

SKRIPSI

KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)

Oleh:

**NUR FITRIYANI
NPM. 1602040034**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M**

**KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

NUR FITRIYANI
NPM. 1602040034

Pembimbing I : Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
Pembimbing II: Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Munaqosyah Skripsi**
Saudari Nur Fitriyani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di_
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka Skripsi saudara:

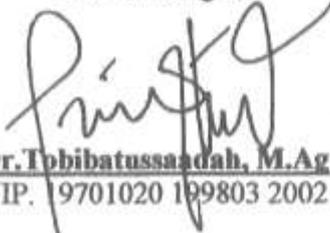
Nama : Nur Fitriyani
NPM : 1602040034
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I,


Dr. Tobibatussadah, M.Ag
NIP. 9701020 199803 2002

Metro, Juli 2020

Pembimbing II,


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)**

Nama : Nur Fitriyani

NPM : 1602040034

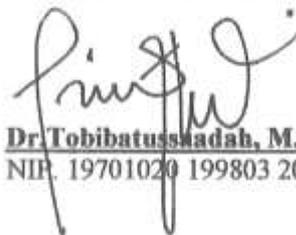
Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Metro.

Pembimbing I,


Dr. Tobibatussadab, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2002

Metro, Juli 2020

Pembimbing II,


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan K. Hajar Dewantara Kampus 15A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0720) 41507; Faksimil (0725) 47290; Website: www.metroainv.ac.id E-mail: iainmetro@metroainv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : 2240/ln.28.3/0/PP.00.9/09/2020

Skripsi dengan Judul: KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro), disusun Oleh: NUR FITRIYANI, NPM: 1602040034, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin/13 Juli 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag

Penguji I : Drs. H. M. Saleh, M.A

Penguji II : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



[Signature]
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK
KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)

Oleh:
NUR FITRIYANI

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep ekonomi di era saat ini yang di dasari oleh inovasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama. Rumah makan merupakan salah satu dari 16 subsektor ekonomi kreatif di bidang kuliner. Saat ini persaingan bisnis rumah makan menuntut para pembisnis untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnis kuliner rumah makan yang di miliki. Bapak Yudo Setiadi bersama kedua adiknya berinovasi untuk mendirikan Rumah Makan yang di beri nama Kayu Watu dengan mengusung konsep alam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kontribusi keunikan desain Rumah Makan terhadap keputusan membeli.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*), adapun sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif serta dalam penelitian ini menggunakan cara berfikir induktif, dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Tujuannya agar dapat mendeskripsikan kontribusi keunikan desain rumah makan dalam perspektif ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah wawancara, dan dokumentasi. Wawancara di lakukan kepada pengelola Rumah Makan, dan konsumen Rumah Makan Kayu Watu, dan dokumentasi di gunakan untuk pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa data-data terkait usaha Rumah Makan Kayu Watu.

Dari hasil penelitian ini adalah bahwa kontribusi keunikan desain rumah makan kayu watu untuk terus berinovasi dalam meningkatkan konsep desain yang di inginkan konsumen agar menarik minat beli konsumen. Keunikan desain rumah makan menjadi kontribusi yang penting karena berpengaruh terhadap keputusan membeli. Dalam menjalankan usahanya rumah makan kayu watu telah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci: *Keunikan Desain, Rumah Makan, Keputusan Membeli.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Fitriyani
NPM : 1602040034
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2020
Yang Menyatakan,



Nur Fitriyani
NPM. 1602040034

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خِلَّةً
وَلَا شَفَاعَةً ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٢٥٤﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at, dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim. (Q.S. Al-Baqarah: 254)*¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 33

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah, peneliti mempersembahkan untuk Allah SWT, berkah Ar-Rahman dan Ar-Rahim-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Karya ini peneliti persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibuku tersayang (Kurdi dan Titik Nasehati), yang senantiasa mendoakan, memberikan motivasi, dukungan baik moril dan materi, dan semangat yang tulus kepadaku.
2. Adik-adikku (Risky Kurniawan dan Fitria Amanah) yang selalu memberikan dukungan, semangat serta do'a demi terselesaikannya pendidikanku.
3. Sahabatku (Laila, Putri, Riki, Inayah, dan Siti) dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan do'a demi kelulusanku.
4. Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sebagai salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Sastra Satu (S1) Syariah dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Institut Agama Islam Negeri Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

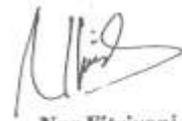
Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
3. Bapak Dharma Setiawan, M.A Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,
4. Ibu Dr. Hj.Tobibatussaadah, M.Ag dan Ibu Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud, selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi,
5. Para Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, yang telah memberi ilmu baik dari dalam perkuliahan maupun diluar perkuliahan,
6. Bapak Yudo Setiadi Selaku Pemilik usaha Rumah Makan Kayu Watu Metro, tempat penelitian atas dukungan dan bantuan dalam pengumpulan data,

7. Rekan-rekan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 yang telah memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi,
8. Alamamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan agama Islam.

Metro, Juli 2020
Peneliti,



Nur Fitriyani
NPM. 1602040034

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan dan manfaat penelitian.....	7
D. Penelitian relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Tinjauan Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan	12
1. Ekonomi Kreatif dalam Bisnis Rumah Makan	12
a. Definisi Ekonomi Kreatif	12
b. Urgensi Ekonomi Kreatif.....	13
c. Bisnis Rumah Makan.....	14
2. Keunikan Desain Rumah Makan	17
a. Pengertian Keunikan Desain Rumah Makan.....	17
b. Urgensi Desain Rumah Makan.....	20

B. Keputusan Membeli Konsumen	22
1. Pengertian Keputusan Membeli.....	22
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli ...	23
C. Kajian Ekonomi Islam	26
1. Definisi Ekonomi Islam	26
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis dan Sifat Penelitian	30
B. Sumber Data	31
C. Teknik Pengumpulan Data	33
D. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Profil Rumah Makan Kayu Watu Metro	37
1. Letak Geografis Rumah Makan Kayu Watu Metro	37
2. Sejarah berdirinya Rumah Makan Kayu Watu Metro	38
B. Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli Rumah Makan Kayu Watu Metro	42
C. Analisis Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli dalam Perspektif Ekonomi Islam	48
BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi (SK)
2. Alat Pengumpulan Data (APD)
3. Surat Tugas Research
4. Surat Risearch
5. Surat Balasan Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi Hasil Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang berlandaskan pada kreativitas dan inovasi.¹ Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep ekonomi di era saat ini yang didasari oleh inovasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama. Pada dasarnya ekonomi kreatif adalah bentuk aktivitas ekonomi yang mengutamakan kreativitas berfikir sebagai modal utama dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang mempunyai nilai serta sifat komersial. Ekonomi kreatif merupakan sebuah industri kreatif yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat seseorang dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menciptakan dan mengeksplorasi daya cipta dan daya kreasi orang tersebut. Karena semakin maju zaman menuntut sumber daya manusia untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan usaha yang dimiliki.

Ekonomi Kreatif Berkembang dari konsep modal berbasis kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah.² Ekonomi kreatif adalah bentuk ekonomi modern dan bisa dikatakan sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara saat ini. Ekonomi kreatif sangatlah berperan dalam perekonomian suatu negara

¹ Subdirektorat Statistik, *Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor Ekraf Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016*, (Jakarta: CV Dharmapura, 2017), 3.

² Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 6.

terutama dalam menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, menambah kekayaan intelektual, meningkatkan teknologi, dan sebagainya. Selain itu peranan ekonomi kreatif sangatlah besar terhadap perekonomian saat ini karena ekonomi kreatif mampu memutuskan kesenjangan ekonomi di masyarakat dan memberikan kesejahteraan secara umum. Ekonomi kreatif juga penting untuk pengembangan perekonomian di Indonesia sehingga sumber daya manusia mampu mengembangkan inovasi dan kreativitas yang dimiliki guna menciptakan hal baru untuk tetap tumbuh berkembang dan mampu bersaing di masa yang akan datang.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 tahun 2015, kegiatan ekonomi kreatif mencakup 16 subsektor. Subsektor-subsektor tersebut adalah aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain produk, fashion, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni rupa dan televisi.³ Rumah makan sendiri merupakan salah satu dari 16 subsektor ekonomi kreatif di bidang kuliner. Ekonomi kreatif kuliner memberikan kontribusi yang besar karena dilatar belakangi bahwa Indonesia memiliki warisan budaya produk makanan yang khas, yang pada dasarnya merupakan sumber keunggulan komparatif bagi Indonesia. Saat ini persaingan bisnis rumah makan menuntut para pembisnis untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnis kuliner rumah makan yang dimiliki. Bidang bisnis kuliner berkembang pesat karena bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia. Pangan bukan lagi produk konsumsi

³ Peraturan Presiden No 72 Tahun 2015.

untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Namun, saat ini pangan menjadi sebuah gaya hidup baru dikalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya rasa namun juga sebagai kebutuhan lain untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi, karena industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya.

Konsumen modern saat ini tidak hanya melihat rasa dan harga yang terjangkau namun tampilan yang unik akan lebih menarik bagi mereka terlebih lagi bisa digunakan sebagai spot atau *background* foto. Semakin unik desain rumah makan maka akan menarik minat konsumen. Pentingnya keunikan desain rumah makan akan memberikan kontribusi tersendiri bagi pembisnis rumah makan. Saat ini banyak rumah makan yang menawarkan fasilitas dan pelayanan lebih terhadap konsumen guna menarik minat konsumen seperti jaringan internet gratis, fasilitas tempat ibadah, dan tempat bermain untuk anak. Selain itu desain rumah makan yang menarik akan menjadi pertimbangan keputusan membeli konsumen saat ini. Allah berfirman dalam Al-Quran sebagai berikut:

... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ ...

Artinya: “*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*” (QS. Ar-Ra’d: 11).⁴

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 199

Di dalam diri manusia akan berkembang rasa kesadaran, keprihatinan, dan ketakwaan. Dia menyadari bahwa qadar Allah pada dirinya terlasir dari celah-celah tindakannya sendiri.⁵ Ayat di atas menjelaskan segala hal yang bersifat internal keyakinan, pikiran ide, emosi, keadaan, kondisi perilaku, tindakan dan status atau hubungan. Ayat ini mendorong agar manusia untuk selalu berfikir kreatif dan inovasi.

Banyaknya pilihan rumah makan membuat konsumen lebih teliti dalam menentukan pilihan rumah makan. Konsumen saat ini dalam menentukan keputusan membeli pada rumah makan lebih melihat tempat yang nyaman dan unik serta fasilitas lebih. Di era modern saat ini tidak hanya rasa dan harga yang terjangkau namun kenyamanan juga sangat diperhatikan konsumen saat ini. Salah satu rumah makan yang menjadi pilihan konsumen di Kota Metro adalah Kayu Watu.

Kayu watu di dirikan pada Maret 2016, pendirinya adalah bapak Yudo Setiadi. Bisnis ini adalah bisnis keluarga yang dikelola 3 bersaudara, yaitu Yudo Setiadi, Dana, dan Fatih Istiqomah. Modal awal didirikannya rumah makan ini kurang lebih Rp 400.000.000. Saat ini kayu watu mempekerjakan 14 orang karyawan. Berdasarkan interview dari hasil pra survey pengelola Rumah Makan Kayu Watu, yaitu ibu Fatih istiqomah yaitu adik dari bapak Yudo setiadi pemilik Rumah Makan Kayu Watu, dahulu sebelum mendirikan Rumah Makan Kayu Watu bapak Yudo pernah menjalankan bisnis kuliner ketika awal kuliah di jogja. Beliau kuliah sambil bekeja (*part-time*), beliau sudah merintis usaha kecil kuliner seperti bakso dan warung tenda dengan

⁵ Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilail Qur'an*, (Jakarta: Gema Insani, 2008), 282.

konsep angkringan. Bisa dikatakan sudah merasakan jatuh bangun dalam bisnis kuliner oleh karenanya beliau sudah mempunyai pengalaman dalam bidang bisnis kuliner menurutnya salah satu permasalahan yang dihadapi dalam mendirikan kuliner selain rasa, harga dan pelayanan adalah desain Rumah makan. Rumah makan kayu watu menyajikan tema alam. Latar belakang memilih tema desain rumah makan ini karena hobi dari ketiganya yaitu kuliner dan alam, karena suasana yang alami akan menambah kenikmatan tersendiri ketika menyantap makanan. Adapun material yang digunakan untuk membuat desain tempatnya menggunakan bahan dasar kayu dan batu. Ada tiga tipe tempat desain yang ada Rumah Makan Kayu Watu yaitu, saung-saung, rumah pohon, dan tempat makan yang mempunyai bagian luas untuk berkumpul dengan keluarga ataupun *meeting*. Rumah pohon merupakan salah satu tipe desain tempat yang unik dan mempunyai ciri khas tersendiri pada Rumah Makan Kayu Watu ini, di karenakan di kawasan Metro sendiri masih jarang sekali Rumah makan yang mengusung tema Rumah pohon menjadi tipe tempat rumah makan. Sehingga tanpa disadari keunikan desain rumah makan menjadi salah satu aspek penting dalam menarik minat beli konsumen.

Rumah makan kayu watu menyajikan beberapa jenis menu makanan, seperti ikan, *seafood*, ayam, nasi goreng, nasi bakar, bakso dan mie, serta *vegetarian* harga mulai dari Rp8.000 hingga Rp27.000. Di Rumah Makan kayu watu juga menyediakan *steak* dan *snacks* seperti *Beefsteak*, *chicken steak*, iga bakar, bakso bakar, roti bakar, jamur *crispy*, dan lain-lain harga mulai dari Rp7.000 hingga Rp30.000 . Selain itu ada berbagai jenis minuman

yang ditawarkan yaitu aneka jenis jus, es degan, dan kopi harga mulai dari Rp8.000 hingga Rp13.000. Rumah makan kayu watu juga menerima pesanan via *online*, dan juga menerima pesanan *catering*.

Saat ini di kawasan Metro sendiri masih jarang rumah makan yang menyajikan desain rumah makan dengan konsep alam dengan menyajikan tema rumah pohon saung-saung serta kolam ikan dan pemandangan yang hijau. Namun di samping itu ada masalah yang dihadapi yaitu saung dan rumah pohon yang menggunakan bahan utama kayu dan watu, kayu sendiri rentan karena mudah lapuk jadi perawatannya sendiri harus lebih diperhatikan apalagi ketika datang musim hujan membuat kayu lebih mudah lapuk dan di lebih sering direnovasi di bandingkan dengan bahan yang permanen seperti bata semen.

Kayu Watu menggunakan sistem promosi melalui *offline* dan *online*. Kayu Watu melakukan promosi menggunakan brosur karena pada saat itu *online* belum seramai dan belum terlalu banyak di akses oleh semua khalayak seperti saat ini sehingganya masih menggunakan sistem *offline* dengan cara menyebar brosur ke sekolah, jalan-jalan raya selain itu juga memasang banner, namun saat ini ketika akan mengenalkan menu baru dapat dengan mudah dengan menggunakan sistem *online* yaitu melalui media sosial seperti facebook dan instagram karena dianggap lebih efektif mengingat saat ini sosial media lebih cepat di akses.⁶

⁶ Fatih Istiqomah, pemilik Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 10 Januari 2020.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang: “Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli Konsumen”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimana kontribusi keunikan desain rumah makan kayu batu terhadap keputusan membeli konsumen dalam perspektif ekonomi islam?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kontribusi keunikan desain rumah makan kayu batu terhadap keputusan membeli konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Peneliti mengharapkan terdapat manfaat berupa tambahan wawasan pengetahuan, sumbangan fikiran, menambah ilmu dibidang ekonomi kreatif rumah makan bagi peneliti, masyarakat, khususnya yang berkecimpung dalam bisnis rumah makan.

b. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan bahan informasi, rujukan, bagi peneliti sendiri, dan masyarakat mengenai kontribusi kreatifitas usaha rumah makan.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah penelitian yang mengemukakan dan menunjukkan perbedaan dan persamaan antara penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian relevan tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Muhammad Arif “Pengaruh *Store Atmosfer*, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Soban Cafe Medan” mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, Studi kasus di Soban Cafe Medan, penelitian ini dilakukan pada tahun 2018, fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosfer*, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis serempak maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian di soban cafe medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Soban Cafe. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang di dapatkan dengan menggunakan metode kuesioner. Dalam penelitian ini *store atmosfer*, dan lokasi secara sparsial berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Soban Cafe.⁷

Judul diatas dengan judul yang sedang diteliti memiliki persamaan yaitu: sama sama melihat keputusan membeli konsumen. Sedangkan perbedaan peneliti dengan penyusun terletak pada tujuan penelitian. Bahwa penelitian relevan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis serempak maupun secara parsial Sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini peniliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi keunikan rumah makan terhadap keputusan membeli konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

2. Dewi Annisa Puspita “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Restoran Waroeng Taman Kota Bogor” mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, studi kasus di Restoran Waroeng Taman Kota Bogor, penelitian ini dilakukan pada tahun 2014, fokus penelitian ialah untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hasil dari Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis proses keputusan pembelian, dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di waroeng taman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Terdapat enam faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Waroeng Taman, yaitu pelayanan, faktor proses psikologi,

⁷ Muhammad Arif, “Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Soban Cafe Medan”, UIN Sumatera Utara, Skripsi, 2018.

faktor pengaruh lingkungan, faktor produk, faktor perbedaan individu, dan faktor eksternal. Faktor pelayanan adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.⁸

Judul diatas memiliki kesamaan yaitu : menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Sedangkan perbedaan peneliti dengan penyusun terletak pada metode penelitian, penelitian terdahulu menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis faktor sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.

3. Netti Herawati “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor” Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, studi kasus Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor. fokus penelitian ini ialah untuk mengetahui Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian ini dilakukan pada tahun 2013, dalam penelitian ini, proses perilaku pengunjung diasumsikan terbatas pada kepuasan tidak mengkaji pengaruhnya terhadap loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik umum pengunjung dan menanalisis proses keputusan pengunjung rumah makan, dan menganalisis tingkat kepuasan pengunjung rumah makan. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Keputusan konsumen yang

⁸ Dewi Annisa Puspita, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Restoran Waroeng Taman Kota Bogor”, Institut Pertanian Bogor, Skripsi, 2014.

dilaksanakan dalam bentuk tindakan membeli tidak muncul begitu saja tetapi melalui suatu proses yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi pasca pembelian.⁹

Judul di atas memiliki kesamaan yaitu : menganalisis proses keputusan konsumen. Sedangkan perbedaannya terletak pada studi kasus dan teknik dan jenis penelitian. Dimana penelitian relevan studi kasus di rumah makan nasi timbel saung merak bogor sedangkan studi kasus peneliti di rumah makan kayu watu kota metro. dan terdapat perbedaan dalam jenis penelitian yang digunakan oleh penelitian relevan menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan peneliti sendiri menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Berdasarkan ketiga penelitian di atas memiliki persamaan yaitu dari segi tujuan untuk melihat keputusan membeli konsumen. Sedangkan perbedaan judul peneliti dengan ketiga penelitian tersebut terletak pada metode penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan terdapat perbedaan pada studi kasus.

⁹ Netti Herawati, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor", Institut Pertanian Bogor, Skripsi, 2013.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan

1. Ekonomi Kreatif dalam Bisnis Rumah Makan

a. Definisi Ekonomi Kreatif

Istilah Ekonomi Kreatif Berkembang dari konsep modal berbasis kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah.¹ Oleh karenanya kreativitas saat ini menjadi aspek yang penting bagi perekonomian suatu daerah. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang muncul di era ekonomi baru dimana mengandalkan informasi dan kreativitas kemudian ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia menjadi faktor produksi pertama.

Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang berlandaskan pada kreativitas dan inovasi.² Kreativitas dan inovasi inilah yang dapat meningkatkan daya saing produk Indonesia baik di pasar domestik maupun internasional. Potensi peningkatan inovasi dan kreativitas berasal dari kearifan lokal masing-masing daerah Indonesia. Peningkatan daya saing produk dan daya saing sumber daya manusia usaha/perusahaan ekonomi kreatif baik itu usaha/perusahaan yang berskala mikro, kecil, menengah, maupun berskala besar, dapat

¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif pilar pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 6.

² Subdirektorat Statistik, *Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor Ekraf Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016*, (Jakarta: CV Dharmapura, 2017), 3.

dilakukan dengan mula-mula mengetahui profil dari pengusaha dan karakteristik usaha perusahaan ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi, sehingga pertumbuhan ekonomi suatu negara diharapkan tidak lagi hanya mengandalkan sumber daya alam sebagai aset utama.³ Dengan begitu, diharapkan usaha/perusahaan ekonomi kreatif dapat bersaing dalam pasar domestik dan internasional.

b. Urgensi Ekonomi Kreatif

Pengaruh ekonomi kreatif terhadap perekonomian Indonesia sangatlah besar. Salah satu pengaruh terpenting dari ekonomi kreatif terhadap perekonomian di Indonesia adalah bahwa ekonomi kreatif memberikan kesempatan terhadap masyarakat untuk ikut serta dalam proses pengembangan ekonomi kreatif.⁴ Dalam hal ini sumber daya manusia sangat berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif, karena sumber daya manusia menuangkan ide ataupun gagasan mengikuti perkembangan zaman saat ini.

Ekonomi kreatif dapat memberikan dampak terhadap peningkatan pengembangan sosial budaya yang ada di masyarakat, selain itu, hasil peningkatan output yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif

³ Subdirektorat Statistik Ekspor, *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*, (Jakarta: CV Petratama Persada, 2017), 3.

⁴ Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*, (Jakarta: yayasan pustaka obor Indonesia, 2017), 15.

dapat berdampak terhadap peningkatan kualitas hidup dari masyarakat.⁵ Dampak dari hasil ekonomi kreatif akan langsung dirasakan oleh masyarakat tentunya dalam peningkatan perekonomian.

c. **Bisnis Rumah Makan**

1) **Definisi Bisnis Rumah makan**

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha *gastronomi* yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya.⁶ Meskipun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* untuk melayani konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya, misalnya rumah makan *chinese food*, rumah makan padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya. Spealisasi ini menjadikan ciri khas tersendiri bagi masing-masing rumah makan.

Rumah makan di Indonesia disebut juga sebagai restoran. Restoran merupakan kata serapan yang berasal dari bahasa Prancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris; “restaurant” yang berasal dari kata “restaurer” yang berarti “memulihkan”.⁷ Bicara mengenai rumah

⁵ *Ibid.*, 16.

⁶ Yohanes Agatha Engel dan Heru Susanto, *Pahlawan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), 38.

⁷ *Ibid.*, 38

makan tentu tidak lepas dari kuliner. Kuliner merupakan Kegiatan kreatif dengan usaha inovatif yang menawarkan produk-produk kuliner yang menarik, mulai dari penyajian, cara pembuatan, sampai dengan komposisi makanan dan minuman yang disajikan.⁸ Saat ini kuliner menjadi sebuah gaya hidup yang tidak dapat di pisahkan dari kehidupan sehari-hari, oleh karenanya semua itu membutuhkan cara pengolahan makanan yang enak serta memiliki ciri khas tersendiri, karena di era yang semakin maju ini kuliner yang unik dan menarik banyak dicari orang, sehingga para pembisnis kuliner dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif untuk meningkatkan daya saing.

Banyaknya alternatif rumah makan membuat para pembisnis usaha kuliner harus lebih teliti dalam mengamati peluang yang ada. Hal yang penting diperhatikan oleh pembisnis rumah makan ada 4 yaitu atmosfer (suasana atau tempat), kenyamanan, pelayanan dan makanan,

2) Jenis-jenis Rumah Makan

Ada beberapa variasi jenis rumah makan yang memiliki karakteristik tersendiri. Antara lain:

a) Rumah Makan formal

Restoran formal dikelola secara profesional dengan para karyawan yang memiliki sertifikasi atau gelar sarjana khusus di

⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif*, 23.

bidang kerjanya masing-masing.⁹ Seperti bagian koki nya memiliki gelar tersendiri sesuai keahliannya dalam bidang tataboga, kemudian kasir atau pelayannya juga memiliki keahlian tersendiri dalam bidangnya dan sudah terlatih.

Adapun ciri-ciri restoran formal mencakup antara lain sebagai berikut:

- (1) Konsumen harus memesan tempat terlebih dahulu
- (2) Konsumen harus menggunakan pakaian resmi
- (3) Menu bersifat klasik atau eksotis
- (4) Menggunakan sistem pelayanan prancis atau rusia dan modifikasi antara keduanya.
- (5) Memiliki ruang khusus cocktail selain jamuan makan.
- (6) Dibuka hanya unuk makan malam atau makan siang
- (7) Menyediakan hiburan musik langsung dan tempat melantai
- (8) Harga sangat mahal bagi kebanyakan anggota masyarakat
- (9) Penataan bangku dan kursi yang luas sehingga area pelayanan dapat dilewati guerdion
- (10) Satu pramusai melayani 4-8 orang pelanggan

b) Rumah makan informal

Rumah makan semacam ini adalah tipe kebanyakan rumah makan dimasyarakat. Rumah makan seperti ini memiliki karakteristik khusus, yang terpenting karyawannya memiliki

⁹ Hernita Sahban, *Sukses Bisnis Restoran*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2016), 6.

keahlian sesuai dengan bagiannya masing-masing tidak harus lulusan sarjana ataupun memiliki gelar tersendiri.

Adapun ciri-ciri rumah makan informal adalah sebagai berikut:¹⁰

- (1) Konsumen tidak perlu memesan tempat terlebih dahulu
- (2) Konsumen tidak harus menggunakan pakaian resmi
- (3) Menu bersifat umum dan cenderung yang paling cepat dimasak.
- (4) Menggunakan sistem pelayanan amerika, prasmanan, atau bahkan sistem kasir.
- (5) Dibuka untuk makan kapanpun waktunya
- (6) Tidak selalu menyajikan hiburan musik langsung.
- (7) Harga standar bagi kebanyakan anggota masyarakat.
- (8) Penataan bangku dan kursi rapat.
- (9) Satu pramusaji melayani 12-16 orang pelanggan.

2. Keunikan Desain Rumah Makan

a. Pengertian Keunikan Desain Rumah Makan

Desain interior restoran merupakan investasi tersendiri dan penting terhadap laju berkembangnya bisnis di bidang restoran tersebut.¹¹ Karena desain interior merupakan aspek yang penting bagi suatu restoran atau rumah makan guna sebagai daya tarik pelanggan.

¹⁰ *Ibid.*, 8.

¹¹ Dicky Sumarsono, *Luar Biasa Bisnis Restoran di Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 48.

Adapun aspek-aspek yang harus diperhatikan oleh rumah makan adalah sebagai berikut:¹²

- 1) Penentuan desain interior juga harus berkaitan dan sejalan dengan tema yang diinginkan.
- 2) Harus maksimal secara artistik dalam mengaplikasikan desain interior.
- 3) Lingkungan harus diperhitungkan, karena suasana hati dan fikiran pelanggan akan mempengaruhi rasa dan kelezatan makanan dan minuman.
- 4) Desain interior dan suasana tempat makanan harus tertata apik.

Sudah pasti dalam bisnis restoran, sebaiknya semua unsur yang mendukungnya harus seimbang. Antara interior dan kualitas rasa masakan maupun minuman, dan semua indikator pelayanan dalam sebuah bisnis restoran harus baik dan istimewa. Bahkan, kalau boleh dikatakan “harus sempurna”. Agar target capaian yang diinginkan dapat tercapai dengan maksimal.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah inovasi dan kreativitas desain interior yang dapat membuat restoran anda menonjol sehingga dari interiornya saja sudah menarik lebih banyak pelanggan yang datang. Desain interiornya termasuk elemen dekoratifnya jelas harus merupakan hasil garapan yang kreatif dan menunjukkan keunikan tersendiri yang berbeda dengan restoran-restoran lainnya.

¹² *Ibid.*, 48.

Desain interior berkaitan dengan penciptaan kondisi psikologi seseorang. Untuk itu, inti penciptaan desain interior sebuah restoran adalah memvisualkan suasana nyaman dan indah. Dengan kata lain, sebuah interior restoran harus dapat:¹³

- 1) Memunculkan *cozy* atau penataan ruang berikut elemen dekoratifnya yang nyaman dan menyenangkan untuk orang yang datang.
- 2) Ada nuansa *quirky* atau dapat diartikan bersifat unik dan keluarbiasaan.
- 3) Jangan ragu untuk melakukan gebrakan artistik dengan desain interior modern.
- 4) Kolaborasikan desain interior restoran anda dengan teknologi, industri, dan *luxury*. Anda bisa memulainya dengan pemilihan *beskope furniture*, pilihan material elemen interior yang eksklusif dan modern seperti marmer hitam, beton ekspos, atau tamlan material kuningan yang berkilau keemasan.
- 5) Pilihan dan penataan meja menjadi urgen karena merupakan *center point* dari desain interior
- 6) Sentuhan pencahayaan dan *artwall*.
- 7) Beri sentuhan dengan *graffiti* yang menarik.
- 8) Desain interior sebaiknya menawarkan aroma oriental yang eksotis, elegan bagi pelanggan yang datang.

¹³ *Ibid.*, 50.

- 9) Memunculkan kesan gaya elektrik yang itu dapat dimainkan dari *pluming* pada atap. Lalu boleh saja penempelan elemen dekoratif dari *traditional folk life style*.
- 10) Toilet yang ada di restoran juga harus di-branding dengan konsep yang unik, lucu, bersih dan bisa menjadi bahan omongan atau cerita positif.
- 11) Restoran saat ini wajib memiliki 2 meeting room dengan kapasitas masing-masing dikisaran 20 dan 80 orang.
- 12) Jadikan restoran anda dicintai oleh *customer* dari semua segmen, dimana restoran harus mempunyai mushola, tempat parkir yang nyaman, meeting room dan tempat sudut-sudut narsis untuk pengambilan foto dan ruangan *smoking* serta *non smoking*.
- 13) Banyaknya pasar *netizen* maka jaringan wifi di restoran harus gratis dengan koneksi yang cepat.
- 14) Jika kapasitas kursi yang ada di restoran banyak maka kita harus melakukan kerjasama dengan beberapa *connector* (penghubung) yang ada di perkantoran-perkantoran dan juga tukang becak, supir taksi, *tour guide*.

b. Urgensi desain rumah makan

Suasana merupakan aspek dari lingkungan rumah makan yang mengenai panca indera pengunjung. Seperti ruangan, tempat duduk, dekorasi dan lain sebagainya. Adapun hal yang perlu diperhatikan

dalam suasana rumah makan terdiri dari tiga hal antara lain sebagai berikut:¹⁴

- 1) Kondisi ambang merupakan kondisi dari restoran yang tidak berwujud nyata. Ada beberapa jenis kondisi ambang seperti kesejukan udara, kealamian, kebersihan, ketenangan, kecukupan cahaya kesegaran aroma makan dan lingkungan, ketiada gangguan, dan kebaikan sikap konsumen lainnya, serta harmoni musik, dominasi warna, dan suara dari dapur. Jadi suasana rumah makan yang alami menambah kenyamanan dan kesejukan ketika makan. Apalagi rumah makan tersebut terletak pada tengah-tengah kota yang penuh dengan hiruk pikuk dan polusi tentunya rumah makan dengan suasana yang alami akan menjadi alternatif pilihan bagi konsumen karena dianggap lebih sejuk dan alami dan ada suasana tersendiri.
- 2) Layout ruangan dan fungsionalitas. Faktor ini mencakup aspek dari ruangan rumah makan, termasuk ruang sekitar rumah makan, dilihat dari tata letak maupun kesesuaiannya. Faktor ini mencakup tata ruang yang menarik, tata letak yang sesuai dan mudah terjangkau serta berfungsi baik, kesesuaian fungsinya. Rumah makan yang memiliki tema menarik dan karakteristik yang berbeda dari rumah makan yang lain tentunya akan menambah nilai tersendiri bagi rumah makan.

¹⁴ *Ibid.*, 13.

- 3) Tanda, simbol, dan artefak. Berhubungan dengan penggunaan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu pada pelanggan baik secara tersirat maupun tersurat. Seperti halnya papan nama restoran dan petunjuk kesesuaian tema sangat perlu diperhatikan.

B. Keputusan Membeli

1. Pengertian keputusan membeli

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.¹⁵ Banyaknya pilihan dan penawaran yang ada membuat konsumen harus menentukan pengambilan keputusan dengan berbagai pertimbangan, sesuai dengan keinginan dan kepuasan masing-masing konsumen.

Pengambilan keputusan merupakan pelaku aktif, yang melakukan tindakan atas dorongan kesadaran dalam memilih satu alternatif, dan siap untuk menanggung konsekuensi yang kelak akan muncul dari alternatif yang telah dipilih.¹⁶ Pelaku harus berani menanggung hasil dari keputusannya antara untung ataupun rugi dari hasil pengambilan keputusan yang telah diambil.

Model keputusan konsumen merupakan urutan-urutan proses yang lazim dijalani oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan

¹⁵ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 163.

¹⁶ Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 69.

membeli. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses interaksi antara sikap efektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya.¹⁷ Konsumen dalam hal pengambilan keputusan tentu akan melewati urutan-urutan yang biasa umum dilakukan konsumen lain, yang mana sikap konsumen biasanya mengamati, mempertimbangkan hingga mengambil keputusan.

Dalam teori pengambilan keputusan, tujuan merupakan sesuatu yang hendak di raih atau di selesaikan oleh pembuat keputusan. Bila keputusan dikaitkan dengan masalah, maka tujuannya adalah mencari penyelesaian masalah. Sedang bila visi dan misi yang hendak diwujudkan, maka tujuannya adalah peraihian atau pencapaian visi dan misi tersebut.¹⁸

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi.¹⁹ Misalnya makan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia dalam hal pangan, oleh karena itu makanan merupakan kebutuhan pokok yang wajib bagi setiap manusia.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli

Sub-faktor yang berupa upaya para pemasar perusahaan (*firms marketing effort*) bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk-produk perusahaan yang dipasarkan. Upaya para pemasar perusahaan dilakukan dengan melakukan kegiatan komunikasi

¹⁷ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 195.

¹⁸ Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan.*, 70.

¹⁹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), 102.

pemasaran.²⁰ Komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh setiap perusahaan berisi pesan-pesan pemasaran yang menggunakan berbagai instrumen atau bauran pemasaran (*marketing mix*).

Adapun beberapa bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen, antara lain sebagai berikut:²¹

a. Produk

Produk merupakan sesuatu yang berupa barang dan atau jasa yang mampu memberikan manfaat dan nilai kepada konsumen. Seperti halnya makanan yang memberikan manfaat kepada konsumen ketika lapar maka kita akan kenyang dengan menyantap makanan.

b. Harga (*price*)

Bagi pelaku usaha, harga merupakan imbalan yang berupa pembayaran yang diterima oleh karena telah menyerahkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen. Dari sudut pandang produsen, bauran harga merupakan unsur yang sangat penting karena pembayaran atas harga yang dibayar oleh konsumen artinya pendapat (*sales revenue*). Sebaliknya, harga dari sudut pandang konsumen merupakan suatu pengorbanan yang dikeluarkan guna mendapatkan produk ataupun jasa. Pengorbanan yang dimaksud adalah pengorbanan waktu, pengorbanan biaya, pengorbanan energi dan pengorbanan perasa hingga konsumen sampai kepada keputusan membeli.

²⁰ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen.*, 196.

²¹ *Ibid.*, 197.

c. Saluran distribusi (*channel of distribution*)

Saluran distribusi merupakan hubungan penting antara produsen dan konsumen. Setiap perusahaan tentunya memiliki jaringan yang tersebar luas diseluruh wilayah. Gunanya distribusi ini apabila konsumen memerlukan produk maka konsumen akan dengan mudah dapat mendapatkan produknya diwilayah sendiri.

d. Promosi (*promotion*)

Tujuan promosi tidak lain adalah untuk lebih memperkenalkan nama, manfaat, dan nilai yang melekat pada produk yang ditawarkan kepada masyarakat pada umumnya dan khususnya kepada calon konsumen. Kegiatan promosi dapat di lakukan dengan menggunakan berbagai cara yaitu berupa komunikasi melalui media cetak seperti brosur, koran, pamflet dan media cetak lain. Selain menggunakan media cetak dapat pula menggunakan media layar kaca (televisi) dan media audio (radio). Di zaman yang berkembang seperti saat ini promosi dapat dilakukan dengan mudah menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, whats up dan lain-lain, media sosial dianggap lebih mudah dan lebih efisien digunakan untuk sarana promosi.

e. Proses (*process*)

Dalam bisnis jasa proses merupakan bagian dari produk dan bagian dari kualitas produk, dalam bisnis rumah makan proses penyajian ataupun pelayanan mempengaruhi kuliatas dari rumah maka

itu sendiri. Semakin baik pelayanan dan penyajian yang dilakukan, maka akan mendapatkan nilai positif dari konsumen.

f. Pendukung fisik (*physical Evidents*)

Pendukung fisik adalah seluruh benda ataupun barang nyata yang diorganisasikan guna mewujudkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Seperti halnya perabotan atau perlengkapan di dalam rumah makan.

g. Orang (*people*)

Orang yang dimaksud dalam konteks ini adalah semua orang yang berada ditempat, baik pelayan rumah makan, koki, kasir, dan konsumen. Konsumen tentunya sangat mengharapkan pelayanan dalam rumah makan harus maksimal guna meningkatkan kepuasan konsumen.

C. Kajian Ekonomi Islam

1. Definisi Ekonomi Islam

Istilah ekonomi Islam berasal dari dua kata: ekonomi (terjemahan *economics*, *economic*, dan *economy*) dan Islam (terjemahan *Islamic*). Islam adalah kata bahasa Arab yang terambil dari kata salima yang berarti selamat, damai, tunduk, pasrah dan berserah diri. Obyek penyerahan diri ini adalah Pencipta seluruh alam semesta, yakni Allah SWT.²² Jadi, Islam adalah suatu ajaran yang bersifat penyerahan, tunduk dan patuh terhadap perintah-perintah untuk dilaksanakan oleh setiap manusia.

²² Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 2.

Secara umum ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai perilaku individu Muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntunan syariat Islam, dalam rangka mewujudkan dan menjaga *maqashid syariah* (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta). Tujuan yang ingin dicapai dalam suatu sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep dasar dalam Islam, yaitu tauhid dan berdasarkan rujukan pada Al-Qur'an dan As-sun nah.²³

Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi *Rabbani* dan Insani. Disebut ekonomi *Rabbani* karena sarat dengan arahan dan nilai-nilai *Ilahiah*. Lalu ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi Insani karena sistem ekonomi ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmura manusia. Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan social yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diIlhami oleh nilai-nilai Islam.²⁴ Nilai-nilai inilah yang kemudian menjadi aturan mengikat, dengan ini setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai, yang secara vertikal mencerminkan moral yang baik dan horizontal member manfaat bagi manusia dan makhluk lainnya.

2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:²⁵

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 23.

²⁴ Mustafa Edwin Nasution, Dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 15.

²⁵ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 2-3.

- a. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Implikasinya adalah manusia harus menggunakan dalam kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.
- b. Kepemilikan pribadi diakui dalam batas-batas tertentu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang diperoleh secara tidak sah.
- c. Bekerja adalah kekuatan penggerak utama kegiatan ekonomi Islam. Islam mendorong manusia untuk bekerja dan berjuang untuk mendapatkan materi/harta dengan berbagai cara, asalkan mengikuti aturan yang telah ditetapkan. Hal ini dijamin oleh Allah bahwa Allah telah menetapkan rizki setiap makhluk yang diciptakan-Nya.
- d. Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- e. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak. Prinsip ini didasari oleh sunnah Rasulullah yang menyatakan bahwa masyarakat mempunyai hak yang sama atas air, padang rumput, dan api.
- f. Seorang muslim harus tunduk pada Allah dan hari pertanggungjawaban di akhirat. Kondisi ini akan mendorong seorang muslim menjauhkan diri dari hal-hal yang berhubungan dengan

maisir, gharar dan berusaha dengan cara yang batil, melampui batas dan sebagainya.

- g. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab). Zakat ini merupakan alat distribusi sebagian kekayaan orang kaya yang ditujukan untuk orang miskin dan mereka yang membutuhkan. Menurut pendapat para ulama, zakat dikenakan 2, 5% untuk semua kekayaan yang tidak produktif, termasuk di dalamnya adalah uang kas, deposito, emas, perak dan permata, dan 10% dari pendapatan bersih investasi.
- h. Islam melarang riba dalam segala bentuknya, karena riba (bunga) merupakan salah satu penyelewengan uang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Field Research* atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif atau mendalam tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.¹ Objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana kontribusi keunikan desain rumah makan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Kayu Watu Metro.

Rumah Makan Kayu Watu Kota Metro di pilih sebagai objek penelitian karena Rumah Makan Kayu Watu memiliki keunikan desain rumah makan yang termasuk dalam ekonomi kreatif. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Rumah Makan Kayu Watu tentang bagaimana kontribusi keunikan desain rumah makan terhadap keputusan membeli konsumen dan mengkaji kesesuaiannya menurut konsep ekonomi kreatif.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan dilakukan adalah deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah

¹ Cholid Narbuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 46.

metode dalam penelitian status kelompok manusia, objek, set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.² Penelitian kualitatif penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri naturalistik yang penuh keotentikan.³

Penelitian deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fakta dengan cara peneliti bertanya kepada pemilik dan pengelola rumah makan kayu watu dan konsumen serta pihak-pihak yang lain yang berkepentingan di Rumah Makan Kayu Watu Metro. Kemudian mendeskripsikan bagaimana keunikan desain Rumah Makan serta kesesuaiannya dengan konsep ekonomi kreatif pada Rumah Makn Kayu Watu Metro.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴ Sebagai sumber data primer peneliti mengambil data yang terkait langsung dengan kegiatan yang terlibat atau terkait langsung dalam program atau kegiatan yaitu pemilik Rumah Makan Kayu Watu Metro Bapak Yudo Setiadi, Bapak Dana dan Ibu Fatih

² Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, cet. 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 40.

³ Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Skripsi*, (IAIN Metro, 2018), 1.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 223.

Istiqomah sebagai pengelola Rumah makan kayu watu dan 7 orang konsumen rumah makan kayu watu Metro. Indikator pengambilan sampel dari narasumber tersebut karena di anggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Jadi hasil wawancara dengan 7 orang konsumen Rumah Makan Kayu Watu dianggap sudah memadai pada taraf “*redudancy*” (datanya telah jenuh, ditambah sampel lagi tidak memberikan informasi yang baru).

Dalam hal keputusan membeli, konsumen yang akan dijadikan sebagai informan dipilih 7 orang konsumen dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah penentuan berdasarkan pertimbangan tertentu.⁵ 7 orang konsumen ini ialah Anita Sari, Annur, Ariyanto, Martutiyana Hifni Ali, Putri Kumalasari, Rika Rahayu, Rina Mutiara. 7 orang ini di pilih karena memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Konsumen yang minimal 3 kali makan di Rumah Makan Kayu Watu
- b. Memilih Rumah Makan Kayu Watu karena desain tempat

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau dokumen.⁶ Data ini diperoleh dari pihak yang tidak berkaitan langsung dengan penelitian, tetapi berkaitan dengan obyek penelitian. Seperti buku-buku, jurnal, majalah, skripsi, artikel dan lain sebagainya sebagai data pendukung yang berhubungan dengan desain rumah makan. Sebagai

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung, Alfabeta: 2016), 85

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen.*, 223

sumber data sekunder peneliti mengambil tulisan yang berkaitan dengan desain rumah makan, yaitu:

- a. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Rochmat Aldy Purnomo, 2016).
- b. *Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor Ekraf Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016*, (Subdirektorat Statistik, 2017).
- c. *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*, (Subdirektorat Statistik Ekspor, 2017).
- d. *Pahlawan Ekonomi Kreatif*, (Agatha Angel Dan Heru Susanto, 2017).
- e. *Luar Biasa Bisnis Restoran Di Indonesia*, (Dicky Sumarsono, 2015)
- f. *Sukses Bisnis Restoran*, (Hernita Sahban, 2016).
- g. *Manajemen Teori Kasus Dan Solusi*, (Irham Fahmi, 2018)
- h. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi, Konsep Dan Aplikasi*, (Rizky Dermawan, 2013).

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu.⁷

Bentuk wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terarah. Wawancara terarah dilakukan secara bebas, tetapi kebebasan ini tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh

⁷ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian.*, 207.

pewawancara. Ada juga beberapa ahli menamakan ini wawancara bebas terpimpin.⁸

Narasumber atau pemberi informasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *Pertama:* Ibu Fatih Istiqomah dan Bapak Dana sebagai pengelola Rumah makan kayu watu. *Kedua:* 7 orang konsumen Rumah Makan Kayu Watu. Yaitu: Anita Sari, Annur, Ariyanto, Martutiyana Hifni Ali, Putri Kumalasari, Rika Rahayu, Rina Mutiara. Penentuan unit 7 orang sampel (responden) dianggap telah memadai pada taraf “*redudancy*” (datanya telah jenuh, ditambah sampel lagi tidak memberikan informasi yang baru), artinya bahwa dengan menggunakan responden selanjutnya boleh dikatakan tidak lagi diperoleh tambahan informasi baru yang berarti.⁹ Jadi penambahan sampel dihentikan ketika datanya sudah jenuh.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹⁰

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013),

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 220.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 396.

Data dari dokumentasi bermanfaat bagi peneliti sebagai penunjang informasi dalam penelitian. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data yang telah terkumpul. Hal ini digunakan untuk membuktikan kebenaran segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan *keunikan desain Rumah Makan*, dan bisa digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Data dokumentasi yang diperoleh oleh yaitu berupa sejarah berdirinya Rumah Makan Kayu Watu Kota Metro, visi, dan misi.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis kualitatif dalam suatu penelitian digunakan apabila data penelitian yang diangkat dari lapangan adalah juga memiliki sifat-sifat kualitatif.¹¹ Data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi dari penelitian tentang keunikan desain Rumah Makan pada Rumah Makan Kayu Watu Kota Metro akan diolah menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Metode deskriptif kualitatif maksudnya data yang diperoleh dari wawancara akan diuraikan dan disertai dengan pembahasan kemudian hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan. Sedangkan data hasil dokumentasi digunakan untuk menunjang hasil wawancara.

Dengan cara berpikir induktif peneliti akan menarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan. Berpikir induktif diartikan sebagai penarikan kesimpulan dari keadaan yang khusus atau menemukan yang umum dari yang khusus. Artinya, dengan penjabaran data-data yang ada akan ditarik

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian.*, 275

kesimpulan secara umum. Kesimpulan itulah yang akan menjawab tentang permasalahan peneliti tentang bagaimana kontribusi keunikan desain Rumah Makna pada Rumah Makan Kayu Watu Kota Metro. kemudian dianalisis kesesuaiannya dengan konsep ekonomi kreatif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Rumah Makan Kayu Watu Metro

1. Letak Geografis Rumah Makan Kayu Watu Metro

Lokasi Rumah Makan Kayu Watu berada di Kota Metro. Kota Metro adalah salah satu kota di Provinsi Lampung. Berjarak 52 km dari Kota Bandar Lampung (Ibu Kota Provinsi), serta merupakan kota terbesar kedua di Provinsi Lampung. Kota ini juga merupakan kota yang memiliki kemacetan paling rendah di Provinsi Lampung. Kota Metro masuk dalam daftar 10 Kota di Indonesia serta urutan ke dua di Pulau Sumatera berdasarkan survey BPS Tahun 2017.

Sejarah kelahiran Kota Metro bermula dengan dibangunnya sebuah induk desa baru di beri nama Trimurjo. Dibangunnya desa ini di maksudkan untuk menampung sebagian dari kolonis yang didatangkan oleh pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1934 dan 1935, serta untuk menampung kolonis-kolonis yang akan di datangkan berikutnya. Kedatangan kolonis pertama di desa Trimurjo yaitu pada hari sabtu tanggal 4 April 1936 yang ditempatkan di bedeng-bedeng kemudian di beri penomorannya kelompok bedeng, dan sampai saat ini istilah penomorannya masih di pergunakan oleh masyarakat Kota Metro pada umumnya. Misal 1, 2, 3, 4, 5, 6c, 6 polos dan seterusnya sampai 67 di sekampung.

Pada tanggal 9 juni 1937 nama desa Trimurjo di ganti dengan nama Metro. Tanggal 9 juni inilah yang menjadi dasar penetapan hari jadi Kota Metro, sebagaimana telah dituangkan dalam perda Nomor 11 Tahun 2002 tentang Hari jadi Kota Metro.

Kota Metro terbagi atas 5 kecamatan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000, tentang pemekaran kelurahan dan kecamatan yang meliputi 22 kelurahan.

- a. Metro Barat: 11, 28 km²
- b. Metro Pusat: 11, 71 km²
- c. Metro Selatan: 14, 33 km²
- d. Metro Timur: 11, 78 km²
- e. Metro Utara: 19, 64 km²

Berdasarkan data tersebut, Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur merupakan tempat yang dijadikan penelitian. Tepatnya di Jalan Ki Hajar Dewantara, Gang Teladan, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro.

2. Sejarah berdirinya Rumah Makan Kayu Watu Metro

Rumah Makan Kayu Watu didirikan pada Maret 2016, pendirinya adalah bapak Yudo Setiadi. Bisnis ini adalah bisnis keluarga yang dikelola 3 bersaudara, yaitu Yudo Setiadi, Dana, dan Fatih Istiqomah. Hasil dari wawancara dengan Ibu Fatih Istiqomah selaku pengelola Rumah Makan Kayu watu, Rumah Makan ini terletak di Jalan Ki Hajar Dewantara, Gang Teladan, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro.

Rumah makan kayu watu sendiri mengusung konsep alam karena Bapak Yudo selaku pemilik Rumah Makan Kayu Watu yang memang sudah berpengalaman dalam bisnis kuliner sejak masih duduk di bangku kuliah, kemudian setelah selesai kuliah, beliau dengan kedua adiknya yang memang hobi kuliner dan senang dengan nuansa alam, berinisiatif untuk membuka Rumah Makan dengan mengusung konsep alam, mengingat bahwasanya banyaknya pesaing bisnis Rumah Makan sehingga desain tempat menjadi salah satu aspek penting selain harga, rasa dan pelayanan dalam Rumah Makan. Konsep nuansa alam dan rumah pohon di usung karena masih belum ada di sekitaran Metro sehingga mereka mengusung tema tersebut.

Dengan menyajikan desain tempat yang asri dan unik, adapun beberapa tempat yang ada di kayu watu. Seperti, rumah pohon, saung, serta tempat yang luas untuk berkumpul dengan keluarga atau berkumpul dengan teman dan bisa di jadikan untuk temat referensi *meeting*. Keunikan yang menjadikan ciri khas Rumah Makan Kayu Watu adalah Rumah Pohon, dimana masih sangat jarang sekali rumah makan yang mengusung desain tempat rumah pohon, ini yang menjadikan keunikan tersendiri bagi Rumah Mkan Kayu Watu. Selain itu suasana alam yang disajikan begitu asri dengan adanya berbagai pepohonan, kolam ikan, dan ditambah suara alunan musik menambah kenyamanan konsumen dalam menyantap makanana. Dan di tambah desain tempat dengan menggunakan bahan dasar kayu dan batu menambah ke alamian rumah makan ini.

Mengingat sebuah usaha tidak akan berdiri tanpa adanya suatu modal, maka modal yang di gunakan untuk membeli bahan dasar untuk mendesain tempat, *furniture* pelengkap, dan modal untuk membeli bahan makananan serta untuk keperluan lainnya, ditafsirkan rumah makan kayu watu mengeluarkan modal kurang lebih Rp400.000.000.

Rumah makan kayu watu saat ini mempekerjakan 14 orang karyawan tetap. Rumah Makan Kayu Watu menyajikan beberapa jenis menu makanan, seperti ikan, *seafood*, ayam, nasi goreng, nasi bakar, bakso dan mie, serta *vegetarian* harga mulai dari Rp8.000 hingga Rp27.000. Di Rumah Makan kayu watu juga menyediakan *steak* dan *snacks* seperti *Beefsteak*, *chicken steak*, iga bakar, bakso bakar, roti bakar, jamur *crispy*, dan lain-lain harga mulai dari Rp7.000 hingga Rp30.000 . Selain itu ada berbagai jenis minuman yang ditawarkan yaitu aneka jenis jus, es degan, dan kopi harga mulai dari Rp8.000 hingga Rp13.000.

Banyak fasilitas yang di tawarkan oleh Rumah Makan Kayu watu yaitu layanan tambahan yaitu *wifi gratis*, *delivery order free* ongkos kirim, sewa tempat gratis, dan toilet gratis. Dan mengingat media digital sudah sangat berkembang pesat Rumah Makan Kayu Watu juga menerima pesanan via *online*, dan konsumen juga bisa melakukan pesanan *catering*.

Media sosial yang saat ini berkembang pesat, dengan perkembangan yang begitu pesat tentunya di manfaatkan oleh usahawan untuk melakukan promosi via media sosial, seperti, *facebook*, *whatsap*, *instagram*, dan lain-lain. Kayu watu saat ini menggunakan media sosial sebagai sarana untuk

melakukan promosi karena dianggap lebih cepat dan efisien, mengingat setiap orang dari kalangan muda sampai tua menggunakan *gadget*.

Saat ini adalah zaman *modern* dimana, makan tidak lagi menjadi kebutuhan primer, mengingat banyaknya pilihan rumah makan membuat konsumen lebih teliti dalam menentukan pilihan rumah makan. Konsumen saat ini dalam menentukan keputusan membeli pada rumah makan lebih melihat tempat yang nyaman dan unik serta fasilitas lebih. Sehingga semakin unik, dan menarik desain Rumah Makan, maka akan lebih menarik minat konsumen untuk membeli

Dalam usaha atau bisnis Rumah Makan tentu banyak hal yang harus di perhatikan terlepas dari rasa, harga, dan pelayanan. Yaitu desain tempat, mengingat berkembangnya zaman dan media digital karena konsumen modern saat ini yang menyukai foto *selfi* sehingga pemilik rumah makan harus lebih kreatif untuk mendesain tempat guna kepuasan dan kenyamanan konsumen ketika makan di Rumah Makan. Desain tempat yang menarik tentunya akan menarik minat konsumen untuk membeli makanan di Rumah Makan. Sehingga semakin unik desain tempat, maka akan semakin menarik minat konsumen. Dan semakin banyak konsumen maka akan semakin banyak *income* yang di dapat.⁴⁷

⁴⁷ Fatih Istiqomah, Pengelola Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 20 januari 2020.

B. Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli di Rumah Makan Kayu Watu Metro

Setelah melakukan penelitian dan wawancara kepada pemilik usaha dan beberapa Konsumen Rumah Makan Kayu Watu Metro ditemukan hasil sebagai berikut:

Wawancara yang pertama di lakukan oleh peneliti yaitu dengan ibu Sari Beliau menjadi konsumen rumah makan kayu watu sejak tahun 2017, alasan memilih rumah makan kayu watu karena menu makanan yang selalu ada inovasi menu, sehingga konsumen tidak bosan dengan menu yang itu-itu saja. Selain itu, desain tempat yang unik berbentuk saung sehingga lebih nyaman. Beliau kurang lebih sudah 10 kali makan dirumah makan kayu watu, untuk harga yang ditawarkan menurut beliau terjangkau. Beliau cukup puas dengan makan di rumah makan kayu watu karena rasa yang enak, dan tempat yang nyaman. Namun kurang puas dengan pelayanannya.⁴⁸

Wawancara kedua dengan Ari salah satu konsumen Rumah Makan Kayu Watu, ia seorang mahasiswa. Menurutnya Rumah Makan Kayu Watu tempatnya unik dan sangat cocok untuk berkumpul dengan teman, karena banyak pilihan tempat seperti saung dan rumah pohon sehingga lebih privasi untuk makan bersama teman. Cukup puas dengan Pelayannya yang baik dan untuk harga bagi mahasiswa menurutnya cukup terjangkau dan rasa nya enak. Ari kurang lebih sudah 4 kali makan di

⁴⁸ Anita sari, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 april 2020.

Rumah Makan Kayu Watu. Sejak tahun 2019 menjadi konsumen Rumah Makan Kayu Watu.⁴⁹

Wawancara ketiga dengan Rina, dia sudah sejak tahun 2018 menjadi konsumen Rumah Makan Kayu Watu, kurang lebih sudah 7 kali makan di Rumah Makan Kayu Watu, menurut Rina menu yang ditawarkan cukup bervariasi dengan rasa yang enak, namun harga yang ditawarkan kurang terjangkau. Dia sangat puas dengan pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan. Kemudian tempat yang unik dan nyaman yang sangat cocok untuk makan bersama teman maupun keluarga. Tempat favoritnya ialah rumah pohon.⁵⁰

Wawancara ke empat dengan Putri, mahasiswi yang sudah sejak tahun 2018 menjadi konsumen Rumah Makan Kayu Watu, kurang lebih sudah 5 kali dia makan di Rumah Makan Kayu Watu, menurutnya salah satu alasannya makan Di Kayu Watu adalah desain tempat yang unik seperti rumah pohon yang menurutnya jarang sekali ada, rasanya cukup enak, dan harga menurutnya lumayan terjangkau. Dia merasa cukup puas karena tempatnya cocok untuk berkumpul dengan teman-teman.⁵¹

Wawancara ke lima, Wawancara ke empat dengan Annur, sejak tahun 2019 telah menjadi salah satu konsumen Rumah Makan Kayu Watu menjadi konsumen Rumah Makan Kayu Watu, kurang lebih sudah 5 kali dia makan di Rumah Makan Kayu Watu, Rumah makan yang memiliki desain yang menarik, banyak pilihan menu yang disediakan, untuk harga

⁴⁹ Ariyanto, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵⁰ Rina Mutiara, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵¹ Putri kumalasari, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

yang di tawarkan cukup terjangkau dan untuk rasa enak.dan cukup puas dengan pelayanannya cukup baik.⁵²

Wawancara ke enam dengan Rika Rahayu, konsumen Rumah Makan Kayu watu, sejak tahun 2019. Sudah 4 kali makan di Rumah Makan Kayu Watu. Desain rumah makan yang unik dan menarik sangat nyaman untuk makan bersama keluarga, suasananya sangat alami dan asri ditambah lagi ada fasilitas tambahan seperti layanan internet gratis menambah nilai untuk rumah makan kayu watu sendiri. Cukup puas dengan menu makanan yang beraneka ragam dan rasa yang cukup enak. Ditambah lagi pelayanannya juga sangat ramah. Namun, menurutnya harga yang di tawarkan kurang terjangkau⁵³

Wawancara ke 7 dengan Martutiyana Hifni Ali, sejak tahun 2018 telah Konsumen Rumah Makan Kayu Watu, yang telah 8 kali makan di Rumah Makan Kayu Watu. Desain rumah makannya sangat menarik, nyaman untuk makan bersama keluarga. Selain itu cocok untuk *meeting* atau arisan bersama teman Ada beberapa saung, rumah pohon, dan tempat yang luas untuk berkumpul dengan keluarga. Pemandangan yang alami menambah kenikmatan tersendiri dalam menyantap makanan. Cukup puas makan di Rumah Makan Kayu Watu karena pelayanannya juga baik Apalagi desain kayu watu ini belum ada di metro. Menu makanannya enak, bervariasi, dan harga juga terjangkau.⁵⁴

⁵² Annur, Konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵³ Rika Rahayu, Konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵⁴ Martutiyana Hifni Ali, Konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa selain rasa, harga, dan pelayanan, kenyamanan ternyata menjadi salah satu yang berkontribusi penting dalam usaha Rumah Makan yaitu desain tempat, dimana tentunya para konsumen saat ini banyak mencari sesuatu hal yang baru, yang unik dan nyaman terutama untuk makan, semakin kreatif desain tempat yang di usung maka akan semakin menarik minat konsumen untuk membeli.

Dari hasil wawancara kepada 7 orang konsumen Rumah Makan Kayu Watu.⁵⁵ Ada beberapa indikator yang mempengaruhi keputusan membeli yaitu, sebagai berikut:

1. Desain

Desain Rumah Makan Kayu Watu yang unik dengan mengusung konsep alam menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, dengan menyajikan desain tempat saung-saung, rumah pohon serta kolam dan nuansa hijau, menambah ke asri an Rumah Makan Kayu watu. 7 orang konsumen sepakat bahwa desain tempat menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi keputusan membeli.

2. Harga

Harga juga menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi keputusan membeli. 5 dari 7 orang sepakat bahwa harga yang di tawarkan

⁵⁵ Anita Sari, Annur, Ariyanto, Martutiyana Hifni Ali, Putri Kumala Sari, Rika Rahayu, Rina Mutiara, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

Rumah Makan Kayu Watu cukup terjangkau.⁵⁶ Sedangkan 2 orang lainnya berpendapat kurang terjangkau.⁵⁷

3. Rasa

Dalam sebuah Rumah Makan tentu rasa makanan menjadi salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli. Rumah Makan Kayu Watu menawarkan berbagai menu makanan dan minuman yang bervariasi. Menurut 7 orang konsumen Rasa menu yang di tawarkan di Rumah Makan Kayu Watu cukup enak.⁵⁸

4. Pelayanan

Pelayanan dalam Rumah Makan tentu menjadi salah satu faktor yang harus di perhatikan karena demi kepuasan konsumen. Menurut 6 dari 7 orang konsumen, pelayanan Rumah Makan Kayu Watu sudah baik.⁵⁹ Sedangkan 1 lainnya berpendapat kurang baik.⁶⁰

Berdasarkan penelitian Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli Rumah Makan Kayu Watu Metro, peneliti menganalisis kegiatan usaha Rumah Makan Kayu watu Bapak Yudo Setiadi berdasarkan landasan teori tentang Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli sebagai berikut :⁶¹

⁵⁶ Anita Sari, Annur, Ariyanto, Martutiyana Hifni Ali, Putri Kumala Sari, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵⁷ Rika Rahayu, Rina Mutiara, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵⁸ Anita Sari, Annur, Ariyanto, Martutiyana Hifni Ali, Putri Kumala Sari, Rika Rahayu, Rina Mutiara, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁵⁹ Annur, Ariyanto, Martutiyana Hifni Ali, Putri Kumala Sari, Rika Rahayu, Rina Mutiara, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁶⁰ Anita Sari, konsumen Rumah Makan Kayu Watu, Wawancara 27 April 2020.

⁶¹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 196.

Pertama yaitu produk, produk yang di maksud dalam rumah makan kayu watu sendiri yaitu menu makanan yang disediakan oleh rumah makan kayu watu, rumah makan kayu watu menyediakan berbagai jenis menu makanan dan minuman. Yaitu seperti makanan berat, *steak* dan *snacks* serta berbagai jenis minuman.

Kedua yaitu harga, harga yang ditawarkan dalam Rumah Makan Kayu Watu sendiri cukup terjangkau bagi konsumen untuk berbagai kalangan. Harga mulai dari Rp7.000 hingga Rp30.000 tentunya sangat terjangkau.

Ketiga yaitu Saluran distribusi (*channel of distribution*), Untuk meningkatkan kualitas pelayan serta memudahkan konsumen Rumah Makan Kayu Watu. Kayu Watu juga menerima pesanan via *online*, dan juga menerima pesanan *catering*. Selain itu, Rumah makan kayu watu memiliki fasilitas layanan tambahan yaitu *wifi gratis*, *delivey order free* ongkos kirim, sewa tempat gratis, dan toilet gratis.

Yang terakhir yaitu Promosi (*promotion*), Dalam suatu usaha tentunya promosi menjadi salah satu hal penting yang harus dilakukan guna memperkenalkan produk sehingga dapat di kenal secara luas. Rumah makan kayu watu saat ini melakukan promosi via *online* karena lebih efektif mengingat perkembangan dunia digital saat ini yang semakin berkembang, promosi *online* dilakukan via *whatsap*, *instagram*, dan *facebook*. Karena hampir semua kalangan saat ini mempunyai aplikasi *online* tersebut.

C. Perspektif Ekonomi Islam Yang Diterapkan Oleh Rumah Makan Kayu Watu Metro

Dalam menjalankan usaha Rumah Makan yang di jalankan oleh Bapak Yudo Setiadi tentunya tidak hanya untuk mencari keuntungan semata, tetapi juga di niatkan ibadah kepada Allah SWT, dengan menerapkan landasan teori tentang prinsip-prinsip Ekonomi Islam menurut Eko Suprayitno sebagai berikut: ⁶²

1. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggung jawabkan di akhirat kelak.

Agar usaha yang dikelola Bapak Yudo Setiadi dapat bermanfaat bagi orang lain. Maka, Bapak Yudo Setiadi Dalam memanfaatkan usahanya tidak serta merta hanya untuk kepentingan dirinya sendiri, namun juga untuk membantu orang lain yaitu dengan cara memberi lapangan kerja dan membuka peluang usaha bagi orang lain. sehingga usahanya dapat bermanfaat juga bagi orang lain

2. Bekerja

Bekerja merupakan sebuah usaha yang dilakukan untuk mendapatkan penghasilan demi memenuhi tujuan tertentu. Dalam usahanya Bapak Yudo Setiadi bekerja dengan cara membangun usaha Rumah Makan dan memberikan peluang usaha agar bisa mendapat penghasilan. Selain penghasilan untuk dirinya, juga untuk karyawan yang bekerja di Rumah Makan Kayu Watu.

3. Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif.

⁶²Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 2-3.

Rumah Makan Kayu Watu merupakan usaha keluarga. Usaha Bapak Yudo ini tidak hanya di miliki sendiri namun juga dikembangkan dan di kelola dengan kedua adiknya. Selain itu, Bapak Yudo Setiadi mempekerjakan beberapa karyawan untuk ikut andil dalam menjalankan usahanya. Selain itu kayu watu menjadi salah satu donatur tetap di salah satu yayasan

4. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaanya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak.

Bapak Yudo Setiadi memanfaatkan usahanya untuk membuka peluang bagi orang lain. Yaitu dengan membuka peluang bagi orang lain untuk menjadi karyawan. Baik sebagai pelayanan, juru masak, ataupun penjaga parkir.

5. Kepemilikan pribadi diakui dalam batas-batas tertentu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang diperoleh secara tidak sah.

Usaha Rumah Makan Kayu Watu milik Bapak Yudo Setiadi ini berjalan sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam sehingga tidak ada pendapatan yang tidak sah. Semua yang di lakukan dalam usaha sudah di pertimbangkan sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

6. Seorang muslim harus tunduk pada Allah dan hari pertanggungjawaban di akhirat.

Dalam menjalankan usahanya, Bapak Yudo Setiadi sangat bertanggung jawab atas karyawannya, memberikan upah yang adil sesuai

dengan kerja masing-masing karyawannya, dan menjamin kehalalan atas semua menu yang telah di sajikan.

Dalam menjalankan usahanya, Bapak Yudo Setiadi telah mempertimbangkan segala sesuatunya terutama dalam menjalankan usahanya tentu telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian skripsi ini, maka dapat disimpulkan bahwa selain harga, rasa dan pelayanan dalam rumah makan, keunikan desain rumah makan menjadi salah satu aspek penting dalam rumah makan untuk menarik minat konsumen. Mengingat semakin berkembangnya zaman dan semakin banyaknya pesaing maka para pembisnis Rumah Makan dituntut untuk lebih kreatif dan terus berinovasi dalam mendesain tempat guna menarik minat konsumen. Sehingga, Semakin unik desain tempat rumah makan, maka akan lebih semakin banyak konsumen yang minat untuk membeli menu yang ditawarkan. Dan sebaliknya apabila desain tempat rumah makan yang biasa tentu kurang di minati oleh konsumen. Maka akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh.

Dalam praktek lapangan yang di lakukan Rumah Makan Kayu Watu dalam menjalankan usahanya tentu sudah mempertimbangkan segala sesuatunya terutama kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

B. Saran

Berdasarkan dari uraian di atas, maka saran yang dikemukakan oleh peneliti adalah:

1. Untuk akademisi, penelitian ini di harapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang lebih kompleks sehingga dapat lebih optimal dalam meningkatkan pengetahuan dan

wawasan khususnya tentang kontribusi keunikan desain rumah makan terhadap keputusan membeli dalam prespektif ekonomi Islam.

2. Untuk pemilik dan pengelola Rumah Makan Kayu Watu untuk tetap memperhatikan kualitas menu dan desain tempat yang sesuai dengan harganya sehingga konsumen merasa puas. Selain itu, pemilik dan pengelola Rumah Makan harus tetap menjaga ciri khas desain tempat serta mengembangkan inovasi-inovasi menu dan desain tempat setiap tahunnya sehingga dapat menarik minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. cet. 1 Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Arif, Muhammad. “Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Soban Cafe Medan”. UIN Sumatera Utara. Skripsi, 2018.
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Dermawan, Rizky. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis. Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Engel, Yohanes Agatha dan Heru Susanto. *Pahlawan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Firdausy, Carunia Mulya. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*. Jakarta: yayasan pustaka obor Indonesia, 2017.
- Herawati, Netti. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Nasi Timbel Saung Merak Bogor”. Institut Pertanian Bogor. Skripsi, 2013.
- Narbuko, Cholid & Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Nasution, Mustafa Edwin, dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Peraturan Presiden No 72 Tahun 2015.

Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016.

Puspita, Dewi Annisa. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Restoran Waroeng Taman Kota Bogor". Institut Pertanian Bogor. Skripsi, 2014.

Quthb, Sayyid. *Tafsir Fi Zhilail Qur'an*. Jakarta: Gema Insani, 2008.

Sahban, Hernita. *Sukses Bisnis Restoran*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2016.

Subdirektorat Statistik. *Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor Ekraf Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016*. Jakarta: CV Dharmapura, 2017.

Subdirektorat Statistik Ekspor. *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Jakarta: CV Petratama Persada, 2017.

Sudaryono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.

----- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kualitatif. dan R & D*. Bandung. Alfabeta: 2016.

Sumarsono, Dicky. *Luar Biasa Bisnis Restoran di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Tim Penyusun. *Pedoman Penelitian Skripsi*. IAIN Metro, 2018. Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Skripsi*, (IAIN Metro, 2018).

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

Nomor : 2591/ln.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

14 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Dr. Thobibatussaadah, M.Ag.
2. Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud.
di - Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nur Fitriyani
NPM : 1602040034
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Kota Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan \pm 2/6 bagian.
 - b. Isi \pm 3/6 bagian.
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

**KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PREPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)**

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

A. Wawancara Kepada Pemilik Usaha

1. Kapan anda memulai usaha ini?
2. Apa konsep yang di usung dalam rumah makan ini?
3. Berapa modal untuk mendirikan usaha ini?
4. Berapa jumlah karyawan yang bekerja pada Rumah Makan ini?
5. Apa saja menu yang ditawarkan?
6. Fasilitas apa yang ditawarkan dalam Rumah Makan ini?
7. Bagaimana cara promosi yang di lakukan pada Rumah Makan ini?
8. Apakah keunikan desain tempat mempengaruhi keputusan membeli?
9. Apakah usaha ini sudah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam?

B. Wawancara Kepada Konsumen Rumah Makan Kayu Watu

1. Sejak kapan menjadi konsumen Rumah Makan Kayu Watu?
2. Apa alasan anda memilih Rumah Makan Kayu Watu?
3. Bagaimana kondisi harga yang di tawarkan oleh Rumah Makan Kayu Watu?
4. Bagaimana pendapat anda tentang desain tempat yang ada pada Rumah Makan Kayu Watu?
5. Sudah berapa kali anda makan di Rumah Makan Kayu watu ini?
6. Apakah anda puas makan di Rumah Makan Kayu Watu?

C. Dokumentasi

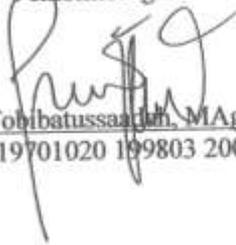
Data diperoleh dari Rumah Makan Kayu Watu metro

Metro, Maret 2020
Peneliti



Nur Fitriyani
NPM.1602040034

Pembimbing 1



Dr. Tobibatussaidin, MAg
NIP. 19701020 199803 2002

Pembimbing 2



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

**KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan manfaat penelitian
- D. Penelitian relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Tinjauan Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan
 - 1. Ekonomi Kreatif Dalam Bisnis Rumah Makan
 - a. Definisi Ekonomi Kreatif
 - b. Urgensi Ekonomi Kreatif

- c. Bisnis Rumah Makan
 - 1) Definisi Bisnis Rumah Makan
 - 2) Jenis-Jenis Rumah Makan
- 2. Keunikan Desain Rumah Makan
 - a. Pengertian Keunikan Desain Rumah Makan
 - b. Urgensi Desain Rumah Makan
- B. Keputusan Membeli
 - 1. Pengertian Keputusan Membeli
 - 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli
- C. Kajian Ekonomi Islam
 - 1. Definisi Ekonomi Islam
 - 2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Rumah Makan Kayu Watu Metro
 - 1. Letak geografis rumah makan kayu watu metro
 - 2. Sejarah berdirinya rumah makan kayu watu
- B. Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli di Rumah Makan Kayu Watu Metro
- C. Prespektif Ekonomi Islam Yang Diterapkan Oleh Rumah Makan Kayu Watu Metro

BAB V PENUTUPAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

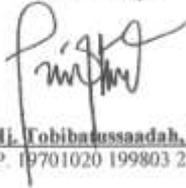
RIWAYAT HIDUP

Metro, Maret 2020
Mahasiswa Ybs.

Nur Fitriyani
NPM. 1602040034

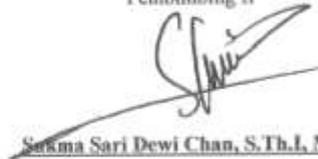
Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Hj. Tobihatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Pembimbing II



Sarma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1668/In.28/D.1/TL.00/06/2020
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Pemilik Rumah Makan Kayu Watu
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

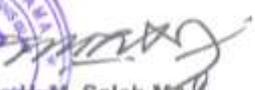
Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1667/In.28/D.1/TL.01/06/2020, tanggal 16 Juni 2020 atas nama saudara:

Nama : **NUR FITRIYANI**
NPM : 1602040034
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Rumah Makan Kayu Watu, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS RUMAH MAKAN KAYU WATU METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 Juni 2020
Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1667/In.28/D.1/TL.01/06/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **NUR FITRIYANI**
NPM : 1602040034
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Rumah Makan Kayu Watu, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTRIBUSI KEUNIKAN DESAIN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS RUMAH MAKAN KAYU WATU METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 16 Juni 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-492/n.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

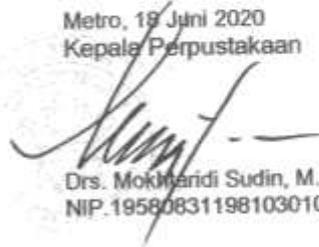
Nama : NUR FITRIYANI
NPM : 1602040034
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602040034.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 18 Juni 2020
Kepala Perpustakaan


Drs. Mokhammad Sudin, M.Pd
NIP.1958083119810301001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metroiainv.ac.id; e-mail: iainmetro@metroiainv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Fitriyani Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Ekonomi
Syariah
NPM : 1602040034 Semester/Skripsi : 7 / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	TandaTangan
	Rabu/ 24 juni 2020		1. Perbaiki sesuai arahan 2. lengkapi semua skripsi	
	Kamis/ 25 juni 2020		1. tambah dari narasi di letak geografis 2. Motto disesuaikan dengan judul 3. Perbaiki penulisan 4. hal. di daftar pustaka dihilangkan 5. lengkapi lampiran dan dokumentasi	

Dosen Pembimbing II,

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIP.

Mahasiswa Ybs,

Nur Fitriyani
NPM. 1602040034



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0720) 41507; Faksimil (0725) 47296; Website: www.metroain.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Fitriyani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
NPM : 1602040034 Semester/Skripsi : 7 / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat / 26 Juni 2020		1. Perbaiki spasi daftar isi 2. Ace dihapus kan ke pembuat bung !	

Dosen Pembimbing II,

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIP.

Mahasiswa Ybs,

Nur Fitriyani
NPM. 1602040034



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41557, Faksimil (0725) 47295, Website: www.metroiain.ac.id E-mail: iainmetro@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Fitriyani Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Ekonomi
Syariah
NPM : 1602040034 Semester/Skripsi : 8 / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	11-20 7	✓	hasil penelitian di rumah kembali ingat & sumber tersebut adalah kontribusi keuarga Desa Males & home source perdalam tentang hal tersebut	

Dosen Pembimbing I

Dr. Tobiatussaadah, MAg
NIP. 19701020 199803 2002

Mahasiswa Ybs,

Nur Fitriyani
NPM. 1602040034



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Fitriyani Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Ekonomi
Syariah
NPM : 1602040034 Semester/Skripsi : 7 / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	TandaTangan
	1/-20 /7		<p>① Siapkan sumber data primer di perkelas lagi kriteria konkrmen dan siap berdasarkan purposive sampling!</p> <p>② hasil penelitian di cek kembali, dan harus menyalas masalah yg diteliti</p> <p>③ pastikan informasi sudah ter input di hasil penelitian</p>	

Dosen Pembimbing I,


Dr. Tobibussanadah, MAg
NIP. 19701020 199803 2002

Mahasiswa Ybs,


Nur Fitriyani
NPM. 1602040034



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

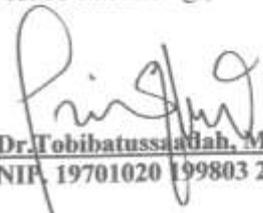
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Fitriyani Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Ekonomi
Syariah
NPM : 1602040034 Semester/Skripsi : 8 / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	TandaTangan
	8-20 /7	✓	hasil penelitian, maa catatan kelaya / Berikan catkalan kaler kumulasi dengan siap kapan ?	

Dosen Pembimbing I,


Dr. Tobibatussalafah, MAg
NIP. 19701020 199803 2002

Mahasiswa Ybs,


Nur Fitriyani
NPM. 1602040034



Foto 3. Suasana Rumah Makan Kayu Batu



Foto 4. Suasana Rumah Makan Kayu Batu



Foto 5. Suasana Rumah Makan Kayu Batu



Foto 6. Desain Tempat Rumah Makan Kayu Batu



Foto 7. Rumah Pohon



Foto 8. Saung Rumah Makan Kayu Watu



Foto 9. Saung Rumah Makan Kayu Watu



Foto 10. Wawancara dengan Pengelola Rumah Makan Kayu Watu

RIWAYAT HIDUP



Nur Fitriyani lahir di Teluk Dalem Ilir, Rumbia pada 2 Oktober 1997. Putri pertama dari Bapak Kurdi dan Ibu Titik Nasehati dan memiliki dua saudara yang bernama Risky Kurniawan dan Fitria Amanah. Peneliti bertempat tinggal di Desa Teluk Dalem Ilir, Kecamatan Rumbia, Kabupaten

Lampung Tengah. Berikut ini riwayat pendidikan yang telah peneliti tempuh:

1. SDN 1 Teluk Dalem Ilir, Lulus pada tahun 2010
2. MTs Sirojul ‘Ulum Teluk Dalem Ilir, Lulus pada tahun 2013
3. MA Darussalam Seputih Banyak, Lulus pada tahun 2016

Kemudian pada tahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Pada akhir masa study peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul: **“Kontribusi Keunikan Desain Rumah Makan Terhadap Keputusan Membeli Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Rumah Makan Kayu Watu Metro)”**.