

Strategi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah

Wa Ode Ayu Lestari, Sitti Rahma Gurudin

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Wakatobi

waodeayulestaristaiwakatobi@gmail.com, sittirahmastaiwakatobi@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is (1) To determine the service strategy of Coffee Gatan in Wakatobi Regency (2) To determine the satisfaction of Coffee Gatan customers in Wakatobi Regency (3) To determine the service strategy for customer satisfaction of Coffee Gatan in Wakatobi Regency. This type of research is field research, with an increase in qualitative descriptive methods. The location of this research is Coffee Gatan, Wandoka Selatan Village, Wakatobi Regency with the data used being primary data and secondary data. Data collection methods are observation, interviews, and documentation. The results of this study are (1) The service strategy implemented by Coffee Gatan is effective in creating positive experiences and customer satisfaction, which are the keys to success and loyalty in the long term. (2) The level of customer satisfaction of Coffee Gatan is relatively high. This shows that the service strategy and product quality implemented have been in accordance with customer expectations, so as to create loyalty and competitiveness in Wakatobi Regency. (3) Coffee Gatan's service strategy is in line with sharia economic values. Services that prioritize honesty, responsibility, professionalism, empathy, and consistency not only increase customer satisfaction, but also reflect a business that is blessed and has religious value. That way, Coffee Gatan is not only a place of business, but also a field of charity in the context of Islamic muamalah.

Keywords: Service Strategy, Customer Satisfaction, Sharia Economy, Coffee Gatan.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi pelayanan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi (2) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi (3) Untuk mengetahui strategi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan peningkatan metode deskriptif kualitatif. Adapun lokasi penelitian ini di *Coffee Gatan* Kelurahan Wandoka Selatan Kabupaten Wakatobi dengan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah observasi, *interview*, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pelayanan yang dijalankan *Coffee Gatan* efektif menciptakan pengalaman positif dan kepuasan pelanggan, yang menjadi kunci keberhasilan dan loyalitas dalam jangka panjang. (2) Tingkat kepuasan pelanggan *Coffee Gatan* tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan dan kualitas produk yang diterapkan telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga mampu menciptakan loyalitas dan daya saing di Kabupaten Wakatobi. (3) Strategi pelayanan *Coffee Gatan* telah selaras dengan nilai-nilai ekonomi syariah. Pelayanan yang mengedepankan kejujuran, tanggung jawab, profesionalitas, empati, dan konsistensi bukan hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mencerminkan bisnis yang berkah dan bernilai ibadah. Dengan begitu,

Coffee Gatan tidak hanya menjadi tempat usaha, tetapi juga ladang amal dalam konteks muamalah Islami.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Ekonomi Syariah, *Coffee* Gatan.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata dan kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama di daerah-daerah yang memiliki potensi wisata alam, seperti Kabupaten Wakatobi. Sebagai salah satu destinasi wisata bahari unggulan di Indonesia, Wakatobi tidak hanya dikenal dengan keindahan alamnya, tetapi juga dengan budaya lokal yang kuat serta mayoritas penduduknya yang beragama Islam. Kondisi ini membuka peluang besar bagi industri kuliner, termasuk bisnis kafe seperti *Coffee* Gatan, untuk berkembang dan menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun, tantangan utama dalam bisnis kuliner saat ini adalah bagaimana menciptakan strategi pelayanan yang efektif untuk memastikan kepuasan pelanggan, serta menjaga loyalitas konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek kunci dalam mempertahankan eksistensi dan kesuksesan sebuah bisnis. Dalam konteks industri kuliner, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, suasana tempat, hingga kualitas pelayanan yang diberikan. (Rahman & Sutrisno, 2015)

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelayanan yang baik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan (Kusumaningrum, 2018).

Dalam industri kafe, pelanggan tidak hanya datang untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga untuk mencari kenyamanan dan pengalaman yang menyenangkan. Oleh karena itu, strategi pelayanan menjadi salah satu pilar utama dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari aspek layanan yang memadai. Di daerah seperti Wakatobi, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, aspek etika dalam bisnis juga memainkan peran penting. Hal ini menuntut pelaku usaha, seperti *Coffee* Gatan, untuk menerapkan strategi pelayanan yang tidak hanya berfokus pada kepuasan pelanggan dari sudut pandang konvensional, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dalam ekonomi syariah, pelayanan kepada pelanggan harus dilandasi oleh prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan keberkahan. Prinsip-prinsip ini sangat relevan untuk diterapkan di wilayah dengan basis masyarakat yang mayoritas beragama Islam, dimana setiap transaksi diharapkan bersih dari unsur penipuan (*gharar*), riba, dan eksploitasi (Ascarya, 2012). Hal ini telah disebutkan sebelumnya didalam Al-Qur'an Surah An-Nahl/16:90.

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

Terjemahan:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

Ayat ini turun karena ada seseorang dari Bani Umayyah, Al-Walid bin Mughirah, yang mendengar dakwa Nabi Muhammad SAW tentang keadilan dan kebaikan. Ayat ini kemudian diturunkan sebagai pedoman umum tentang nilai-nilai moral dan etika yang diharapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Surah An-Nahl ayat 90 berkaitan dengan perintah Allah untuk berbuat adil, berbuat baik, dan memberi kepada kerabat, serta larangan dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan.

Konsep ekonomi syariah menekankan bahwa setiap pelaku usaha harus memperlakukan pelanggan dengan adil dan setara, tanpa adanya diskriminasi atau penipuan dalam penyampaian informasi maupun produk. Sebuah usaha yang mengikuti prinsip-prinsip syariah harus dapat memberikan pelayanan yang jujur, ramah, dan tidak menimbulkan kerugian pada pihak mana pun (Antonio, 2001). Pelayanan ini juga mencakup pengelolaan waktu yang baik, penyampaian informasi yang jelas, serta penyediaan produk yang halal dan *tayyib*.

Coffee Gatan merupakan salah satu kafe yang ada di Wakatobi Kecamatan Wangi-Wangi lebih tepatnya berada di lingkungan Ampupu, *Coffee Gatan* menjadi salah satu kafe terkenal di daerah tersebut, selain tempatnya yang strategis kafe tersebut juga cocok dijadikan tempat nongkrong, kerja tugas, refleksi bagi semua kalangan, selain itu *Coffee Gatan* juga bisa dijadikan tempat pertemuan, acara keluarga, reunion maupun tempat resepsi pernikahan. Hal tersebut dikarenakan selain tempatnya yang luas, disana juga kita bisa menikmati indahnya pemandangan ombak, *sunset* dan lain sebagainya, di *Coffee Gatan* berbeda dengan kafe-kafe yang lain dikarenakan *Coffee Gatan* memiliki keunggulan yang berbeda salah satunya adalah adanya *live* musik dan bagi setiap pengunjung yang ingin *request* lagu maupun yang ingin bernyanyi di persilahkan dengan baik. Selain itu juga mereka menggunakan celemek untuk menjaga kebersihan dan *Coffee Gatan* mempunyai tempat penginapan.

Kondisi ini menimbulkan kebutuhan akan penerapan strategi pelayanan yang lebih sistematis di *Coffee Gatan*. Strategi ini tidak hanya mencakup pelatihan karyawan mengenai keterampilan pelayanan dasar, tetapi juga mencakup penanaman nilai-nilai syariah dalam setiap aspek operasional. Pelatihan yang berfokus pada etika bisnis syariah dapat meningkatkan kualitas interaksi antara karyawan dengan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan (Hasan, 2009).

Penelitian ini perlu dilakukan untuk menganalisis bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan oleh *Coffee Gatan* sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi

syariah, serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam bisnis kafe dan bagaimana hal tersebut dapat memberikan manfaat jangka panjang, baik dari segi kepuasan pelanggan maupun keberlanjutan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan praktis bagi pelaku usaha lain yang ingin mengadopsi pendekatan serupa dalam menciptakan bisnis yang lebih beretika dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Sugiyono, 2013). Pendekatan yang dilakukan merupakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, sehingga hanya merupakan pengungkapan fakta. Metode ini digunakan karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan lebih spesifik, transparan, dan lebih mendalam (Sri Sugianti, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pelayanan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi

Berdasarkan hasil penelitian strategi pelayanan yang diterapkan oleh *Coffee Gatan* dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan data hasil observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pelanggan dan pengelola, serta dokumentasi, ditemukan bahwa *Coffee Gatan* menerapkan beberapa strategi pelayanan utama yang terfokus pada kecepatan dan efisiensi, kualitas komunikasi, keterampilan dan pengetahuan petugas, empati dan sikap pelayanan, serta konsistensi pelayanan.

Strategi Kecepatan dan Efisiensi

Kecepatan dalam melayani pelanggan merupakan indikator utama dalam menentukan kepuasan. *Coffee Gatan* menekankan pentingnya *service time*, yaitu waktu antara pelanggan memesan hingga pesanan diterima. Untuk itu, mereka menerapkan sistem kerja yang cepat dan terkoordinasi, di mana setiap staf memiliki tugas spesifik yang saling menunjang.

Penggunaan teknologi sederhana, seperti sistem pemesanan digital dan *display menu* yang informatif, turut mendukung efisiensi kerja. Selain itu, kedai ini juga mengatur stok bahan baku secara rapi agar proses penyajian tidak terhambat. Ini menjadi bentuk nyata strategi efisiensi operasional yang langsung berdampak pada kepuasan pelanggan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan waktu tunggu yang relatif cepat, bahkan saat kedai ramai. Hal ini menunjukkan keberhasilan *Coffee Gatan* dalam mengelola pelayanan berbasis efisiensi waktu.

Strategi Kualitas Komunikasi

Komunikasi antara pelanggan dan petugas menjadi aspek penting dalam menciptakan suasana yang nyaman dan profesional. *Coffee Gatan* menerapkan standar komunikasi yang menekankan pada kesopanan, kejelasan informasi, dan sikap terbuka terhadap masukan.

Petugas diajarkan untuk menyambut pelanggan dengan senyuman, menjelaskan menu secara ringkas namun informatif, serta bersedia membantu dalam memilih menu yang sesuai. Dalam situasi tertentu, seperti ketika terjadi kesalahan pesanan, petugas menyampaikan permintaan maaf dengan sikap yang tenang dan menyelesaikan masalah secara langsung. Komunikasi yang baik ini tidak hanya membentuk hubungan jangka pendek, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Strategi Keterampilan dan Pengetahuan Petugas

Coffee Gatan berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya melalui pelatihan keterampilan dan pengetahuan produk. Barista dan petugas lainnya diberikan pemahaman mengenai berbagai jenis minuman kopi, teknik penyajian, serta cara menyampaikan informasi menu kepada pelanggan.

Tidak hanya sekadar menyajikan kopi, petugas juga mampu menjelaskan asal-usul biji kopi, metode penyeduhan seperti *pour-over* atau espresso, serta memberikan rekomendasi sesuai selera pelanggan. Hal ini memberikan nilai edukatif sekaligus meningkatkan citra profesional *Coffee Gatan* di mata pelanggan. Petugas juga dibekali pengetahuan tentang standar kebersihan dan keselamatan kerja, sehingga mereka dapat menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab dan kepercayaan diri.

Strategi Empati dan Sikap Pelayanan

Empati menjadi salah satu aspek pelayanan yang sangat ditekankan di *Coffee Gatan*. Petugas dilatih untuk memahami dan merespons kebutuhan pelanggan dengan sikap peduli, sabar, dan ramah. Misalnya, ketika pelanggan membawa anak kecil atau datang dalam kondisi lelah, petugas memberikan perhatian ekstra seperti menyarankan tempat duduk yang nyaman atau menawarkan layanan tambahan tanpa diminta.

Sikap ini menumbuhkan kedekatan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan, yang pada akhirnya menciptakan *customer experience* yang menyenangkan. Pelanggan merasa dihargai bukan hanya sebagai konsumen, tetapi sebagai manusia yang diperlakukan secara sopan dan bermartabat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa empati petugas menjadi salah satu alasan pelanggan memilih *Coffee Gatan* sebagai tempat nongkrong yang nyaman.

Strategi Konsistensi Pelayanan

Salah satu kekuatan utama *Coffee Gatan* adalah konsistensi dalam kualitas layanan. Baik dari segi rasa kopi, tampilan penyajian, suasana tempat, maupun sikap petugas, semua dijaga agar tetap stabil setiap hari.

Manajemen melakukan evaluasi rutin terhadap pelayanan dan terus mengingatkan staf tentang pentingnya menjaga standar kerja. Konsistensi ini membuat pelanggan merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan pengalaman yang sama baiknya setiap kali datang. Konsistensi juga ditunjukkan dalam jam operasional yang tetap, harga yang transparan, dan penerapan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang jelas di berbagai lini pelayanan.

Kepuasan Pelanggan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di *Coffee Gatan*, sebuah kedai kopi yang berkembang di Kabupaten Wakatobi. Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan wawancara, ditemukan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari gabungan antara kualitas produk/layanan, persepsi terhadap harga dan nilai, pengalaman pelanggan selama berada di kedai, serta keandalan pelayanan. Berikut ini adalah pembahasannya:

Kualitas Produk atau Layanan

Kualitas produk menjadi elemen paling penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. *Coffee Gatan* menyajikan berbagai jenis kopi lokal dengan cita rasa yang khas dan konsisten. Kualitas ini tidak hanya terletak pada rasa, tetapi juga pada penyajian yang menarik secara visual serta aroma yang menggugah selera. Dari sisi layanan, staf *Coffee Gatan* dinilai ramah, cepat tanggap, dan informatif. Petugas mampu menjelaskan menu dengan baik dan memberikan pelayanan secara sopan. Konsistensi dalam rasa kopi dan pelayanan yang prima menjadi nilai tambah bagi pelanggan, yang merasa puas karena ekspektasinya terpenuhi bahkan terlampaui.

Harga dan Nilai (*Value for Money*)

Harga yang ditetapkan oleh *Coffee Gatan* dinilai wajar dan sesuai dengan kualitas produk serta suasana tempat yang ditawarkan. Mayoritas pelanggan merasa bahwa mereka mendapatkan "*value for money*" yang sepadan. Meskipun beberapa menu tergolong sedikit lebih mahal dibanding kedai lain, pelanggan tetap merasa puas karena kualitas kopi, pelayanan, dan kenyamanan tempat mendukung harga tersebut.

Konsep nilai (*value*) yang dimaksud tidak hanya dinilai dari nominal uang, tetapi juga dari pengalaman keseluruhan yang didapat pelanggan. Ketika pelanggan merasa apa yang mereka bayar setara dengan apa yang mereka terima, maka kepuasan pun tercipta.

Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*)

Pengalaman pelanggan di *Coffee Gatan* mencakup berbagai aspek, mulai dari suasana tempat, interaksi dengan staf, kemudahan memesan, hingga kenyamanan selama berada di kedai. *Coffee Gatan* menyediakan tempat duduk yang nyaman, interior yang Instagramable, serta suasana yang tenang untuk bersantai maupun bekerja.

Wi-Fi gratis, colokan listrik yang tersedia, dan musik latar yang tenang turut memperkuat *customer experience* secara keseluruhan. Banyak pelanggan

menyatakan bahwa mereka merasa "betah" berada di *Coffee Gatan*, sehingga memilih untuk datang kembali, bahkan mengajak teman atau keluarga.

Keandalan Pelayanan (*Reliability*)

Keandalan pelayanan merujuk pada kemampuan *Coffee Gatan* untuk memberikan layanan secara konsisten dan dapat dipercaya. Dalam hal ini, *Coffee Gatan* mampu menjaga standar kualitas produk dan waktu penyajian yang stabil dari waktu ke waktu. Pelanggan menyatakan bahwa mereka tidak mengalami perubahan kualitas rasa, pelayanan, atau suasana yang drastis, yang artinya *Coffee Gatan* mampu menjaga kepercayaan.

Keandalan ini sangat penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa bisa mengandalkan kedai untuk mendapatkan kopi berkualitas dan layanan yang baik setiap kali berkunjung, maka kepuasan akan terbentuk secara berkelanjutan.

Strategi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi Menurut Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pihak manajemen serta pelanggan *Coffee Gatan* di Kabupaten Wakatobi, ditemukan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi tersebut mencakup aspek keramahan, kecepatan pelayanan, kualitas produk, kenyamanan tempat, serta keterjangkauan harga. Jika ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, strategi ini mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis.

Pertama, dari segi pelayanan, *Coffee Gatan* menekankan sikap ramah, sopan, dan santun dalam melayani pelanggan. Pelayanan yang mengedepankan akhlak terpuji (*akhlakul karimah*) ini sejalan dengan prinsip ihsan dalam ekonomi syariah, yaitu memberikan pelayanan terbaik sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Sikap ramah ini dinilai sangat penting dalam membangun loyalitas pelanggan serta menciptakan suasana nyaman saat berkunjung.

Kedua, dalam hal kecepatan dan ketepatan pelayanan, *Coffee Gatan* berusaha menyajikan pesanan pelanggan secara cepat dan sesuai permintaan. Hal ini mencerminkan prinsip amanah (tanggung jawab) dalam Islam, di mana setiap pekerjaan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya tanpa merugikan pihak lain. Kecepatan pelayanan juga berkaitan dengan efisiensi waktu yang menjadi salah satu indikator kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, dari segi kualitas produk, *Coffee Gatan* menjaga bahan baku yang digunakan agar tetap dalam kategori *halalan thayyiban*, yakni halal dan baik. Produk yang disajikan juga memiliki cita rasa yang konsisten dan layak konsumsi. Dalam ekonomi syariah, menjaga kualitas produk merupakan kewajiban moral dan religius karena berhubungan langsung dengan hak-hak konsumen. Selain itu, kenyamanan tempat juga menjadi perhatian manajemen. *Coffee Gatan* menyediakan tempat yang bersih, estetik, dan mendukung suasana tenang untuk bersantai maupun bekerja. Tempat duduk yang tertata rapi, pencahayaan yang cukup, dan adanya penunjang

ibadah seperti informasi waktu salat menunjukkan perhatian terhadap nilai-nilai Islam. Hal ini memberi nilai tambah bagi pelanggan Muslim yang menginginkan lingkungan usaha yang islami.

Terakhir, strategi harga juga menjadi bagian penting dalam kepuasan pelanggan. *Coffee Gatan* menerapkan harga yang wajar dan kompetitif sesuai dengan daya beli masyarakat Wakatobi. Dalam ekonomi syariah, hal ini sesuai dengan prinsip keadilan muamalah, yakni tidak menetapkan harga secara zalim atau mengambil keuntungan yang berlebihan. Harga yang adil turut membangun kepercayaan dan menciptakan hubungan jual beli yang sehat.

Dari keseluruhan strategi yang diterapkan, dapat disimpulkan bahwa *Coffee Gatan* telah mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi syariah dalam praktik bisnisnya. Strategi pelayanan yang sesuai syariah ini berdampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, serta menciptakan citra usaha yang tidak hanya profesional, tetapi juga religius.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Gatan* Kabupaten Wakatobi, dapat disimpulkan bahwa usaha ini telah berhasil mengimplementasikan berbagai strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dalam aspek pelayanan, *Coffee Gatan* menekankan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif. Hal ini mencerminkan penerapan nilai ihsan, yaitu memberikan yang terbaik dalam segala hal, yang menjadi salah satu prinsip utama dalam ekonomi syariah. Selain itu, aspek akhlak terpuji, seperti keramahan dan kejujuran, juga terlihat dalam interaksi antara karyawan dan pelanggan, yang menunjukkan penerapan prinsip *akhlakul karimah*.

Dari segi produk, *Coffee Gatan* menjaga kualitas produk yang halal dan berkualitas (*halalan thayyiban*), sesuai dengan prinsip syariah yang menuntut agar segala bentuk konsumsi memenuhi standar halal dan baik. Selain itu, kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan oleh barista juga menggambarkan prinsip amanah dalam menjalankan usaha, di mana setiap pekerjaan harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan.

Kenyamanan tempat dan suasana yang kondusif di *Coffee Gatan* juga menjadi faktor penting yang menunjang kepuasan pelanggan. Dengan menyediakan ruang yang nyaman, bersih, dan estetik, serta memperhatikan aspek kebersihan dan kesopanan, *Coffee Gatan* memberikan nilai tambah yang sesuai dengan prinsip *tahsin* dalam ekonomi syariah, yaitu menciptakan sesuatu yang baik dan layak untuk dinikmati. Akhirnya, kebijakan harga yang adil dan transparan tanpa adanya unsur penipuan (*gharar*) atau keuntungan berlebihan (*riba*) menunjukkan bahwa *Coffee Gatan* telah menjalankan prinsip keadilan muamalah, di mana harga ditetapkan secara wajar dan tidak merugikan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an. (n.d.). *Surah An-Nahl (16:90)*. Kementerian Agama.
- Al-Qur'an. (n.d.). *Surah Az-Zalzalah (99:7-8)*. Kementerian Agama.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktek*. Gema Insani Press.
- Ascarya. (2012). *Akad dan produk bank syariah*. Bank Indonesia.
- Assauri, S. (2016). *Strategi manajemen*. Rajagrafindo.
- Bakhri, S. M. (2012). *Sukses berbisnis ala Rasulullah saw*. Erlangga.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Fauzia, Y. I., et al. (2014). *Prinsip dasar ekonomi Islam: Perspektif maqashid al-syari'ah*. Kencana.
- Handayani, S. (2023). Strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu). *EKOMBIS Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Hartono, B. (2022). *Manajemen pemasaran*. Rineka Cipta.
- Hasan, A. (2010). *Marketing bank syariah*. Ghalia Indonesia.
- Hasan, Z. (2009). *Perbankan dan keuangan syariah: Pendekatan integratif*. Oxford University Press.
- Herlambang, S. (2016). *Manajemen pelayanan kesehatan rumah sakit*. Gosyen Publishing.
- Karim, A. A. (2008). *Ekonomi mikro Islami*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Manajemen perbankan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (Edisi ke-15)*. Pearson Education.
- Kotler, P., et al. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-12)*. Erlangga.
- Kotler, P., et al. (2009). *Manajemen pemasaran (Edisi ke-13)*. Erlangga.
- Kotler, P., et al. (2016). *Manajemen pemasaran*. Pearson Education.
- Kresnayanti, A. (2024). *Analisis sistem pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen Café Warning Jl. Ir. H. Juanda No. 342d, Dago, Kec. Coblong [Penelitian]*.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi: Bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Erlangga.
- Kusumaningrum, D. (2018). *Kepuasan pelanggan dalam industri kuliner*. Universitas Padjadjaran Press.
- Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. Sage Publications.
- Lupiyoadi, R., et al. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.

- Moenir, A. S. (2000). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, N. (2002). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi ke-4). Rake Sarasin.
- Mujahidin, A. (2014). *Ekonomi Islam: Sejarah, konsep, instrumen, negara dan pasar*. PT Raja Grafindo Persada.
- Rahman, A., et al. (2015). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi*. Rajawali Pers.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer service satisfaction & call center*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G., et al. (2010). *Perilaku konsumen*. PT Indeks.
- Shihab, Q. M. (2013). *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir tematik sebagai alternatif*. Lentera Hati.
- Siagian, P. S. (2011). *Statistika deskriptif untuk penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugianti, S. (2019). *Peran usaha mikro kecil dan menengah dalam mensejahterakan karyawan di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat* [Skripsi].
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Rineka Cipta.
- Suharto, S. (2015). *Metodologi penelitian untuk ilmu sosial dan humaniora*. Andi Offset.
- Suryabrata, S. (2020). *Metodologi penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.
- Suwarti. (2022). *Peran peningkatan pelayanan pramusaji guna meningkatkan kepuasan pelanggan* [Penelitian].
- Suyoto. (2007). *Marketing strategy top brand Indonesia*. Andi.
- Tjiptono, F. (2004). *Service, quality & satisfaction* (Edisi ke-2). Andi.
- Tjiptono, F., et al. (2016). *Service, quality, dan satisfaction: Teori dan praktik*. Andi Offset.
- Wheelen, T. L., et al. (2012). *Manajemen strategis dan kebijakan bisnis: Menuju keberlanjutan global*. Pearson Education.
- Wilson, J. A. J., et al. (2013). *Pemasaran Islam: Wawasan baru dan praktik*. Palgrave Macmillan.
- Zeithaml, V. A., & Gremler. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (Edisi ke-6). McGraw-Hill.