan menu makanan atau minuman yang ditawarkan. Di Reza Cafe dan Palekko sendiri dalam pemilihan warna bangunannya itu disesuaikan dengan konsep desain bangunannya yaitu konsep

⁶⁶Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

tradisional modern, seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager Reza Cafe dan Palekko*:

“Pemilihan warnanya sendiri kita mengambil daripada warna kayunya tersendiri sih tinggal dipoles dengan tender biar kelihatan lebih cerah atau bersih makanya kita ada beberapa sedikit yang memang dindingnya warna putih karena itukan warna memang yang ketika dilihat adem dan bersih dilihat”.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh bahwa dalam pemilihan warna yang diterapkan di *Reza Cafe dan Palekko* ini tidaklah terlalu mencolok dan pemilihan warnanya disesuaikan dengan warna bangunannya yaitu warna kayu yang diterapkan kemudian dipoles dengan tender biar kelihatan lebih cerah dan bersih, kemudian terdapat pula sebagian dindingnya yang berwarna putih yang bagian tempat baristanya. Selain itu, *Reza Cafe dan Palekko* juga menerapkan sistem tanaman hijau untuk lebih memperkuat nuansa alamnya, sehingga *customer* yang datang betul-betul dapat merasa nyaman dengan suasana ruangan yang diterapkan serta hembusan angin dari setiap arah yang dapat dirasakan.

4.2.7 *Lighting* (pencahayaan)

Lighting merupakan hal yang sangat terpenting dalam sebuah *cafe*. Dikarenakan *lighting* melayani dua tujuan dasar yaitu membantu mengatur suasana *cafe*, membuat makanan dan konsumen maupun pelanggan terlihat baik dan menarik. Dalam cahaya pencahayaan terdapat 2 jenis yakni pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami ini ada dua hal yaitu *pertama, sunlight* yakni cahaya matahari langsung, umumnya memiliki intensitas yang tinggi dan sudut penyebaran yang sempit. Cahaya jenis ini harus selalu dijaga agar jumlahnya tetap terkendali, sehingga tidak menimbulkan silau dan radiasi panas yang terlalu tinggi. *Kedua, daylight* yakni

⁶⁷Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe dan palekko*, 24 Juni 2019.

cahaya matahari tidak langsung yang disebarkan oleh partikel-partikel *atmosfer*, termasuk awan, umumnya memiliki intensitas yang sedang sampai dengan rendah dan sudut penyebaran cahaya yang lebar (mendekati difus/merata kesegala arah). Cahaya jenis ini umumnya lebih disukai untuk digunakan sebagai pencahayaan alami dalam bangunan karena tidak terlalu menimbulkan silau dan radiasi panas yang tinggi.

Sedangkan pencahayaan buatan dibagi menjadi dua bagian yaitu *pertama*, pencahayaan umum (*general lighting*) yakni pencahayaan yang diterapkan pada suatu ruangan untuk memberikan cahaya standar yang memiliki iluminasi rata-rata ditiap luasan ruangan. *Kedua*, pencahayaan khusus (*special lighting*) yakni pencahayaan yang difungsikan untuk hal yang lebih spesifik. Pada pencahayaan khusus pertimbangannya adalah bagaimana mengekspos sesuatu, membuat suatu suasana, dan lebih mengutamakan aspek estetika. Namun, pada *Reza Cafe* dan *Palekko* yang dilihat bahwa pencahayaannya itu lebih kepada pencahayaan alami dikarenakan disesuaikan dengan konsepnya sendiri yaitu *semi outdoor* maupun *semi indoor*. Jadi, *cafe* ini betul-betul memanfaatkan alam sebagai pencahayaannya sendiri dan terdapat pula pencahayaan buatan yaitu menggunakan lampu pijar LED, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Kalau pencahayaannya sendiri atau *lightingnya* sendiri di dalam *cafe Reza* itu kita menggunakan sekitar 80 (delapan puluh) lampu modelnya itu lampu pijar tapi LED jadi dia hemat listrik dan kita betul-betul menggunakan lampu yang memang warnanya bisa dibbilang kuning keemasan atau *light* artinya cocok untuk memang konsep yang ada sekarang jadi orang yang datang itu ahh tidak terang amat dan tidak gelap amat serta dikondisikan dengan suasana dan warna bangunannya atau warna desain *interiornya*”.⁶⁸

⁶⁸Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa Reza Cafe dan Palekko dalam pemilihan pencahayaan ia menggunakan lampu pijar LED dan warnanya itu kuning keemasan atau *light* artinya ia menyesuaikan dengan konsepnya yaitu *semi outdoor* dan dikondisikan dengan suasana dan warna bangunannya atau warna desain *interiornya*. Sehingga *customer* yang datang tidak merasa pencahayaannya terang sekali dan gelap sekali.

4.3 Dampak terhadap Implementasi Model Cozy pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen

4.3.1 Dampak yang ditimbulkan terhadap implementasi model cozy pada Reza Cafe dan Palekko dalam menarik minat konsumen yang dilihat dari segi peluang

Peluang usaha dibentuk dengan dua kata yaitu *pertama*, kata peluang yang artinya kesempatan. *Kedua*, kata usaha artinya upaya dengan berbagai daya untuk mencapai tujuan atau sesuatu yang diinginkan.⁶⁹ Jadi, dapat disimpulkan peluang usaha adalah kesempatan yang dimiliki seseorang untuk mencapai tujuan (keuntungan, uang, kekayaan) dengan cara melakukan usaha yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki. Namun, dalam menangani suatu peluang yang ada, seorang pelaku bisnis haruslah selalu berada dalam koridor syariah. Syariah itu harus menjadi tolok ukur aktivitas manajemen. Dengan tolok ukur syariah, setiap muslim akan mampu membedakan secara jelas dan tegas perihal halal atau haram tidaknya suatu kegiatan manajerial yang akan dilakukannya. Aktivitas yang halal akan dilanjutkannya, sementara yang haram akan ditinggalkannya semata-mata untuk menggapai keridhaan Allah swt.,

⁶⁹Materi Peluang Usaha, "Pengertian Peluang Usaha Menurut Para Ahli dan Bagaimana Membidiknya dengan Benar", *Blog Maxmanroe.com*. <https://www.maxmanroe.com/pengertian-peluang-usaha.html> (Diakses 27 Juli 2019).

Adapun, peluang usaha yang dimiliki Reza *Cafe* dan *Palekko* dari segi model *cozyna* yaitu *cafe* ini memiliki peluang yang sangat besar, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Kalau membahas peluang dari adanya suasana ruang yang seperti ini wah peluangnya sangat besarlah artinya sejauh ini kita 1 tahun setengah berjalan ini saya lihat perkembangan bahkan ini peluangnya bukan cuman area Parepare saja untuk menarik konsumen ke sini hampir seditaerah ajatapparang bahkan bukan ajatapparang saja malah Maros ke Makassar, dari Palopo betul-betul datang ke sini hanya ingin datang ke Reza *Cafe* karena memang seperti yang tadi saya katakan bahwa kita di sini bukan hanya menjual makanan saja tapi menjual *view* juga jadi orang yang datang ke sini itu bisa merasa nyaman, senang karena di sini kita menyediakan *view* yang sangat cantik”.⁷⁰

Berikut pula yang dikatakan oleh konsumen terhadap peluang dari adanya model *cozy* yang diterapkan di Reza *Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Kalau misalkan peluangnya itu yah sangat bagus karena pertama memang letaknya yang strategis dia berada diporos jalan antara *trans* Sulawesi jadi, *pertama* didukung oleh lokasi yang strategis kemudian yang *kedua*, memang dari segi penataannya itu *artistik* sekali jadi tempatnya itu memang sangat cocok atau kena dengan konsep alamnya sehingga *customer* dapat merasa nyaman ketika berada di sini”.⁷¹

“Peluangnya itu sangat besar namun, fleksi kedepannya kan saya tidak tahu, tapi kalau misalkan *cafe* ini lebih mempertahankan lagi memang ciri khas yang lebih *cozy* kaya gini mungkin bisa bertahan lama sih apalagi dengan lokasinya yang pemandangannya dengan *viewnya* oke, suasana mantap juga keren juga dan saya merasa nyaman sih dan lebih dipertahankan lagi cita rasa kopinya karena saya suka dengan kopinya karena enak”.⁷²

“Sedikit lebih bagus ini karena dia *viewnya* lebih mengarah keseluruhan Parepare, mengarah kepantai banyak ki *viewnya* yang bagus dan suasana ruangnya juga saya rasa nyaman”.⁷³

“Yah kalau untuk peluang yang tersendiri itu menurut saya *Cafe* Reza itu memiliki peluang yang sangat besar karena sekarang itu untuk anak-anak

⁷⁰Adamda Ruslan, *Manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

⁷¹Sukma, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 27 Juni 2019.

⁷²Andi Sangaji Adiguna, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 1 Juli 2019.

⁷³Anindya, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 11 Juli 2019.

muda yang jaman sekarang itu yah dia itu lebih kepada untuk *instagramer* begitu yah untuk ambil *spot-spot* foto sedangkan untuk *Cafe Reza* sendiri itu penata ruangnya itu bagus banget untuk dikasih masuk di *instagram* seperti itu”.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat mengetahui bahwa peluang yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko* terhadap model *cozy*nya itu sangatlah besar dikarenakan yaitu:

Pertama, model *cozy* atau suasana ruang yang nyaman seperti ini yang sangat dibutuhkan oleh *customer* khususnya *customer* yang anak muda. Di mana untuk anak-anak muda yang jaman sekarang itu, dia lebih kepada untuk *instagramer* dan *Reza Cafe* dan *Palekko* sendiri menyediakan hal tersebut yang dapat dijadikan sebagai *spot-spot* foto untuk anak muda.

Kedua, *Reza Cafe* dan *Palekko* juga memiliki lokasi yang strategis yaitu berada diporos jalan antara *trans* Sulawesi.

Ketiga, dari segi penataannya sangat *artistik* sekali jadi tempatnya itu memang sangat cocok atau kena dengan konsep alamnya.

Keempat, *Reza Cafe* dan *Palekko* memiliki *view* yang sangat cantik dan indah dikarenakan *customer* dapat melihat langsung indahny pemandangan kota Parepare dari atas bukit dan *customer* juga dapat melihat langsung *sunset* dan panorama laut kota Parepare.

Kelima, *Reza Cafe* dan *Palekko* juga memiliki ciri khas tersendiri yaitu makanan khas Bugis dan *coffee*.

Dengan adanya peluang dari implemetasi model *cozy* yang dimiliki *Reza Cafe* dan *Palekko* di atas dapat menimbulkan dampak positif dikarenakan dapat menarik

⁷⁴Lili Nur Cahyani, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 17 Juli 2019.

minat konsumen sebab hal tersebut yang sangat dibutuhkan oleh konsumen selain dari makanan dan minuman yang lezat. Jadi, diharapkan pemilik atau *manager* Reza Cafe dan *Palekko* tetap menjaga dan mempertahankan ciri khas dari *cafe* ini agar kiranya dapat berkembang, lebih maju dan berinovasi lagi agar Reza Cafe dan *Palekko* tidak ketinggalan jaman mengenai model *cozy* dan penataan tata ruangnya. Pemilik atau *manager* diharapkan dalam mengambil peluang usaha tetap harus berlandaskan syariat Islam khususnya dalam pengelolaan manajemennya. Pengelolaan manajemen yang diterapkan di Reza Cafe dan *Palekko* dalam mengambil peluang usaha sudah sesuai dengan syariat Islam dikarenakan *cafe* ini sangat memperhatikan produk-produk yang ditawarkan tentang kehalalan produknya dan pemilik atau *manager* juga berperilaku Islami kepada konsumen. Hal tersebut sudah sesuai dengan fungsi manajemen yaitu fungsi pengawasan (*ar-riqabah*).

4.3.2 Dampak yang ditimbulkan terhadap implementasi model *cozy* pada Reza Cafe dan *Palekko* dalam menarik minat konsumen yang dilihat dari segi tantangan

Tantangan adalah suatu hal atau bentuk usaha yang memiliki tujuan untuk menggugah kemampuan. Dalam suatu usaha atau bisnis *cafe* dalam menghadapi tantangan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu: *pertama*, meningkatkan mutu SDM. *Kedua*, mempertahankan konsepnya. *Ketiga*, kualitas produk. *Keempat*, *responsif* (cepat merespon atau melihat peluang baru, kecepatan dalam menghadapi keluhan konsumen, dan tanggap dalam menghadapi serangan dari kompetitor lainnya). *Kelima*, *upgrade* teknologi. *Keenam*, meningkatkan akses informasi. *Ketujuh*, pelayanan. *Kedelapan*, berjiwa besar alias *fair* dan *Kesembilan*, evaluasi pencapaian target.

Dalam Islam dibolehkan berbagai cara untuk menarik pembeli atau *customer* asal cara tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Kegiatan bisnis maupun penjualan dapat dianalogikan sebagai kegiatan yang bernilai ibadah, apabila dalam kegiatannya diniatkan sebagai upaya untuk mencari ridha dari Allah swt., serta menjunjung tinggi nilai-nilai *religius*.

Adapun, tantangan terhadap penerapan model *cozy* di *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen yaitu seperti yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager* *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Tantangan yang dihadapi banyak sekali baik dari dalam maupun dari luar sendiri, mungkin saya lebih tertantang dari luar saja karena kalau dari dalam itu merupakan tantangan yang sudah umum dihadapi yah sorotan-sorotan masyarakat bukan cuman masyarakat tapi pemerintah yang artinya mereka tidak bisa begitu saja mengambil kesimpulan karena tidak adanya standar yang mereka terapkan misalkan kita diwajibkan untuk membuat suatu izin lingkungan hidup kalau kita mau lihat syaratnya kan tidak bisa dan harus ada syarat lingkungan hidup karena kita sudah menjaga kebersihan disekitar dan kita juga menjaga betul-betul pembuangan kita atau *drainase* yang paling utama. Kalau tantangan dari luar sendiri, mulai dari kritik dari pada *customer* artinya kritik dalam artian membuat saya itu membangun jadi betul-betul membuat tantangan bagi kita artinya ini demi kebaikan *Reza Cafe* juga kedepannya jadi kita tidak pernah bosan menerima tantangan apapun itu artinya semakin ada tantangan semakin memotivasi kita untuk lebih maju lagi. Adapun, tantantangannya yaitu *pertama*, misalkan nih kita sudah berjalan musiknya tetangga disekitar merasa tidak nyaman dan datang komplek jadi itukan salah satu tantangan buat kita bagaimana cara kita untuk memperbaiki *enterentitene* kita apalagikan kita konsepnya *semi outdoor*. *Kedua*, tantangan selanjutnya dari pada bukan merupakan suatu bahwa kita tidak bersyukur tantangannya mungkin ketika kita banyak tamu kita lebih tertantang untuk bagaimana caranya kita pelayanannya lebih dimaksimalkan lagi. *Ketiga*, tantangan selanjutnya yah ini seperti tempat umum dari berbagai macam orang yang datang ke sini dengan karakter yang berbeda itu termasuk salah satu tantang juga dalam menghadapi setiap karakter yang berbeda. Saya rasa kerja di tempat begini kalau kita mau mengambil ininya untuk menjalankan usaha seperti ini kalau kita mau mengambil sisi-sisi pahitnya yah semuanya pahit sih sebenarnya sekalipun hasilnya yang kita lihat itu luar biasa tapi prosesnya itu loh yang wah memang orang mungkin melihatnya dari luar wah *Reza cafe* luar biasa tetapi ketika melihat apa sebenarnya yang terjadi itu sangat berat tetapi itu merupakan yah seperti itulah untuk lebih baik juga kita harus berani dalam menghadapi setiap tantangan yang ada. *Keempat*, tantangan selanjutnya yaitu tantangan dari pebisnis lainya yang menjalankan

usaha seperti ini, menurut saya kalau orang berprinsip bahwa kompetitor, kita nggak ada kompetitor artinya begini sekalipun kita menjual di tempat yang sama atau sekalipun ada di tempat lain yang menjual produk yang sama tapi kan kita memiliki standar yang berbeda artinya kita saling *support* lah jadi nggak ada namanya kompetitor menurut saya, bukankah semakin banyak pelaku usaha semakin memotivasi kita untuk lebih berinovasi lagi jadi saya lebih senang kalau banyak lagi pelaku usaha yang lain karena kita lebih berinovasi bahwa kira-kira saya harus strategi apa lagi nih untuk saya terapkan di sini agar terus berkembang dan terus maju dan orang tidak pernah menyamakan antara yang satu dengan yang lain dan *customer* juga tidak merasa bosan”⁷⁵.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh pemilik atau *manager* Reza Cafe dan Palekko yaitu baik dari segi *intern* maupun *ekstern*. Salah satu tantangannya itu, misalkan mengenai tantangan terhadap pebisnis lainnya. Di mana ia tidak menganggap pelaku usaha lainnya itu sebagai kompetitor artinya sekalipun ia menjual di tempat yang sama atau menjual produk yang sama tapi *cafe* ini memiliki standar yang berbeda, artinya mereka saling *support* antara pemilik atau *manager* Reza Cafe dan Palekko dengan pemilik *cafe* lainnya. pemilik atau *manager* Reza Cafe dan Palekko menganggap bahwa semakin banyak pelaku usaha semakin memotivasinya untuk lebih berinovasi lagi sehingga ia berpikir bahwa strategi apa lagi yang harus ia terapkan di sini agar terus berkembang, terus maju dan orang tidak pernah menyamakan antara yang satu dengan yang lain. Sehingga *customer* juga tidak merasa bosan. Pemilik atau *manager* Reza Cafe dan Palekko dalam menghadapi tantangan tersebut, sudah sesuai dengan pengelolaan manajemen syariah dalam fungsi pengawasan (*ar-riqabah*) dikarenakan *managernya* dalam mengatasi tantangan di atas tidak melanggar syariat Islam. Hal ini sejalan dengan firman Allah swt., dalam Q.S. At-Taubah/9: 105, yang berbunyi:

⁷⁵Adamda Ruslan, *Manager* Reza Cafe dan Palekko kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٥٦﴾

Terjemahnya:

“dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.⁷⁶

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa Allah swt., mengetahui segala hal yang dikerjakan oleh umatnya. Pendorong persaingan bisnis pada bisnis *cafe* di kota Parepare yang sejalan dengan syariat Islam dikarenakan para pengusaha khususnya pemilik atau *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* tidak menghalangi masuknya pengusaha baru, karena ia mengetahui bahwa hal tersebut dilarang oleh Allah swt.,

Terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan lagi oleh pemilik atau *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* dari beberapa pendapat konsumen, berikut penjelasannya:

“Yang mesti diperhatikan lagi oleh Reza *Cafe* yaitu *pertama*, *customer* yang datang ke sini semua kalangan termasuk anak-anak jadi diharapkan kedepannya itu disediakan tempat bermain untuk anak-anak. *Kedua*, disetiap meja itu untuk kedepannya ada semacam tombol otomatis untuk memanggil karyawan agar kiranya kita tidak perlu teriak-teriak lagi memanggil karyawan sehingga pelayanannya cepat. *Ketiga*, setelah kita menikmati hidangannya, pelayannya yang langsung datang membawakan nota pembayaran dari sana biar kita tahu kondisi dan sekian yang harus dibayar oleh konsumen sehingga ketika ada kekurangan gampang kita atasi tanpa harus berantrian lagi dikasir. *Keempat*, area parkir yang kurang memadai, dan disampaikan juga kepada tapi harus ada pengawasan seperti kaya di *mall* itu tidak perlu mobil itu dipakai rem tangan jadi ketika mau digeser bisa digeser tanpa harus kita dipanggil-panggil sementara kita lagi makan sehingga kita tidak merasa nyaman akan hal itu. *Kelima*, tantangan dari dalam yang ditujukan kepada karyawan yang di mana pemilik harus lebih memperhatikan kesejahteraan karyawannya baik itu dari segi kesehatan dan keselamatan kerja serta pembagian hasil harus jelas”.⁷⁷

⁷⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 273.

⁷⁷Umar, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

“Tantangannya kedepannya menurut saya sih area parkirnya, diharapkan area parkirnya lebih diperhatikan lagi karena area parkirnya itu sangatlah terbatas”.⁷⁸

“Tantangannya itulah karena poros ini maka keterbatasan ruang jadi untuk menambah lahan parkir atau apa kayanya kesulitan karena kalau dilihat dari kiri kanannya kayanya susah sekali toh untuk menambah tempat lahan parkir dan parkirnya itu sangat terbatas sementara tidak bisa menampung dan tidak seimbang dengan jumlah kunjungan jadi, itulah salah satu tantangannya jadi, mungkin kedepannya bagaimana ia *me-manage* supaya itu bisa teratasi dan dipertahankan lagi konsep alamnya, dan terkadang juga kita mau singgah kalau dilihat parkir penuh apalagi ini rawang toh karena ia berada diporos jalan dan kondisi jalan juga agak sempit”.⁷⁹

“Tantangannya itu kalau misalkan *cafe* ini lebih mempertahankan lagi memang ciri khas yang lebih *cozy* kaya gini mungkin bisa bertahan lama sih apalagi dengan lokasinya yang pemandangannya dengan *view*nya oke, suasana mantap juga keren juga dan lebih dipertahankan lagi cita rasa kopinya karena saya suka dengan kopinya karena enak”.⁸⁰

“Tantangannya itu, mungkin lebih dimajukan lagi, lebih berinovasi lagi biar tidak ketinggalan jaman penata ruangnya dan pelayanan lebih dimaksimalkan lagi atau lebih ramahlah”.⁸¹

“Tantangan yang mesti diperhatikan lagi yaitu penyajian makanannya mungkin bisa lebih ditambah nuansa alamnya misalnya pakai alas yang dari rakitan bambu artinya lebih kena dengan konsep alamnya jadi, mungkin penataan makanannya lagi yang perlu diperbaiki dan ditambahkan lagi tentang penghijauannya biar ketika disiang hari bagian luarnya itu tidak terlalu panas”.⁸²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat memperoleh bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan dikontrol lagi oleh pemilik atau *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* mengenai dampak yang ditimbulkan dari segi *intern* dan

⁷⁸Arman, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 26 Juni 2019.

⁷⁹Sukma, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 27 Juni 2019.

⁸⁰Andi Sangaji Adiguna, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 1 Juli 2019.

⁸¹Lili Nur Cahyani, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 17 Juli 2019.

⁸²Fitriani A. R, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 23 Juli 2019.

ekstern oleh keluhan *customer* (konsumen) demi kemajuan dan perkembangan Reza *Cafe* dan *Palekko* sendiri, yaitu di antaranya:

1. Dampak dari implementasi model *cozy* dalam menarik minat konsumen yang perlu diperhatikan dari segi *intern*, yaitu:
 - a. Diharapkan disediakan tempat bermain untuk anak-anak atau *playground* agar kiranya anak-anak tidak lari kesana kemari dan orang tua juga bisa merasa nyaman dan tidak khawatir lagi terhadap anaknya namun, tetap harus diperhatikan juga mengenai keselamatannya.
 - b. Kedepannya disiapkan tombol otomatis disetiap meja agar kiranya *customer* tidak perlu teriak-teriak lagi ketika ingin memesan dan dapat pula mempercepat pelayanan sehingga *customer* itu tidak merasa bosan dan kurang nyaman ketika pelayanannya itu lambat.
 - c. Diharapkan juga agar kiranya pemilik atau *managernya* lebih memberikan arahan atau motivasi lebih kepada bagian *serve/pelayannya* untuk lebih menerapkan pelayanan prima artinya lebih ramah, sopan, tersenyum, dan lebih meningkatkan lagi komunikasi antara bagian *serve/pelayan* dan *customer* sehingga *customer* bisa merasa nyaman atau tidak risih akan hal itu, *customer* juga dapat betah dan berlama-lama berada di *cafe* sehingga *customer* dapat loyal dalam melakukan pembelian.
 - d. Area parkir, maksudnya diharapkan area parkirnya lebih diperhatikan lagi dikarenakan area parkirnya kurang memadai sehingga ketika ada *customer* (konsumen) yang ingin singgah tapi tidak jadi dikarenakan area parkir yang sudah penuh dan diharapkan juga orang bagian parkirnya menyampaikan juga kepada *customer* yang datang tapi harus ada pengawasan seperti kaya di *mall* itu, tidak

perlu mobil itu dipakai rem tangan jadi ketika mau digeser bisa digeser tanpa harus *customer* dipanggil-panggil untuk menggeser mobilnya sementara *customer* tersebut lagi makan sehingga *customer* dapat merasa nyaman dan dapat menikmati sepuasnya makanan dan minuman yang ditawarkan tanpa harus dikhawatirkan akan hal tersebut.

- e. Diharapkan lebih mempertahankan lagi ciri khas yang lebih *cozy* seperti ini dan cita rasa yang dimiliki baik dari makanan khas Bugisnya maupun cita rasa dari kopinya. Diharapkan pula *cafe* ini lebih dimajukan dan lebih berinovasi lagi biar tidak ketinggalan jaman penata ruangnya.
- f. Diharapkan lebih diperhatikan lagi mengenai penyajian makanannya, di mana mungkin bisa lebih ditambah nuansa alaminya misalnya pakai alas yang dari rakitan bambu artinya lebih kena dengan konsep alamnya dan ditambahkan lagi tentang penghijauannya biar ketika disiang hari bagian luarnya itu tidak terlalu panas.
- g. Diharapkan kedepannya itu lebih diperhatikan lagi mengenai penataan tata letak sarana duduk yang bagian dalamnya supaya tidak terlalu padat atau berdempetan antara meja satu dengan yang lain, artinya lebih diberikan lagi ruang gerak kepada konsumen dan karyawan agar lebih leluasa bergerak dan beraktivitas sehingga keduanya bisa merasa nyaman. Harus diperhatikan pula mengenai privasi setiap pengunjung yang datang ke *cafe* karena mereka memiliki tujuan dan privasi masing-masing sesuai dengan aktivitas yang dilakukan.

2. Dampak dari implementasi model *cozy* dalam menarik minat konsumen yang perlu diperhatikan dari segi *ekstern*, yaitu:
 - a. Dampak dari luar yaitu dari pebisnis lainnya. Di mana *manager Reza Cafe* dan *Palekko* tidak menganggap pelaku usaha lainnya itu sebagai kompetitor artinya sekalipun ia menjual di tempat yang sama atau menjual produk yang sama tapi, *cafe* ini memiliki standar yang berbeda, artinya mereka saling *support* antara satu sama lain. Pemilik atau *manager Reza Cafe* dan *Palekko* menganggap bahwa semakin banyak pelaku usaha semakin memotivasinya untuk lebih berinovasi lagi sehingga ia berpikir bahwa strategi apa lagi yang harus ia terapkan di sini agar terus berkembang, terus maju dan orang tidak pernah menyamakan antara yang satu dengan yang lain. Sehingga *customer* juga tidak merasa bosan.

Dengan adanya berbagai dampak yang ditimbulkan baik dari segi *intern* maupun *ekstern* di atas maka, dapat dilihat bahwa dampak yang ditimbulkan yaitu berdampak negatif bagi *Reza Cafe* dan *Palekko*, khususnya dari segi *internnya*. Oleh karena itu, pemilik atau *managernya* harus memperhatikan, memperbaiki dan mengontrol berbagai dampak dari segi *intern* tersebut, sehingga dapat menarik minat konsumen agar tetap menjadi konsumen setia dan merasa puas akan produk yang ditawarkan dan menghasilkan suasana ruang yang nyaman bagi konsumen sehingga konsumen tidak bosan untuk berkunjung ke *Reza Cafe* dan *Palekko*.

4.4 Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)

Manajemen syariah dapat diartikan sebagai serangkaian sistem terkait seni maupun proses yang tujuannya mempermudah dalam pencapaian tujuan dengan prinsip efektif dan efisien dan juga harus sesuai dengan aturan-aturan syari'at Islam,

yakni al-Qur'an, hadis, ijma', qiyas dan sumber ajaran lainnya. Manajemen syariah membahas soal sistem. Sistem ini disusun agar perilaku pelaku di dalamnya berjalan dengan baik. Sistem pemerintahan Umar bin Abdul Aziz, misalnya adalah salah satu yang terbaik. Sistem ini berkaitan dengan perencanaan (*takht*), pengorganisasian (*tanzim*), pergerakan (*tawjih*), dan pengawasan (*ar-riqabah*).⁸³ Islam pun telah mengajarkan jauh sebelum adanya konsep itu lahir, Allah swt., berfirman dalam Q.S. Ash-Shaff/28: 4 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ مُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفَا كَانَهُمْ بَنِينَ مَرْصُومًا

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.⁸⁴

Dalam ranah aktivitas, Islam memandang bahwa keberadaan manajemen sebagai suatu kebutuhan yang tak terelakkan dalam memudahkan implementasi Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat. Implementasi nilai-nilai Islam berwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berpikir, aqidah dan syariah difungsikan sebagai asas dan landasan pola pikir. Sedangkan sebagai kaidah amal, syariah difungsikan sebagai tolok ukur (standar) perbuatan.

Karenanya, aktivitas manajemen yang dilakukan haruslah selalu berada dalam koridor syariah. Syariah harus menjadi tolok ukur aktivitas manajemen. Senafas dengan kemusliman seseorang, maka syariahlah satu-satunya yang menjadi kendala amal perbuatannya. Hal ini berlaku bagi setiap muslim, siapa pun, kapan pun dan dimana pun. Inilah sebenarnya penjabaran dari kaidah ushul yang menyatakan

⁸³Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, cet, 2009), h. 13.

⁸⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h. 805.

hukum asal suatu perbuatan adalah terikat pada hukum syara yang lima yakni wajib, sunnah, haram, makruh dan mubah. Dengan tolok ukur syariah, setiap muslim akan mampu membedakan secara jelas dan tegas perihal halal atau haram tidaknya suatu kegiatan manajerial yang akan dilakukannya. Aktivitas yang halal akan dilanjutkannya, sementara yang haram akan ditinggilkannya semata-mata untuk menggapai keridhaan Allah swt.,

Adapun konsep manajemen syariah yang diterapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare seperti yang sudah dikemukakan di atas bahwa peran syari'at Islam adalah cara pandang dalam implementasi manajemen. Fungsi manajemen sebagaimana yang kita ketahui bahwa ada empat yang utama, yaitu perencanaan (*takhtij>t}h*), pengorganisasian (*tanz}i>m*), penggerakan (*tawji>h*), dan pengawasan (*ar-riqabah*).

Sebelum penulis membahas mengenai bagaimana pelaksanaan penerapan model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam menarik minat konsumen, ada beberapa hal yang perlu dilihat terlebih dahulu yaitu mengenai penataan tata ruang yang diterapkan di *cafe* tersebut di antaranya *layout* (tata letak) sarana duduk dan pengambilan *view*, suara atau musiknya, bau atau kotor (kebersihannya), *teksturnya*, desain bangunan, warna dan pemilihan *lighting* (pencahayaan).

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis bahwa jika sedang di kota Parepare, ada satu tempat nongki sekaligus makan bebek yang kini banyak digemari warga setempat. Namanya *Reza Cafe* dan *Palekko*, di mana *Reza Cafe* dan *Palekko* merupakan salah satu *cafe* yang sangat diminati sampai detik ini. Hal tersebut terlihat dari jumlah kunjungan orang-orang dari berbagai kalangan dan dari

berbagai daerah di Sulawesi Selatan. *Reza Cafe* dan *Palekko* ini juga memiliki konsep yang unik yaitu *coffee* dan *palekko*. Sesuai konsepnya, tempat ini menyediakan aneka minuman berbahan dasar *coffee* dan *palekko*. Selain itu, terdapat pula minuman lainnya seperti *other drink's*, *tea based*, dan *juice drink's*. serta menyediakan pula makanan ringan. Selain makanan dan minumannya yang enak, ada beberapa alasan kenapa tempat ini kini digemari warga setempat atau masyarakat luar dikarenakan *cafe* ini menjual pemandangan yang keren.

Sembari ngopi atau ngeteh di *Reza Cafe* dan *Palekko*, *customer* bisa melihat pemandangan pusat kota Parepare dari atas bukit, juga bisa leluasa melihat laut dan keindahan *sunset* saat sore hari. Oleh karena itu, *Reza Cafe* dan *Palekko* ini selalu saja ramai jelang sore hingga malam hari. *Cafe* dengan *interior* modern ini juga mampu menampung maksimal 300-an pengunjung. Di *Reza Cafe* dan *Palekko*, pengunjung bisa reservasi tempat dan makanan yang diinginkan melalui via telepon sebelum datang. *Reza Cafe* dan *Palekko* juga memiliki suasana ruang yang nyaman (*cozy*), seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* *Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Mengenai bentuk model *cozyny* sih setelah melakukan *survei* dari beberapa tempat ada beberapa konsep *cafe* modelnya *monoton* artinya kalau nggak *outdoor* yah *indoor* sama sekali, jadi kita mengambil konsep *semi outdoor* dan *semi indoor* dan mengapa kita mengambil *semi indoor* karena kita tahu bahwa di *Reza Cafe* itu atau masyarakatnya itu bukan hanya satu dan setiap masyarakat itu memiliki karakter atau selera yang berbeda makanya kita mengambil yang netral artinya siapapun yang bisa masuk di dalam artinya begini kalau kita mengambil konsep *semi outdoor* atau *semi indoor* begitu mau yang merokok dan yang tidak merokok bisa saja bergabung di dalam tanpa harus khawatir bahwa kita berada dalam suatu ruangan yang memang artinya kedap udara tapi di sini kita terbuka jadi angin-angin yang dari arah manapun bisa masuk kedalam tanpa harus kita harus menggunakan penyejuk

buatan seperti AC dan kita menggunakan betul-betul dari alam makanya kenapa kita di sini menerapkan sistem tanaman hijau”.⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh bahwa bentuk model *cozy* yang ada di Reza Cafe dan Palekko menggunakan konsep *semi outdoor* dan *semi indoor* dikarenakan *cafe* ini lebih memerhatikan berbagai karakter dari *customer* (konsumen) yang datang sehingga konsumen tidak perlu mengkhawatirkan bahwa yang merokok dan yang tidak merokok bisa saja bergabung di dalam tanpa harus khawatir bau dan asapnya karena *cafe* ini betul-betul kedap udara jadi angin-angin yang dari arah manapun bisa masuk kedalam tanpa menggunakan penyejuk buatan seperti AC. Ini sejalan dengan yang dikatakan oleh konsumen Reza Cafe dan Palekko:

“Model *cozy* atau penataan ruangnya itu sangat artistik dan sangat nyaman dirasakan oleh konsumen”.⁸⁶

“Fleksi kedepannya kan saya tidak tahu Cafe Reza ini bagaimana jadi kalau memang ia lebih mempertahankan lagi memang ciri khasnya yang lebih *cozy* yang kaya begini mungkin dapat bertahan lama sih apalagi dengan lokasinya yang pemandangannya *view*nya yang oke, suasana mantap dan keren juga dan saya merasa nyaman sih”.⁸⁷

“Kalau untuk model *cozy* yang sekarang di Cafe Reza menurutku sih menarik karena bedaki konsepnya daripada yang lain yang ada di Parepare dan suasana ruangnya yah masih terbilang nyamanji”.⁸⁸

“Untuk model *coz*nya ini yang saya lihat sangat bagus yah ada *outdoor* dan *indoor*nya jadi tergantung konsumen yah memilih antara berada di dalam atau di luar dan suasana ruangnya itu yah sangat nyaman sekali yah”.⁸⁹

⁸⁵ Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

⁸⁶ Sukma, *Konsumen Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 27 Juni 2019.

⁸⁷ Andi Sangaji Adiguna, *Konsumen Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 1 Juli 2019.

⁸⁸ Anindya, *Konsumen Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 11 Juli 2019.

⁸⁹ Lili Nur Cahyani, *Konsumen Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 17 Juli 2019.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh bahwa implementasi model *cozy* yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko* yakni *cafe* ini sudah menerapkan dengan baik, teratur, tertib, rapi dan benar sehingga para konsumen yang datang dapat merasakan suasana ruang yang nyama (*cozy*), adem dan tentram. *Cafe* ini juga lebih mengutamakan mengenai kepuasan konsumen ataupun pelanggan. Sehingga, penerapan model *cozy*nya sudah sesuai dengan manajemen syariah dikarenakan manajemen dalam pandangan Islam mengandung pengertian segala sesuatu harus dilakukan secara baik, teratur, tertib, rapi dan benar, tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini sesuai dalam hadis Nabi Muhammad saw., di sebutkan:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدُكُمْ الْعَمَلَ أَنْ يُتَّقَنَهُ { رواه الطبر ان }

Artinya:

Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (baik, teratur, tertib, rapi, benar, jelas dan tuntas). (HR. Thabrani).⁹⁰

4.4.1 Syariah dalam fungsi manajemen

Berikut ini adalah beberapa implementasi syariah dalam fungsi perencanaan, yaitu di antaranya:

1. *Layout* (tata letak) sarana duduk dan pengambilan *view*

Implementasi syariah pada letak sarana duduk ini yaitu dalam manajemen syariah diharapkan pengaturan tempat duduknya juga dibuat mengikuti prinsip-prinsip Islam. Di mana jarak antara tempat duduk satu dengan yang lain harus cukup untuk dilalui oleh konsumen sehingga konsumen dapat bergerak dengan mudah dan

⁹⁰Sulaiman ibn Ahmad ibn Ayyub ibn Muthir AL-Hamiyyu Al-syami, Abu Goira Al-thabrani, *Mujam Al-Awsat* (Al-Gahira, Dar-Haramain), Juz 1, h. 275.

tidak mengganggu kenyamanan konsumen lain yang sedang duduk dan bersantai pula. Dalam tata ruang *cafe* hendaknya di desain sedemikian rupa sehingga peletakan meja dan kursi dapat diatur bervariasi dan dapat dirubah susunannya sewaktu-waktu disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan yang menginginkan tempat duduk secara berkelompok dalam satu meja. Tata ruang *cafe* sebaiknya memiliki fasilitas ruangan yang memadai agar dapat memberikan dukungan pekerja melakukan aktifitasnya, sehingga akan menghasilkan mutu produk yang berkualitas serta memberikan kenyamanan dan keselamatan kerja bagi para pekerja maupun kenyamanan bagi pelanggan *cafe* untuk menikmati produk yang ditawarkan oleh *cafe* tersebut.

Dilihat sarana duduk yang diterapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko* ini sendiri, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager* *Reza Cafe* dan *Palekko*:

“Hampir semua mejanya itu terbuat dari kayu dan paling ada yang tiangnya besi atau kakinya besi yah memang awal konsepnya kita buka di sini mejanya tidak langsung begini, ada yang pakai plastik tapi sering berjalannya waktu kita melihat konsep kita kayanya tidak sesuai makanya kita sering mempelajari kondisi jadi semua diganti menggunakan kayu jadi memang *settingan tabel* yang di dalam itu cuman ada beberapa yang bisa betul-betul diatur artinya bisa digabungkan dan ada juga sama sekali tidak bisa digabungkan mejanya yang di dalam itu ada untuk yang 2 orang bisa, ada yang 3 orang, ada yang 4 orang dan ada yang 10 orang jadi memang konsep kita di sini adalah resto jadi untuk peruntukan mejanya disini untuk minimal 2 orang dan kita juga betul-betul memperhatikan penataan mejanya yang paling utama”.⁹¹

Sebagaimana yang dituturkan oleh bapak Hamzah Hatta selaku karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Pertama dari sarana duduknya kita ada sediakan gazebo-gazebo itu untuk *family* atau yah untuk tempat-tempat orang santailah dan untuk mejanya sendiri kita betul-betul beda dari *cafe* yang lain, bentuk dan bahanya juga berbeda”.⁹²

⁹¹Adamda Ruslan, *Manager* *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

⁹²Hamzah Hatta, Karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 26 Juni 2019.

Sebagaimana yang dikatakan oleh salah seorang konsumen juga mengenai sarana duduknya yang di *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Penataan ruangnya bagus yang di mana meja-mejanya juga diatur dengan baik dan dengan desain yang sangat unik”.⁹³

Begitu pula pendapat konsumen yang lain, berikut penjelasannya:

“Penataan ruangnya yah bagus sih karena ia menyediakan berupa gazebo untuk yang berkeluarga dan untuk yang mau nongkrong-nongkrong bagi anak muda juga ada dan terdapat mushollah juga yang itu jarang dimiliki oleh *cafe-cafe* yang lain, namun ada beberapa kursinya yang membuat saya tidak nyaman seperti yang ada di belakang yang di mana kursinya itu agak tinggi baru berat jadi ada beberapa orang yang mengangkatnya aja agak malas”.⁹⁴

Adapun, sebagian yang diungkapkan juga oleh salah satu konsumen yang di *Reza Cafe* dan *Palekko* mengenai sarana duduknya yang kurang nyaman, berikut penjelasannya:

“Dari penataan kursinya yah mungkin memang karena dia padat dan terus banyak jadi dia mepet-mepetki semua kursinya jadi diharapkan lebih dikasih ruang lagi atau dibuat jalanya lagi dan jarak antara meja dan mejanya itu dikasih sedikit jalan biar agak sedikit longgar jadi konsumen juga bisa merasa bebas bergerak”.⁹⁵

Begitu pula dengan pendapat konsumen lainnya, berikut penjelasannya:

“Penataan tata ruangnya sudah bagus cuman sedikit yang ingin saya komentari yaitu penataan sarana duduk yang di dalam itu terlalu dekat sekali jadi seperti tidak ada privasi”.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh bahwa dalam penataan tata letak sarana duduk yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko* tidak sepenuhnya menerapkan fungsi perencanaan (*takhtji>t}h*) dalam manajemen syariah

⁹³Arman, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 26 Juni 2019.

⁹⁴Andi Sangaji Adiguna, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 1 Juli 2019.

⁹⁵Anindya, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 11 Juli 2019.

⁹⁶Lili Nur Cahyani, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 17 Juli 2019.

dikarenakan dalam penataan sarana duduknya itu yang bagian dalam terlalu berdempetan dan padat sehingga jarak antara tempat duduk satu dengan tempat duduk lainnya itu sangat sedikit dan ruang gerak konsumen maupun karyawannya sendiri sangatlah terbatas dan tidak adanya pula privasi antara pengunjung satu dengan yang lain, sedangkan setiap konsumen yang datang ke *cafe* memiliki tujuan dan privasi masing-masing sesuai dengan aktivitas yang dilakukan. Sementara yang harus diketahui pula bahwa *cafe* memiliki sebuah prinsip yang menyangkut persyaratan, yaitu persyaratan mengenai kenikmatan manusia yang dititik beratkan pada kebutuhan ruang gerak atau individu. Kebutuhan ruang gerak bagi manusia atau individu adalah $1,4 - 1,7 \text{ m}^2$. Desain mebel, dalam perancangan desain *interior* sebuah *cafe* dapat mempengaruhi seorang pengunjung untuk berlama-lama duduk ataupun datang, makan lalu pergi. Standar dudukan kursi adalah $40 \times 40 \text{ cm}$, tetapi sebaiknya dibuat $45 \times 45 \text{ cm}$ agar pengunjung betah untuk berlama-lama. Walaupun, bagian dalam Reza *Cafe* dan *Palekko* penataan sarana duduknya padat akan tetapi *cafe* ini juga menyediakan gazebo untuk yang berkeluarga, itu merupakan salah satu keunggulan dari *cafe* ini.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis setelah melakukan wawancara dengan berbagai informan, maka dapat dilihat bahwa hasil pengamatan yang dilakukan mengenai tata letak sarana duduknya itu bagian dalam maupun bagian belakang itu terlalu berdempetan sehingga tidak adanya privasi dan kurangnya ruang gerak antara konsumen satu dengan lainnya itu disebabkan kurangnya ruang yang memadai sehingga apabila ingin menambah lokasinya itu sangatlah susah dikarenakan lokasinya yang terbatas.

Implementasi syariah dalam pengambilan *view* menurut fungsi perencanaan (*takht*) yaitu harus memperhatikan dalam proses pemilihan *view* baik itu dalam bentuk gambar atau desainnya. Di mana dalam pemilihan gambarnya di sini tidak melanggar syariat Islam misalnya gambar-gambar wanita yang tidak berpakaian, gambar orang yang minum khamar atau alkohol dan lain sebagainya. Desainnya juga bernuansa Islamiyah dan pemandangan yang digunakan untuk menempatkannya di tempat yang bagus dan nyaman serta menyenangkan ketika kelak konsumen maupun pengunjung dapat merasakan kenyamanan berada di dalam *cafe* dan penempatan *view* ini bukan hanya di dalam saja melainkan bisa pula di luar *cafe*.

Dalam pengambilan *view* pada Reza Cafe dan Palekko sendiri, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza Cafe dan Palekko:

“Kita dalam pengambilan *view* itu kita memanfaatkan alam dan Parepare kan didukung dengan *view* yang cantik jadi kenapa kita betul-betul menata lokasi kita betul-betul di tata sebaik mungkin karena kita ingin memanfaatkan kecantikan alam ini dan kita juga mengambil konsep kaca bening khususnya di dalam jadi *view* yang ada di belakang bukan cuman orang-orang yang memang duduk di belakang tapi khusus untuk orang yang di dalam juga”.⁹⁷

Sebagaimana yang diungkapkan juga dari salah satu karyawan Reza Cafe dan Palekko, berikut penjelasannya:

“Pengambilan *view*-nya sendiri itu kita mengambil konsep alam atau *semi outdoor* atau di sini sih konsepnya betul-betul yang pertama ingin melihat suasana dari Pareparenya sendiri, *sunsetnya* dan *lautnya*”.⁹⁸

Hasil wawancara tersebut, penulis memperoleh bahwa Reza Cafe dan Palekko dalam pengambilan *view*nya itu ia memanfaatkan keindahan alam yang ada di kota Parepare dikarenakan lokasi dari Reza Cafe dan Palekko ini berada di atas bukit jadi

⁹⁷Adamda Ruslan, *Manager* Reza Cafe dan Palekko kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

⁹⁸Hamzah, Karyawan Reza Cafe dan Palekko kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 26 Juni 2019.

konsumen yang datang dapat menikmati langsung keindahan alam yang dimiliki kota Parepare dan konsumen juga dapat menikmati *sunset* serta menikmati indahnya laut di malam hari.

Sebagaimana yang dikatakan juga oleh salah satu konsumen mengenai pengambilan *view* yang di *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Manurut saya *view* yang ada di sini cantik dan indah karena kita dapat menikmati indahnya pemandangan kota Parepare dan pemilihan gambarnya juga sesuai dengan konsepnya dan suasananya juga sejuk namun sedikit tambahan agar kiranya penghijauannya itu lebih ditambah lagi agar kiranya ketika di siang hari itu tidak terlalu panas dirasakan oleh pengunjung”.⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa implementasi syariah dalam pengambilan *view* yang diterapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko* sudah sesuai dengan manajemen syariah dikarenakan dalam pengambilan gambarnya tidak melanggar syariat Islam. *Cafe* ini menerapkan sesuai dengan konsepnya yaitu keindahan alam dan dalam pemanfaatan alamnya itu tidak berlebihan pula. Akan tetapi, *cafe* ini menerapkan sistem tanaman hijau. Sebagaimana Allah swt., menegaskan dalam Q.S Al-A'raaf/7: 56 yang berbunyi:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ
مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Terjemahnya:

“dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”.¹⁰⁰

⁹⁹Fitriani A. R, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 23 Juli 2019.

¹⁰⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 230.

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa manusia diperingatkan untuk tidak merusak atau memanfaatkan alam secara berlebihan. Oleh karena itu, manusia diperintahkan untuk menghargai, mencintai, dan menjaganya tanpa merusak alam ini.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis setelah melakukan wawancara dengan berbagai informan, maka dapat dilihat bahwa hasil pengamatan yang dilakukan mengenai pengambilan *view* oleh Reza Cafe dan Palekko tersebut yaitu *cafe* ini memanfaatkan keindahan alam dari kota Parepare dikarenakan kota Parepare memiliki keindahan alam yang sungguh luar biasa yang dapat dijadikan sebagai *spot* foto sehingga dengan adanya pengambilan *view* ini sangat menarik minat konsumen dikarenakan hal tersebut yang saat ini sangat diminati berbagai kalangan masyarakat khususnya anak muda.

2. Suara atau Musik

Implementasi syariah terhadap suara atau musik yaitu dalam menentukan suara atau musik tidak diperbolehkan terlalu berlebihan maksudnya tidak diperbolehkan melanggar syariat Islam. Di mana dalam pemilihan musik menurut Islam sendiri yaitu selama musik yang diberikan itu tidak mengandung maksiat, pesan yang disampaikan dalam musik adalah baik dan memiliki nilai agama dan tidak terlalu berisik atau keras. Suara atau musik yang diterapkan di Reza Cafe dan Palekko sendiri, seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza Cafe dan Palekko:

“Setelah kita 1 setengah tahun berjalan kita mempelajari ada beberapa *customer* pro dan kontra juga sih, ada yang suka suara musik yang keras, ada juga yang sedang artinya memang ada yang suka *jazz* artinya yang datang di sini berbagai macam orang, ada yang suka *jazz* dan semua *gendre*. Intinya orang yang datang ke *cafe* itu bukan semata-mata untuk mencari hiburan tetapi kadang-kadang mereka datang ke *cafe* itu karena ada sesuatu kepentingan dan konsepnya kita di sini memang diperuntukkan untuk umum artinya begini, tempat hiburan jadi orang yang datang ke sini itu bukan cuman

untuk makan saja akan tetapi kita juga ada namanya *entertaint* tapi kita mengambil dengan cara panggungnya itu ditutup kaca supaya suara yang keluar itu tidak terlalu keras jadi pengunjung yang datang ke sini itu betul-betul nyaman, bisa ngobrol dan bisa mendengar musik juga serta mereka juga bisa melihat *forfame* daripada pemainnya itu atau *playernya* itu dan betul-betul kita kondisikan kebutuhan masyarakat karena selain kebutuhan *customer* yang datang di sini kita juga tetap menjaga atau memperhatikan masyarakat yang ada di sekitar kira-kira apakah suara musiknya yang keluar itu tidak terlalu mengganggu atau mengganggu masyarakat yang ada di sekitar”.¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat mengetahui bahwa suara atau musik yang ditawarkan oleh *Reza Cafe* dan *Palekko* yaitu ia menggunakan panggung yang ditutupi kaca agar supaya suara yang keluar itu tidak terlalu keras jadi pengunjung yang datang ke *Reza cafe* dan *palekko* dapat merasa nyaman, bisa mengobrol dengan santai dan bisa mendengarkan musik serta dapat melihat *forfame* daripada pemainnya atau *playernya* itu. Ia juga mengkondisikan kebutuhan masyarakat karena selain kebutuhan *customer* yang datang ke *cafe* juga tetap menjaga atau memperhatikan masyarakat yang ada di sekitarnya, apakah suara musiknya yang keluar itu tidak terlalu mengganggu atau mengganggu masyarakat yang ada di sekitar.

Sebagaimana pula yang diungkapkan oleh salah satu konsumen mengenai suara atau musik yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Kalau menurut saya yang membuat saya tidak nyaman itu ketika kita terlalu dekat dengan *soon* sistemnya karena terlalu keras sekali”.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka penulis dapat mengetahui bahwa suara atau musik yang ditawarkan oleh *Reza Cafe* dan *Palekko* sendiri bersifat umum maksudnya semua *gendre* musik ada dan *cafe* ini mengenai suara atau musiknya belum sepenuhnya menerapkan syariat Islam dikarenakan terkadang musiknya itu

¹⁰¹Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

¹⁰²Lili Nur Cahyani, *Konsumen Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 17 Juli 2019.

terlalu berisik atau keras sehingga konsumen terkadang mengeluh terhadap musik yang ditawarkan dan konsumen menjadi merasa kurang nyaman mengenai hal tersebut. Jadi, diharapkan pemilik atau *managernya* lebih memperhatikan lagi mengenai keluhan konsumen karena itu dapat mempengaruhi *cafe* tersebut dalam jangka panjangnya dan pemilik atau *managernya* harus memperhatikan pula apakah musik yang ditawarkan tersebut melanggar syariat Islam atau tidak. Seperti firman Allah swt., dalam Q.S. Luqman/21: 6 yang berbunyi:

وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيَتَّخِذَهَا هُزُوًا
أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ

Terjemahnya:

“Dan di antara manusia (ada) orang yang mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa pengetahuan dan menjadikan jalan Allah itu olok-olokan. mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan”.¹⁰³

Maksud dari isi kandungan dari ayat tersebut yaitu dan di antara manusia ada yang membeli perkataan yang melalaikan (yaitu semua permainan yang melenakan dari ketaatan kepada Allah swt., dan menghalangi dari keridhaan Allah swt.,) untuk menyesatkan manusia dari jalan petunjuk ke jalan hawa nafsu, dan menjadikan ayat-ayat Allah swt., sebagai hinaan. Mereka akan mendapatkan siksa yang menghinakan dan merendahkan mereka. Ayat ini bersifat ancaman bagi orang-orang yang berusaha menyesatkan manusia, yang di mana diriwayatkan oleh Juwaibir yang bersumber dari Ibnu ‘Abbas bahwa ayat ini turun berkenaan dengan an-Nadlr bin al-Harits yang membeli seorang biduanita. Apabila ia mendengar seseorang akan masuk Islam, ia mengajak orang tersebut datang kepada biduanita tersebut. Kemudian, ia menyuruh biduanita itu menyediakan makanan dan minuman serta merayu orang tersebut

¹⁰³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 653.

dengan alunan suaranya. An-Nadrl berkata kepada orang yang dibujuknya itu: “ini lebih baik daripada ajakan Muhammad saw., yang hanya menyuruh shalat, shaum, dan berperang untuk kemenangannya”. Oleh karena itu, ayat ini menerangkan bahwa orang-orang yang berbuat seperti itu akan mendapat siksa yang sangat berat dari Allah swt.,

3. Desain Bangunan

Desain bangunan merupakan hal yang terpenting dalam suatu usaha *cafe* dikarenakan desain memiliki peran yang sangat penting untuk menimbulkan kesan nyaman, baik untuk pelanggan maupun konsumen ketika berada di *cafe* dan dapat beraktivitas sesuai yang diinginkan konsumen. Namun, bagaimana implementasi syariah dalam desain bangunan itu sendiri. Yang mesti diketahui bahwa Islam adalah agama yang *rahmatan lil ‘alamin*. Artinya agama yang memberikan rahmat bagi seluruh alam semesta dan seisinya. Oleh karena itu, sudah semestinya dalam merancang para arsitek muslim senantiasa berusaha agar rancangannya bermakna, memberikan manfaat bagi lingkungan atau kawasan di mana bangunan itu didirikan. Lebih jauh, harus dihindari pula merancang bangunan yang tidak bermanfaat bagi masyarakat, yang justru mendekatkan kepada kemubadziran. Kemubadziran adalah hal yang bertentangan dengan ajaran Islam, artinya dalam merancang suatu bangunan setiap arsitek harus berusaha untuk mewujudkan desain arsitektur yang tepat guna dan tidak berlebih-lebihan. seperti dinyatakan di dalam hadis riwayat Imam Muslim berikut:

Artinya:

“Jikalau akan melakukan suatu urusan, pertimbangkanlah manfaat dan mudharatnya, kalau urusan itu bermanfaat kerjakanlah akan tetapi jikalau urusan itu banyak mudharatnya tinggalkanlah”¹⁰⁴

¹⁰⁴Imam Abu Husein Muslim Ibnu Hajjal al-Qusyairy, *Hadits Shahih Muslim*, (Semarang: Penerbit Asy-Syifa’, 1992), h. 95.

Kemudian, dalam mendesain bangunan tidak terlepas dari *tekstur*, warna, *lighting* (pencahayaan), kenyamanan (*cozy*) dan lainnya. Adapun, desain bangunan (*tekstur*, warna dan *lighting* (pencahayaan)) yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko*, seperti halnya yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager*, berikut penjelasannya:

“Kalau desain bangunan sendiri kita menyusun konsep tradisional modern karena bahan-bahan yang kita gunakan di sini betul-betul industri artinya gini kita memang *interiornya* itu kebanyakan kayu sebenarnya artinya kita tidak mau terlalu memberikan warna yang mencolok terutama daripada dinding-dindingnya karena itu sangat kalau menurut saya itu sangat tidak cocok untuk kebanyakan orang artinya lebih banyak yang tidak menyukai warna yang mencolok daripada warna yang netral artinya warna yang kita kasih ini betul-betul netralah untuk semua pandangan penglihatan secara umum tidak ada yang berlebihan dari segi warna ataupun penataan-penataan penempatan gambar atau segala macam karena seperti yang dilihat di dalam itu memang dinding tapi bisa dibilang kurangnya dinding di dalam dan kita lebih berpatokan pada tiangnya ji karena konsepnya di sini *semi outdoor* jadi desainnya *simple ji*”.¹⁰⁵

Sebagaimana juga diungkapkan oleh salah satu konsumen mengenai desainnya, berikut penjelasannya:

“Desain bangunan yang sangat unik dan *artistik* dan sejuk yah sesuai dengan konsepnya yaitu alam”.¹⁰⁶

Mengenai *tekstur* yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko* sendiri, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* yaitu berikut penjelasannya:

“*Tekstur* yang dimiliki *Reza Cafe* sendiri lebih di sesuaikan dengan konsepnya yaitu *semi outdoor* dan *semi indoor* dan pemilihan bahannya sendiri itu lebih kepada kayu, kaca bening dan besi sehingga *tekstur* yang dihasilkan dapat membuat *customer* merasa betah dan nyaman ketika berada di dalam *cafe*”.¹⁰⁷

¹⁰⁵Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe dan palekko*, 24 Juni 2019.

¹⁰⁶Sukma, Konsumen *Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe dan palekko*, 27 Juni 2019.

¹⁰⁷Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe dan palekko*, 24 Juni 2019.

Menurut salah satu konsumen terhadap *tekstur* bangunan yang ada di Reza *Cafe* dan *Palekko* yaitu berikut penjelasannya:

“Kalau saya lihat mengenai *teksturnya* itu disesuaikan dengan konsep alamnya sih karena ia lebih banyak menggunakan bahan kayu dan terdapat beberapa pohon yang bagian belakang juga ada beberapa kaca bening, itu aja sih”.¹⁰⁸

Pemilihan warna yang diterapkan di Reza *Cafe* dan *Palekko* sendiri yaitu seperti yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Pemilihan warnanya sendiri kita mengambil daripada warna kayunya tersendiri sih tinggal di poles dengan tender biar kelihatan lebih cerah atau bersih makanya kita ada beberapa sedikit yang memang dindingnya warna putih karena itukan warna memang yang ketika dilihat adem dan bersih dilihat”.¹⁰⁹

Menurut salah seorang konsumen tentang warna yang diterapkan di Reza *Cafe* dan *Palekko* tersebut, berikut penjelasannya:

“Warnanya saya lihat itu disesuaikan dengan warna kayunya yaitu warna netral dan sebagian menggunakan warna putih artinya ia menyesuaikan dengan konsep alamnya”.¹¹⁰

Selanjutnya yaitu pemilihan *lighting* (pencahayaan) yang diterapkan di Reza *Cafe* dan *Palekko*, seperti halnya yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Kalau pencahayaannya sendiri atau *lightingnya* sendiri di dalam *Cafe* Reza itu kita menggunakan sekitar 80 (delapan puluh) lampu modelnya itu lampu pijar tapi LED jadi dia hemat listrik dan kita betul-betul menggunakan lampu yang memang warnanya bisa dibilang kuning keemasan atau *light* artinya cocok untuk memang konsep yang ada sekarang jadi orang yang datang itu

¹⁰⁸Umar, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

¹⁰⁹Adamda Ruslan, *Manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

¹¹⁰Arman, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 26 Juni 2019.

ahh tidak terang amat dan tidak gelap amat serta dikondisikan dengan suasana dan warna bangunannya atau warna desain *interiornya*".¹¹¹

Menurut salah seorang konsumen tentang *lighting* (pencahayaan) yang ada di Reza Cafe dan Palekko, berikut ungkapannya:

"Kalau pencahayaannya sendiri pasti otomatis masih terbilang bagus toh karena dia langsung pancaran sinar matahari yah sesuai dengan konsepnya *semi outdoor* dan pencahayaan lampunya juga disesuaikan dengan warna desain *interiornya* dan tidak remang-remangi".¹¹²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, mengenai desain bangunan yang di dalamnya sudah termasuk *tekstur*, warna dan *lighting* (pencahayaan) yang diterapkan di Reza Cafe dan Palekko tersebut, penulis memperoleh bahwa *cafe* ini sudah menerapkan sesuai dengan manajemen syariah dikarenakan dalam mendesain bangunannya itu tidak berlebihan sehingga tidak menimbulkan yang namanya kemubadziran dan *cafe* ini juga desain bangunannya itu lebih kepada konsep alam dikarenakan lokasinya itu berada di atas bukit sehingga keindahan alam dari kota Parepare dapat terlihat dan dalam pemanfaatan alamnya juga tidak berlebihan dan tidak merusak keindahan alam itu dan untuk lebih memperkuat konsep alamnya itu *cafe* ini menerapkan sistem tanaman hijau sehingga para *customer* atau konsumen yang datang bisa betah dan merasa nyaman serta tenang ketika berada di Reza Cafe dan Palekko. Di mana fungsi manajemen syariah yaitu perencanaan (*takhtij>tjh*) betul-betul diterapkan dalam perencanaan desain bangunannya. Dalam mendesain suatu bangunan harus diperhatikan struktur dan konstruksi yang kokoh dan kuat sehingga tidak membahayakan manusia yang menggunakannya sehingga *customer* (konsumen) tidak perlu khawatir tentang keselamatannya dan dapat merasa nyaman

¹¹¹Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 24 Juni 2019.

¹¹²Anindya, *Konsumen Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza cafe dan palekko, 11 Juli 2019.

ketika berada di *cafe*. Seperti halnya dalam firman Allah swt., Q.S. Al-Hadiid/27: 25, yang berbunyi:

...وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ... ﴿٢٥﴾

Terjemahnya:

“...dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu)...”¹¹³

4.4.2 Peranan Syariah dalam Pengorganisasian (*tanzim*)

Pengorganisasian ialah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, serta wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digunakan sebagai suatu kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.¹¹⁴

Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dalam fungsi pengorganisasian ini sesuai dengan manajemen syariah karena dapat merekrut karyawannya dengan baik sesuai dengan tugas masing-masing karyawan dan mengelompokkan karyawan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya sehingga mencapai tujuan yang diinginkan oleh Reza *Cafe* dan *Palekko* yaitu lebih mengembangkan lagi makanan khas Bugis yaitu *palekko*.

Berikut ini adalah beberapa implementasi syariah dalam fungsi pengorganisasian, yaitu:

1. Aspek Struktur

Pada aspek ini syariah diimplementasikan pada SDM yaitu hal-hal yang berkorelasi dengan faktor profesionalisme serta aqad pekerjaan. Di mana kriteria

¹¹³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 904.

¹¹⁴Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajerial* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 60.

profesional menurut syariah adalah harus memenuhi 3 unsur, yaitu *kafa'ah* (ahli di bidangnya), amanah (bersungguh-sungguh dan bertanggung jawab), dan *himmatul 'amal* (memiliki etos kerja yang tinggi).

2. Aspek Tugas dan Wewenang

Implementasi syariah dalam hal ini terutama ditekankan pada kejelasan tugas dan wewenang masing-masing bidang yang diterima oleh para SDM pelaksana berdasarkan kesanggupan dan kemampuan masing-masing sesuai dengan aqad pekerjaan tersebut. Adapun, tugas dan wewenang yang ada di Reza *cafe* dan palekko, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Adam selaku *manager*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data *Stakeholder* di Reza *Cafe* dan Palekko

No	Tugas dan Wewenang	Jumlah Karyawan
1	<i>Barista</i> (sebutan untuk seseorang yang pekerjaannya membuat dan menyajikan kopi kepada pelanggan)	Bagian ini ada 5 karyawan
2	<i>Serve</i> (penyaji atau pelayan)	Bagian ini ada 15 karyawan
3	<i>Cleaning service</i> (petugas kebersihan)	Bagian ini ada 3 karyawan
4	Kasir (pemegang kas)	Bagian ini ada 1 karyawan
5	Koki (juru masak)	Bagian ini ada 3 karyawan
6	<i>Pastry/appetizert</i> (hidangan pembuka aneka sup)	Bagian ini ada 3 karyawan
7	<i>Stewart</i> (cuci piring)	Bagian ini ada 4 karyawan
8	Gudang	Bagian ini ada 2 karyawan ¹¹⁵

3. Aspek Hubungan

Implementasi syariah pada aspek ini berupa penetapan budaya organisasi bahwa setiap interaksi antar SDM adalah hubungan muamalah yang selalu mengacu pada *amar ma'ruf dan nahi munkar*.

¹¹⁵Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan palekko, 22 Juli 2019.

4.4.3 Peran Syariah dalam Penggerakan (*tawji>h*)

Fungsi penggerakan (*tawji>h*) merupakan bagian dari proses kelompok atau organisasi yang tidak dapat dipisahkan. Adapun istilah yang dapat dikelompokkan kedalam fungsi ini adalah *directing commanding, leading dan coordinating*. Proses penggerakan adalah memberikan perintah, petunjuk, pedoman dan nasehat serta keterampilan dalam berkomunikasi. Penggerak merupakan inti dari manajemen yang menggerakkan untuk mencapai hasil, sedangkan inti dari penggerakan adalah *leading*.¹¹⁶ Di mana penggerak merupakan upaya untuk menggerakkan atau mengarahkan tenaga kerja serta mendayagunakan fasilitas yang ada untuk melaksanakan pekerjaan secara bersama guna mencapai tujuan yang ditetapkan secara efektif dan efisien.

Fungsi penggerakan (*tawji>h*) yang diterapkan di Reza *Cafe* dan *Palekko* yaitu dilihat dari segi pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan kebersihan

Kebersihan merupakan hal yang sangat penting dalam usaha bisnis *cafe* dikarenakan kebersihan itu sangat mempengaruhi kenyamanan konsumen. Oleh karena itu, seorang pemilik ataupun *manager* harus sangat memperhatikan mengenai hal tersebut. Sebagaimana dalam hadis juga disebutkan bahwa:

النَّظَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ

Artinya:

“Kebersihan adalah sebagian dari iman”. (HR. Ahmad)

¹¹⁶Sondang P. Siagani, *Sistem Informasi untuk Mengambil Keputusan*, (Jakarta: Gunung Agung, 1997), h. 88.

Hadits ini menerangkan tentang kebersihan merupakan sebagian dari iman. Hal ini berarti seorang muslim telah mempunyai iman yang sempurna apabila di dalam kehidupannya seorang muslim tersebut selalu menjaga diri, tempat tinggal, tempat usaha dan lingkungannya dalam keadaan bersih dan suci baik yang bersifat *lahiriyah* ataupun *batiniyah*.

Adapun, kebersihan yang diterapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko* yaitu seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam selaku *manager* *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya mengenai kebersihannya:

“Kebersihan merupakan salah satu bentuk pelayanan dikarenakan kebersihan merupakan hal yang paling utama, kadang ada *cafe* atau suatu usaha bisnis yang seperti ini mereka tidak terlalu memperhatikan kebersihan meja yang utamanya dan bukan cuman meja sih sebenarnya melainkan kebersihan yang di sekitarnya juga karena kita tidak mau kalau ada tamu atau *customer* yang datang ke sini mengatakan wah *Reza Cafe* dan *Palekko* ini kotor dan mejanya tidak terlalu dibersihkan makanya di sini kita menerapkan sistem kebersihan yang paling utama karena itu yang nomor satu menurut saya kebersihan, bagaimana betul-betul bau yang ada di sekeliling tidak terlalu mencolok baunya atau artinya kalau perlu tidak ada sama sekali baunya makanya kita betul-betul menggunkan alat-alat atau bahan-bahan kebersihan yang memang betul-betul sesuai dengan kayu dan meja yang kita pakai artinya betul-betul disesuaikan untuk menetralkan bau daripada makanan yang telah disajikan artinya *palekko* pastinya itu menimbulkan bau juga dan kita juga betul-betul menjaga pembuangan kita”.¹¹⁷

Sebagaimana diungkapkan pula oleh karyawannya yaitu, berikut penjelasannya:

“Di sini kita betul-betul menjaga yang namanya kebersihan yaitu dengan cara misalkan ada *customer* yang sudah selesai makan dan beranjak pergi dari sini maka kita langsung membersihkan meja tersebut dan kita juga senantiasa menjaga kebersihan toilet dan lingkungan sekitar karena kebersihan itu nomor satu buat kami dan ketika *cafe* ini bersih secara otomatis *customer* yang datang pasti bisa merasa nyaman dan tidak terganggu mengenai bau atau joroknya”.¹¹⁸

¹¹⁷Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 24 Juni 2019.

¹¹⁸Nasruddin, Karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 5 Juli 2019.

Menurut salah seorang konsumen mengenai kebersihan di Reza *Cafe* dan *Palekko* sendiri yaitu berikut penjelasannya:

“Fasilitasnya bagus dan saya lihat toiletnya juga bersih, lingkungan sekitarnya juga bersih”.¹¹⁹

“Kebersihannya sih yah bagus dan cukup, mushollahnya juga bersih dan keren sih mengenai kebersihan dan fasilitasnya”.¹²⁰

“Kalau kebersihannya 85% lah menurut saya karena saya lihat di luar maupun di dalam itu sangat bersih sih”.¹²¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat memperoleh bahwa Reza *Cafe* dan *Palekko* sangat mengutamakan mengenai kebersihan, sebab kebersihan itu dapat menentukan kenyamanan bagi *customer* yang ada dan kebersihan juga merupakan cerminan awal dari *cafe* ini selain dari *viewnya* yang indah dan cantik. Kebersihan yang diterapkan di *cafe* ini sudah sesuai dengan manajemen syariah dalam fungsi penggerakan (*tawji>h*) dan pengawasan (*ar-riqabah*). Dikarenakan dalam Islam itu kita dianjurkan untuk senantiasa menjaga kebersihan yaitu kebersihan diri, kebersihan tempat tinggal, kebersihan tempat usaha maupun kebersihan lingkungan sekitar. Di mana kebersihan juga mencerminkan akan keimanan seseorang. Oleh karena itu, diharapkan *manager* Reza *Cafe* dan *Palekko* tetap mempertahankan dan memberikan motivasi untuk karyawannya agar tetap mempertahankan, menjaga ataupun lebih ditingkatkan lagi kebersihan yang ada di Reza *Cafe* dan *Palekko*.

¹¹⁹Sukma, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 27 Juni 2019.

¹²⁰Andi Sangaji Adiguna, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 1 Juli 2019.

¹²¹Anindya, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 11 Juli 2019.

2. Pelayanan menjamu tamu atau *customer* (konsumen)

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Konsep Islam mengajarkan dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pedagang ataupun pengusaha terutamanya dalam bisnis *cafe* harus memberikan pelayanan prima yang sesuai dengan syariat Islam tanpa menimbulkan maksiat dalam menarik pembeli, di mana dalam memberikan pelayanan diharuskan yang ramah, sopan, tersenyum, tidak cemberut, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada konsumen sebagai ucapan terima kasih. Sebaliknya pedagang ataupun pengusaha yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma tidak menempatkan konsumen sebagai raja atau menganggap sebaliknya yaitu konsumen atau pelanggan yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli ataupun konsumen bagi yang berbisnis di bidang *cafe*.

“Di sini kami senantiasa memberikan pelayanan yang baik untuk *customer* sendiri dengan cara yang ramah, sopan, tersenyum. Misalkan juga ketika banyak tamu kita juga tertantang untuk bagaimana caranya kita pelayanannya lebih dimaksimalkan lagi dan kita juga menjelaskan secara mendetail menu kami kepada *customer* yang datang agar kiranya *customer* dapat memahami dan mengetahui menu apa saja yang ditawarkan di Reza *Cafe* ini kemudian terkadang ada juga *customer* yang pro dan kontra juga sih artinya ada yang kurang senang dengan pelayanan yang diberikan dan ada juga yang mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan *Cafe* Reza sudah baik ini dikarenakan *customer* yang datang memiliki karakter yang berbeda, jadi kita di sini tetap berusaha memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya ”.¹²²

¹²²Adamda Ruslan, *Manager Reza Cafe dan Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan palekko, 24 Juni 2019.

Berikut juga ungkapan salah seorang karyawan di *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Pelayanan yang baik begitu, berbicara yang sopan jadi seumpama bebek goreng atau palekkonya itu habis, eh bukan habis sih maksudnya masih ada tapi baru mau dimasak dan itu pasti butuh waktu yang agak lama jadi bagaimana cara kita menyampaikan yah kita pasti mohon maaf pak ibu palekkonya belum *ready* dan *readynya* sekitar 30-45 menit intinya kita betul-betul menyampaikan kepada *customer* sehingga *customer* juga paham apabila saya pesan makanan ini pasti bakalan lama dan para karyawan di sini juga selalu meminta tolong untuk menanyakan kepada bagian dapur menu apa saja yang *ready* dan sebelum kita menjual harus kita ketahui apa yang kita jual ini dan kita juga harus pahami produk yang kita jual”.¹²³

“Kalau cara pelayanan sih yah mudah dan biar *customer* bagus, nyaman dengan pelayanan kita yah salah satunya itu cara pelayanan kita lebih baik, sopan, murah senyum intinya pelayanan prima begitu sehingga *customer* itu merasa wah begini pelayanannya dan menarik pelayanan kita dan ia senang datang ke sini tapi kalau misalkan ramai itu otomatis pelayanan kita agak lambat namun, kita jelaskan secara detail apabila ada *customer* yang komplek yah kita bicara seadanya bilang begini mohon maaf ketika lambat tapi sebelum itu kita jelaskan dulu prosedur bilang mohon maaf ini makanan yang kita pesan agak lambat keluar karena sesuai dengan orderan yaitu makanan khususnya karena kita biasa ada masakan *ready* dan biasa ada yang lambat keluar jadi kita betul-betul menjelaskan dulu secara detail”.¹²⁴

Adapun, pendapat salah seorang konsumen mengenai pelayanan yang diberikan *Reza Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Pelayanannya bagus artinya saya lihat dari pemesanan cepat terus yang kedua keramahan dari para petugas”.¹²⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Reza Cafe* dan *Palekko* kepada *customer* mayoritas sudah baik dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dikarenakan ketika memberikan pelayanan yang terbaik maka pembeli akan banyak. Karena jika

¹²³Hamzah Hatta, Karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 26 Juni 2019.

¹²⁴Kenwik Willyam L, Karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 28 Juni 2019.

¹²⁵Sukma, Konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di *Reza cafe* dan *palekko*, 27 Juni 2019.

ada *customer* yang dilayani dengan baik dan ikhlas maka *customer* akan puas. Namun, sebaliknya jika ada penjual atau karyawan yang melayani pembeli dengan tidak baik. Misalnya bermuka cemberut, berkata kasar. Maka, pembeli enggan untuk bertransaksi dengan penjual atau karyawan tersebut dan *customer* juga merasa kurang nyaman ketika hal itu terjadi.

Ada beberapa pula konsumen yang kurang nyaman mengenai pelayanan yang diberikan oleh karyawan Reza *Cafe* dan *Palekko*, berikut penjelasannya:

“Pelayanannya biasa aja sih menurut saya dikarenakan ia kurang ramah, kurang senyum gitu dan terkadang juga kita harus beberapa kali panggil baru datang kalau misalkan lagi ramai sih tapi itu wajarlah tapi cumakan kembali keprofesionalisme walaupun sesibuk apapun nggak apalah kalau misalnya sekali dua kali kita panggil baru datang cumakan tetap ada yang namanya kita menghadapi *customer* dengan senyuman, dengan tata bahasa yang lebih ramah dan mudah dimengerti, yah itunya sih cuman kurang ramah”.¹²⁶

“Pelayanannya cukup karena apa kaya tadi itu seperti ini kaya tadi kita mau duduk dibagian belakang seharusnya sebelum kita masuk kan tadi dia lihat harusnya kasih tahu sebelumnya kalau dibagian belakang itu bukanya jam 5 artinya lebih memperbaiki lagi komunikasinya antara pelayan kepada konsumen sih dan untuk sarannya sih saya kepeleyannya sih agak sedikit ramahlah”.¹²⁷

“Untuk pelayanannya bagi saya itu cukup baik karena ada beberapa juga pelayannya itu kurang memuaskan menurut saya, yang pertama itu kalau mintaki di foto biasa nggak bagus caranya mafoto mungkin itu karyawannya bisa diajarkan sedikit cara berfoto yang baik biar untuk pelayanannya lebih bagus lagi”.¹²⁸

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen, penulis memperoleh bahwa pelayanan yang diberikan Reza *Cafe* dan *Palekko* itu masih kurang dikarenakan sebagian pelayannya itu kurang ramah dan kurangnya komunikasi antara

¹²⁶Andi Sangaji Adiguna, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 1 Juli 2019.

¹²⁷Anindya, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 11 Juli 2019.

¹²⁸Lili Nur Cahyani, Konsumen Reza *Cafe* dan *Palekko* kota Parepare, wawancara oleh penulis di Reza *cafe* dan *palekko*, 17 Juli 2019.

bagian *serve*/pelayan dengan konsumen sehingga menimbulkan konsumen merasa kurang nyaman atau risihlah dengan hal tersebut. Oleh karena itu, diharapkan pemilik atau *manager* lebih memperhatikan lagi mengenai bagian *serve*/pelayannya terutama bagi pelayan ceweknya agar kiranya ia melakukan tugas dan tanggung jawabnya dengan benar dan baik. Pelayanan yang seperti ini sangat bertolak belakang dengan konsep Islam di mana Islam mengajarkan dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Di mana pemilik atau *manager* harus mengetahui bahwa pelayanan pada *customer* (konsumen) sangat diperlukan bagi pemilik usaha karena *customer* (konsumen) adalah *partner* atau bahkan raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Hal ini dikarenakan transaksi pembelian adalah di mana pemilik usaha dapat menjaring *customer* (konsumen) yang sebanyak-banyaknya, sehingga menaruh kepercayaan pada banyak *customer* (konsumen) untuk membeli. Hal ini berdasarkan firman Allah swt., dalam Q.S. Ali Imran/3: 159, yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَّانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahnya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.¹²⁹

¹²⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 90.

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa jika mukmin bersikap keras, tidak peduli terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu yang anjuran wajib bagi mukmin.¹³⁰ Oleh karena itu, diharapkan pemilik atau *manager* Reza Cafe dan Palekko ini lebih memperhatikan lagi bagian *serve*/pelayannya itu yang kurang ramah. Dan mengenai hal lainnya dalam memberikan pelayanannya itu tidak melanggar syariat Islam dikarenakan ia tidak menggunakan barang-barang yang dilarang Islam dan cara yang dilarang Islam yaitu tidak menimbulkan kepada maksiat. Hal ini termasuk pada fungsi manajemen pergerakan (*tawji>h*) dan pengawasan (*ar-riqabah*).

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis setelah melakukan wawancara dengan berbagai informan, maka dapat dilihat bahwa hasil pengamatan yang dilakukan mengenai pelayanan menjamu tamu atau *customer* (konsumen) di Reza Cafe dan Palekko tersebut masih kurang khususnya bagi *serve*/pelayan wanitanya itu kurang ramah dan bermuka cemberut dalam menjamu konsumen sehingga konsumen merasa kurang nyaman akan hal tersebut, sedangkan pelayanan menjamu tamu atau *customer* (konsumen) merupakan hal yang terpenting dan paling utama dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, diharapkan pemilik atau *manager* Reza Cafe dan Palekko harus lebih memperhatikan dan mengawasi bagian *serve*/pelayan khususnya bagian *serve*/pelayan wanitanya agar lebih diajarkan atau dibimbing untuk senantiasa memberikan pelayanan prima bagi *customer* (konsumen).

¹³⁰Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam* (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004), h. 90.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan data penelitian yang telah diperoleh dan analisis yang telah digunakan, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi model *cozy* pada Reza Cafe dan Palekko kota Parepare dalam menarik minat konsumen dapat dilihat dengan tiga aspek yaitu:

5.1.1 Reza Cafe dan Palekko merupakan salah satu unit bisnis *cafe* di kota Parepare, di mana *cafe* ini memiliki konsep yang unik yaitu *coffee* dan *palekko*. Salah satu daya tariknya yaitu model *cozynya*. Adapun, implementasi model *cozynya* yaitu terdapat tujuh aspek yaitu *layout* (tata letak sarana duduk dan pengambilan *view*), suara atau musik, bau atau kotor, *tekstur*, desain bangunan, warna dan *lighting* (pencahayaan). Di mana dari ketujuh aspek tersebut, inti dari model *cozynya* yaitu menggunakan konsep *semi outdoor* dan *semi indoor* artinya *cafe* ini betul-betul memanfaatkan keindahan alam kota Parepare. Hal tersebut membuat Reza Cafe dan Palekko menjadi salah satu *cafe* yang masih eksis dan sangat diminati konsumen pada saat ini.

5.1.2 Dampak terhadap implementasi model *cozy* pada Reza Cafe dan Palekko kota Parepare dari segi peluang yaitu suasana ruangnya yang sangat nyaman, tempatnya yang strategis, penataan ruangnya sangat *artistik*, memiliki *view* yang sangat cantik dan indah yang dapat dijadikan sebagai *spot* foto dan memiliki ciri khas tersendiri yaitu makanan khas Bugis dan *coffee*. Dengan adanya peluang dari implemetasi model *cozy* yang dimiliki Reza Cafe dan

Palekko di atas dapat menimbulkan dampak positif dikarenakan dapat menarik minat konsumen sebab hal tersebut yang sangat dibutuhkan oleh konsumen selain dari makanan dan minuman yang lezat. Sedangkan dampak terhadap implementasi model *cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* kota Parepare dari segi *intern* maupun *ekstern* yaitu *pertama*, dampak dari segi *intern* yaitu disediakan tempat bermain atau *playground* untuk anak-anak, tersedianya tombol otomatis disetiap meja, bagian *serve*/pelayannya diharapkan lebih ramah, kurang memadai area parkirnya, mempertahankan cita rasa yang dimiliki baik dari segi makanan maupun *coffeenya*, dan penyajian makanannya harus disesuaikan dengan konsep alamnya serta ditambahkan lagi penghijauannya kemudian, tata letak sarana duduknya agar kiranya tidak terlalu berdempetan sehingga tersedianya ruang gerak dan adanya pula privasi antara *customer* satu dengan yang lain. *Kedua*, dari segi *ekstern* yaitu dari pebisnis lainnya. Dengan adanya berbagai dampak yang ditimbulkan baik dari segi *intern* maupun *ekstern* di atas maka, dapat dilihat bahwa dampak yang ditimbulkan yaitu berdampak negatif bagi *Reza Cafe* dan *Palekko*, khususnya dari segi *internnya*. Oleh karena itu, pemilik atau *managernya* harus memperhatikan, memperbaiki dan mengontrol berbagai dampak dari segi *intern* tersebut, sehingga dapat menarik minat konsumen agar tetap menjadi konsumen setia dan merasa puas akan produk yang ditawarkan dan menghasilkan suasana ruang yang nyaman bagi konsumen sehingga konsumen tidak bosan untuk berkunjung ke *Reza Cafe* dan *Palekko*.

5.1.3 Pelaksanaan penerapan model *cozy* yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko* yaitu dilihat dari tujuh aspek yaitu *layout* (tata letak sarana duduk dan pengambilan

view), suara atau musik, bau atau kotor, *tekstur*, desain bangunan, warna dan *lighting* (pencahayaan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam implementasi model *cozy* yang ada di *Reza Cafe* dan *Palekko* dalam menarik minat konsumen (analisis manajemen syariah) sebagian sudah terlaksana dengan baik dari segi fungsi manajemen syariahnya yaitu perencanaan (*takhtji>t}h*), pengorganisasian (*tanzji>m*), penggerakan (*tawji>h*), dan pengawasan (*ar-riqabah*). Adapun, belum secara menyeluruh pengaplikasiannya yaitu dari segi tata letak sarana duduknya yaitu bagian dalam terlalu padat atau berdempetan jadi, jarak antara meja satu dengan meja lainnya sangat dekat sehingga konsumen sangat susah untuk bergerak dikarenakan terbatasnya ruang gerak yang disediakan dan tidak adanya privasi antara konsumen satu dengan yang lain dan tata letak sarana duduk yang bagian lantai bawah juga tidak terimplementasikan karena dilantai bawah itu ingin dibuatkan *playground* untuk anak-anak. Kemudian dari segi suara atau musik dikarenakan *soon* sistemnya itu terlalu berisik atau keras sehingga konsumen terkadang mengeluh terhadap musik yang ditawarkan dan konsumen menjadi merasa kurang nyaman mengenai hal tersebut dan selanjutnya, dari segi pelayanan dalam menjamu tamu atau *customer* sendiri dikarenakan masih adanya karyawannya yang kurang ramah atau bermuka cemberut dalam melayani *customer* dan kurangnya komunikasi pula antara bagian *serve*/pelayan dengan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai saran antara lain:

- 5.2.1 Saat ini konsumen maupun pelanggan lebih kritis dalam memutuskan suatu keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan sudah banyaknya *cafe yang* bermunculan dengan penawaran serupa. Diharapkan Reza *cafe* dan palekko tetap menjaga ciri khasnya yang lebih *cozy* seperti ini, selalu melakukan evaluasi dan perbaikan juga terus kreatif untuk mengembangkan penawaran yang sudah ada. Namun, tetap harus selalu mengedepankan manajemen syariah dalam setiap pengelolaan manajemennya.
- 5.2.2 Agar pengembangan bisnis tetap eksis dan bertahan, diharapkan Reza *cafe* dan palekko harus tetap menjaga kualitas, cita rasa yang dimiliki baik dari makanan khas Bugisnya maupun cita rasa dari kopinya, lebih berinovasi lagi terhadap penata ruangnya agar tidak ketinggalan jaman, meningkatkan sumber daya manusia (karyawan) dan meningkatkan proses pelayanan sehingga konsumen akan selalu loyal dalam melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

1. Al-Qur'an al-Karim

Departemen Agama RI Al-Hikmah. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro.

Departemen Agama RI. 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surabaya: Karya Agung.

2. Sumber Buku

Akib, Muhammad, Charles Jackson dkk. 2013. *Hukum Penataan Ruang*, Pusat Kajian Konstitusi dan Peraturan Perundang-Undangan Fakultas Hukum Universitas Lampung, Bandar Lampung, [Pdf].

Ali, Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika.

Asnawi, Nur dan Mansyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Malang.

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Francis, D.K. Ching. 2007. *Arsitektur: Bentuk, Ruang, dan Tatanan*, Edisi III, Jakarta: Erlangga, [Pdf].

Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah: Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani.

Imam Abu Husein Muslim Ibnu Hajjal al-Qusyairy. 1992. *Hadits Shahih Muslim*, Semarang: Penerbit Asy-Syifa'.

Ismanto, Kwat. 2009. *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, cet I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kadir, A. 2010. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, Cet. 1, Jakarta: Sinar Grafika Offset.

Katsigris, Costas dan Chris Thomas. 2009. *Design and Equipment for Restaurants and Foodservice A Management View*, Edisi III, Canada: John Wiley & Sons, INC, [Pdf].

- Madura, Jeff. 2011. *Introduction To Business: Pengantar Bisnis*, Edisi IV, Jakarta: Salemba Empat.
- Miru, Ahmadi & Sutarman Yudo. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Edisi V, Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2004. *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam*, Yogyakarta: EKONOSIA.
- . 2005. *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN.
- Neufert, Ernst. 2002. *Data Arsitek*, Jilid 2, Jakarta: Erlangga, [Pdf].
- Rustan, Suriyanto. 2014. *Layout Asar & Penerapannya*, Edisi IV, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, [Pdf].
- Setiawan, Guntur. 2004. *Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan*, Jakarta: Erlangga.
- Siagani, Sondang P. 1997. *Sistem Informasi untuk Mengambil Keputusan*, Jakarta: Gunung Agung.
- . 2005. *Fungsi-Fungsi Manajerial*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan 5. Bandung: Alfabeta.
- . 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cetakan 14, Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman ibn Ahmad ibn Ayyub ibn Muthir AL-Hamiyyu Al-syami, Abu Goira Al-thabrani, *Mujam Al-Awsat* (Al-Gahira, Dar-Haramain), Juz 1.
- Suryanto, Bagong. 2007. *Metode Penelitian Sosial*, Ed 1, Cet. III, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suwanto. 2015. *Manajemen Pemasaran Syariah (Buku 1)*, Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.
- Tiasnaadmidjaja, D.A dalam Asep Warlan Yusuf. 1997. *Pranata Pembangunan*, Bandung: Universitas Parahiayang, [Pdf].
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang*, [Pdf].

Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wahab, Solichin Abdul. 2008. *Analisis Kebijakan dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

3. Sumber Internet

Barenlitbangda Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Daerah, “al-Qur’an Tentang Tata ruang dan Kelestarian Lingkungan”, *Blog Barenlitbangda Kota Banjarmasin*. [Pdf] Renlitbang. banjarmasinkota.go.id/2016/06/al-qur-tentang-tata-ruang-dan.html?m=1 (Diakses tanggal 22 februari 2019).

Belajar Pendidikan Pkn, “Pengertian Penerapan dan Unsur-unsur,” *Blog Belajar Pendidikan Pkn*. [Pdf] <http://belajarpendidikanpkn.blogspot.co.id/2017/03/pengertian-penerapan-dan-unsur-unsur.html?m=1> (Diakses tanggal 9 Maret 2018).

Kuliner Bandung, “Pilihan Cafe Bandung Cozy Dimata Anak Muda”, *Blog Sebandung.com*. [Pdf] <https://sebandung.com/2014/06/cafe-bandung-cozy/> (Diakses tanggal 22 februari 2019).

Materi Peluang Usaha, “Pengertian Peluang Usaha Menurut Para Ahli dan Bagaimana Membidiknya dengan Benar”, *Blog Maxmanroe.com*. [Pdf] <https://www.maxmanroe.com/pengertian-peluang-usaha.html> (Diakses tanggal 27 Juli 2019)

4. Sumber Skripsi, Tesis, Desertasi

Chandra, Richmond Shan, Martino Dwi Nugroho dan Grace Mulyono. 2015. “*Perancangan Cafe-Library and Resto di Surabaya*”, Jurnal Intra; Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra Vol. 3, No. 2: Surabaya, [Pdf].

Erna. 2018. “*Strategi Persaingan Bisnis Cafe Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*”, Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN): Parepare.

Hidayat. Deby Wahyu, Andreas Pandu Setiawan. 2015. “*Perancangan Interior Cafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya*”, Jurnal Intra; Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra Vol. 3, No. 2: Surabaya, [Pdf].

Izzati, Alifia Wida, Yuni Maharani, Dudy Wiyancoko. 2017. “*Relasi Desain dan Tata Letak Sarana Duduk Terhadap Kenyamanan Pengunjung Kafe*”, Fakultas Seni Rupa dan Desain; Institut Teknologi: Bandung, [Pdf].

Kurniawati, Rina. 2017. *“Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kafe Aita “Coffee & Lounge” Bantul)”*, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi; Universitas PGRI: Yogyakarta, [Pdf].

Prasetyo, Steven Adi. 2016. *“Kajian Desain Interior Restoran Piazza Italia dan Brandi Pizzeria di Surabaya”*, Jurnal Intra; Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra Vol. 4, No. 1: Surabaya, [Pdf].





LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)

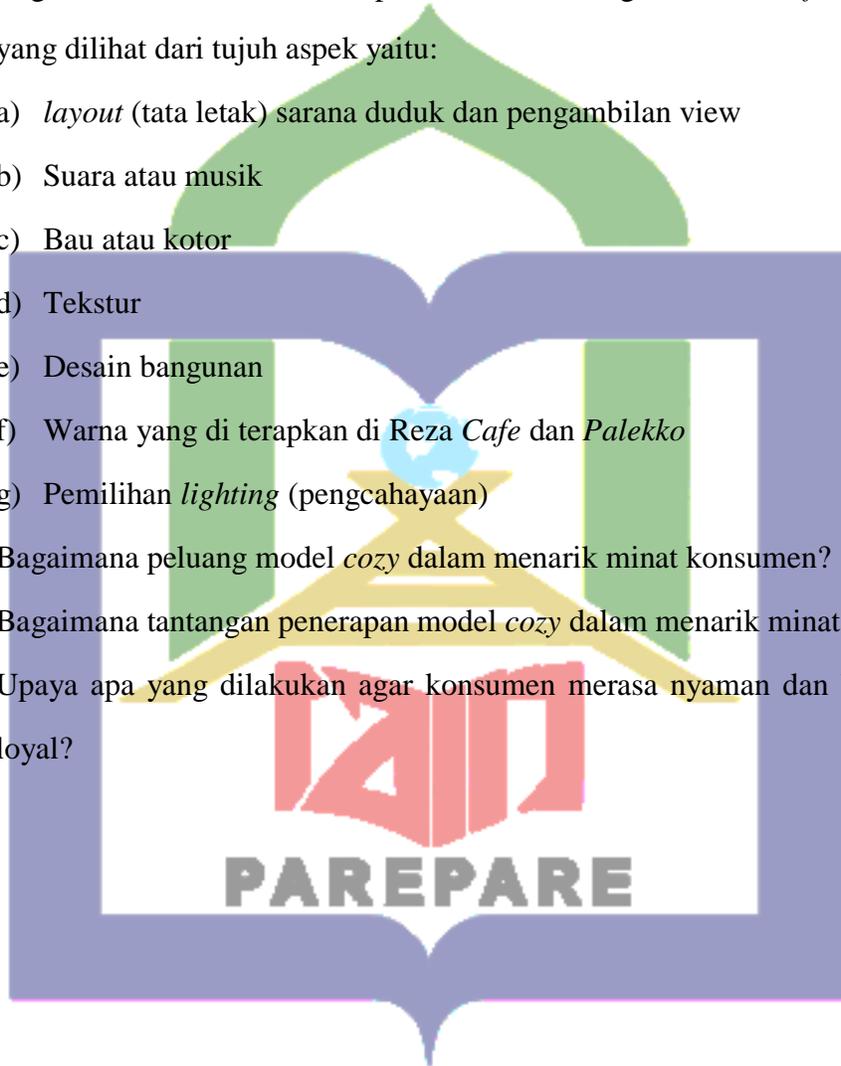
1. Pertanyaan

a. Daftar pertanyaan wawancara untuk pemilik *Reza Cafe* dan *Palekko*;

- 1) Bagaimana latar belakang berdirinya *Reza Cafe* dan *Palekko*?
- 2) Apa visi dan misi *Reza Cafe* dan *Palekko*?
- 3) Bagaimana bentuk model *cozy* yang di terapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko*?
- 4) Bagaimana cara melakukan penataan tata ruang di *Reza Cafe* dan *Palekko* yang dilihat dari tujuh aspek yaitu:
 - a) *layout* (tata letak) sarana duduk dan pengambilan view
 - b) Suara atau musik
 - c) Bau atau kotor
 - d) Tekstur
 - e) Desain bangunan
 - f) Warna yang di terapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko*
 - g) Pemilihan *lighting* (pencahayaannya)
- 5) Bagaimana peluang model *cozy* dalam menarik minat konsumen?
- 6) Bagaimana tantangan penerapan model *cozy* dalam menarik minat konsumen?

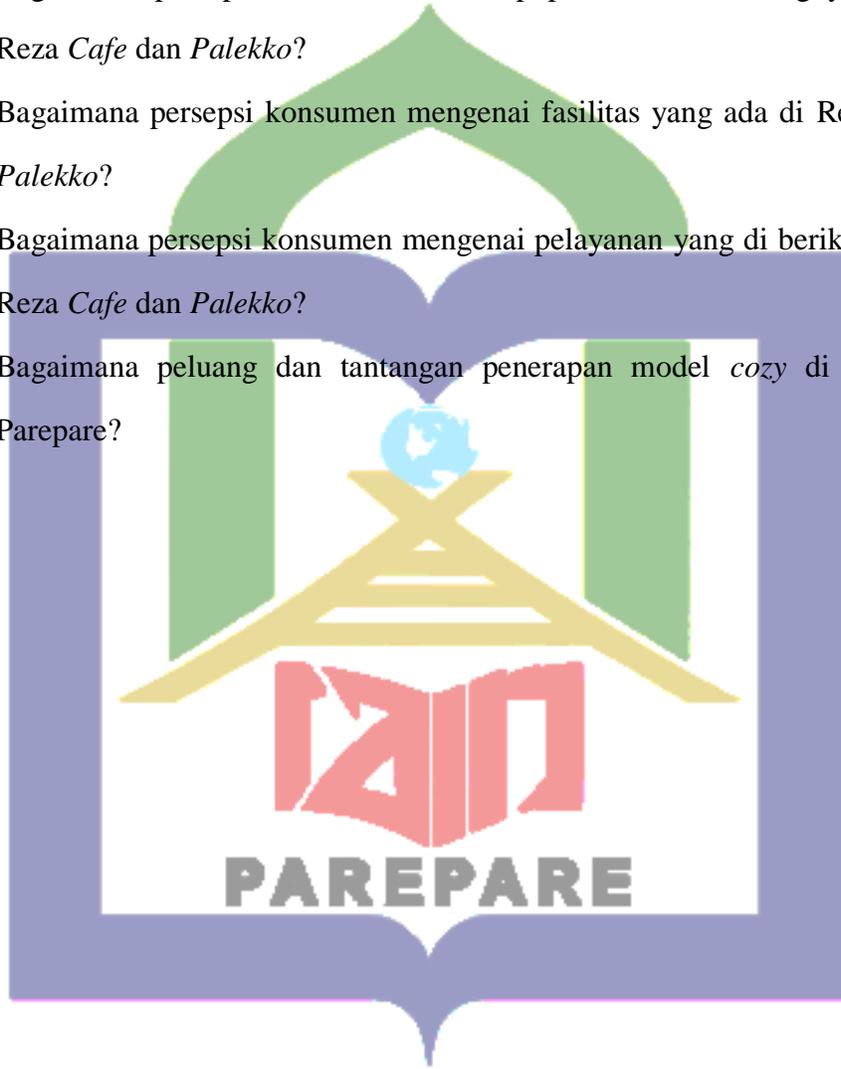
b. Daftar pertanyaan wawancara untuk karyawan

- 1) Bagaimana pemahaman anda mengenai visi dan misi *Reza Cafe* dan *Palekko*?
- 2) Bagaimana bentuk model *cozy* yang di terapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko*?
- 3) Bagaimana cara melakukan penataan tata ruang di *Reza Cafe* dan *Palekko* yang dilihat dari tujuh aspek yaitu:
 - a) *layout* (tata letak) sarana duduk dan pengambilan view
 - b) Suara atau musik
 - c) Bau atau kotor
 - d) Tekstur
 - e) Desain bangunan
 - f) Warna yang di terapkan di *Reza Cafe* dan *Palekko*
 - g) Pemilihan *lighting* (pencahayaannya)
- 4) Bagaimana peluang model *cozy* dalam menarik minat konsumen?
- 5) Bagaimana tantangan penerapan model *cozy* dalam menarik minat konsumen?
- 6) Upaya apa yang dilakukan agar konsumen merasa nyaman dan bisa menjadi loyal?



c) Daftar pertanyaan wawancara untuk konsumen

- 1) Bagaimana persepsi konsumen mengenai model *cozy* yang di terapkan di Reza *Cafe* dan *Palekko*?
- 2) Bagaimana persepsi konsumen terhadap penataan tata ruang yang dimiliki Reza *Cafe* dan *Palekko*?
- 3) Bagaimana persepsi konsumen mengenai fasilitas yang ada di Reza *Cafe* dan *Palekko*?
- 4) Bagaimana persepsi konsumen mengenai pelayanan yang di berikan karyawan Reza *Cafe* dan *Palekko*?
- 5) Bagaimana peluang dan tantangan penerapan model *cozy* di *cafe-cafe* di Parepare?



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ADAMDA RUSLAM
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
Alamat : JL. LABIMING
Umur : 26 TAHUN
Pekerjaan : WIRASWASTA
Pendidikan terakhir : SMA SEDERAJAT

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 24 Juni 2019
Yang bersangkutan

MANAGER CAFE REZA

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hamzah
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Alamat : Jl. Persada Sentosa No. 26
 Umur : 24 tahun
 Pekerjaan : Karyawan Cafe Reza
 Pendidikan terakhir : SMA

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
 NIM : 15.2200.024
 Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
 Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza *Cafe* dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Juni 2019

Yang bersangkutan


 Hamzah

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HAMZAH HATTA
Jenis Kelamin : LAKI - LAKI
Alamat : Jl. JEND. AHMAD YANI
Umur : 25 THN
Pekerjaan : ~~REZA~~ KARYAWAN CAFE REZA
Pendidikan terakhir : SMA

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26, JUN, 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : kenotte willyam . L
 Jenis Kelamin : Laki - laki
 Alamat : G102AP
 Umur : 19
 Pekerjaan : Karyawan
 Pendidikan terakhir : SMK

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
 NIM : 15.2200.024
 Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
 Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 28 Juni 2019

Yang bersangkutan


 kenotte .
 karyawan Reza Cafe

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NASRUDDIN
 Jenis Kelamin : laki^{oo}
 Alamat : ~~RAATI~~ Matras
 Umur : 19
 Pekerjaan : Karyawan COFFEE Reza
 Pendidikan terakhir : SMK

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
 NIM : 15.2200.024
 Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
 Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Juli 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : UMAR S. SOS. MM
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Alamat : Sappeep
 Umur : 34 tahun
 Pekerjaan : Padi
 Pendidikan terakhir : S2 Menerop Deakason

Menerangkan bahwa,

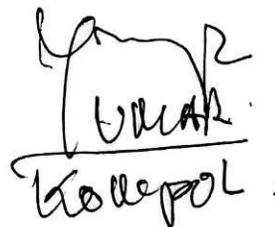
Nama : Rusdiana Alim
 NIM : 15.2200.024
 Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
 Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)”.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 24 Juni 2019

Yang bersangkutan


 Umar S. Sos. MM
 Kolekol

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ARMAN, SKM
Jenis Kelamin : L
Alamat : Mamasz
Umur : 34 th
Pekerjaan : PNS
Pendidikan terakhir : S1

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Juni 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : *SUKMA*
Jenis Kelamin : *Perekrjaan*
Alamat : *BARPU*
Umur :
Pekerjaan : *PHS*
Pendidikan terakhir : *S2*

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko Kota Parepare* dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, *27 Juni* 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANDI SANGAJI ADIBUMA
Jenis Kelamin : LAKI - LAKI
Alamat : MAKASSAR
Umur : 25
Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA
Pendidikan terakhir : DIPLOMA

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model Cozy pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Juli 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AMINDJA
 Jenis Kelamin : PEREMPUAN
 Alamat : Jl. A. MARRASAU
 Umur : 31 TAHUN
 Pekerjaan : WIRTAUSAHA
 Pendidikan terakhir : STRATA SATU (S1)

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
 NIM : 15.2200.024
 Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
 Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko Kota Parepare* dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 11 Juli 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lili Nur Cahyani
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Larasatka No.83
Umur : 21
Pekerjaan : Mahasiswa
Pendidikan terakhir : SMA

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada Reza *Cafe* dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 17 Juli 2019

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriani A. R. Sfi
Jenis Kelamin : ♀
Alamat : Makasar
Umur : 30
Pekerjaan : PNS
Pendidikan terakhir : S1

Menerangkan bahwa,

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang,
Kota Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Implementasi Model *Cozy* pada *Reza Cafe* dan *Palekko* Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)".

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Juli 2019

Yang bersangkutan





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iaipare.ac.id email: mail.iaipare.ac.id

Nomor : B-42 /In.39/Fakshi/06/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RUSDIANA ALIM
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 02 Juli 1996
NIM : 15.2200.024
Fakultas / Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL. H. A. M. ARSYAD NO.23, KELURAHAN BUKIT INDAH, KEC. SOREANG,
KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"Implementasi Model *Cozy* pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juni sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kersama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

17 Juni 2019

Dekan,

↳ Muliaty



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28, Parepare Telp. (0421) 23594, Fax (0421) 27719, Kode Pos 91111
Email : dpmtsp@pareparekota.go.id; Website : www.dpmtsp.pareparekota.go.id
PAREPARE

Nomor : 352/IPM/DPM-PTSP/6/2019 Yth. Parepare, 18 Juni 2019
Lampiran : - Pimpinan Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare
Perihal : Izin Penelitian

Di - Parepare

DAŠAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Peraturan Walikota Parepare No.39 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare
6. Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 482/ln.39/Feb/06/2019 tanggal 17 Juni 2019 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, Pemerintah Kota Parepare (Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare) dapat memberikan Izin Penelitian kepada :

Nama : Rusdiana Alim
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare / 07-02-1996
Jenis Kelamin : Wanita
Pekerjaan / Pendidikan : Mahasiswa / S1
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23
Kel. Bukit Indah, Kec. Soreang
Kota Parepare
91132

Bermaksud untuk melakukan Penelitian/Wawancara di Kota Parepare dengan judul :
Implementasi Model Cozy Pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare Dalam Menarik Minat Konsumen
(Analisis Manajemen Syariah)

Selama : TMT 24/06/2019 S/D 31/07/2019
Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera dibelakang Surat Izin Penelitian ini.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



TEMBUSAN : Kepada Yth.

- 1 Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
- 2 Walikota Parepare di Parepare
- 3 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare
- 4 Saudara Rusdiana Alim
- 5 Arsp.

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKEKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Manager Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Rusdiana Alim
NIM : 15.2200.024
Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Parepare
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam/Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. H. A. M. Arsyad No. 23, Kec. Soreang, Kel. Bukit Indah,
Kota Parepare

Yang bersangkutan tersebut benar telah melaksanakan penelitian di Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"IMPLEMENTASI MODEL COZY PADA REZA CAFE DAN PALEKKO KOTA PAREPARE DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)"**.

Demikian surat keterangan izin penelitian ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Juli 2019
Manager Reza Cafe dan Palekko,



Adamda Ruslan

DOKUMENTASI

1. Dokumentasi suasana di Reza Cafe dan Palekko



2. Dokumentasi dengan *manager* dan karyawan Reza Cafe dan Palekko



Wawancara dengan *manager* Reza Cafe dan Palekko 24 Juni 2019



Wawancara dengan karyawan Reza Cafe dan Palekko 26 Juni 2019



Wawancara dengan karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko* 28 Juni 2019



Wawancara dengan karyawan *Reza Cafe* dan *Palekko* 5 Juli 2019

3. Dokumentasi dengan konsumen yang berada di *Reza Cafe* dan *Palekko*



Wawancara dengan konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* 27 Juni 2019



Wawancara dengan konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* 11 Juli 2019



Wawancara dengan konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* 24 Juni 2019



Wawancara dengan konsumen *Reza Cafe* dan *Palekko* 17 Juli 2019

RIWAYAT HIDUP



Rusdiana Alim. Lahir di Parepare pada tanggal 02 Juli 1996. Merupakan anak ketujuh (7) dari delapan (8) bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Alm. Alimuddin dan Ibu Rusnah Tappi. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Adapun, riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2009 lulus dari SD Negeri 23 Parepare, Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Pada tahun 2012 lulus dari Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Parepare. Selanjutnya, melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 (SMKN 1) Parepare dengan Jurusan Administrasi Perkantoran, lulus pada tahun 2015. Kemudian, penulis melanjutkan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah). Pada semester akhir yaitu pada tahun 2019, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul “*Implementasi Model Cozy pada Reza Cafe dan Palekko Kota Parepare dalam Menarik Minat Konsumen (Analisis Manajemen Syariah)*”.

Selama menempuh perkuliahan, penulis mendapatkan Beasiswa Bidikmisi sehingga penulis masuk pada Ikatan Keluarga Mahasiswa Bidikmisi (IKMB) dan pernah berpartisipasi pada Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Syariah IAIN Parepare.

(Phone: 081247130023. Email: rusdianaalim16@gmail.com).