

**PENERAPAN *SUSTAINABLE INNOVATION* SEBAGAI STRATEGI
PENGEMBANGAN BISNIS RESTO-KARAOKE BERBASIS SYARIAH**
(Studi Komparatif di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura dan K-Broo True
Family Karaoke Syariah Sidoarjo)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh

DINA NUR WULANDARI

NIM. F12417321

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dina Nur Wulandari

NIM : F12417321

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UNI Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



DINA NUR WULANDARI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “**PENERAPAN *SUSTAINABLE INNOVATION* SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RESTO-KARAOKE BERBASIS SYARIAH** (Studi Komparatif di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo)” yang ditulis oleh Dina Nur Wulandari ini telah disetujui pada tanggal 19 Juli 2021

Oleh:

PEMBIMBING

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Muhamamd Ahsan', written over a light blue horizontal line.

Dr. Ir. Muhamamd Ahsan, MM
NIP. 196806212007011030

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

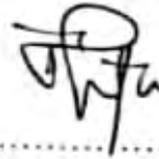
Tesis berjudul "**PENERAPAN *SUSTAINABLE INNOVATION* SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RESTO-KARAOKE BERBASIS SYARIAH** (Studi Komparatif di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo)" yang ditulis oleh Dina Nur Wulandari ini telah diuji dalam Ujian Tesis pada tanggal 26 Juli 2021

Tim Penguji:

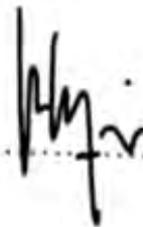
1. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM (Ketua Penguji)



2. Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag. (Penguji I)



3. Dr. Nurhayati, M.Ag. (Penguji II)



Surabaya, 30 Juli 2021

Direktur,



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag.
NIP 1960041211994031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dina Nur Wulandari
NIM : F12417321
Fakultas/Jurusan : Program Pascasarjana Ekonomi Syariah
E-mail address : dinanurwulandari85@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul : Penerapan *Sustainable Innovation* sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Resto-Karaoke Berbasis Syariah (Studi Komparatif di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 September 2021

Penulis

(Dina Nur Wulandari)

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Penerapan *Sustainable Innovation* sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Resto-Karaoke Berbasis Syariah (Studi Komparatif di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo)”. bertujuan untuk: *Pertama*, menganalisis penerapan konsep bisnis resto-karaoke berbasis syariah yang ditawarkan di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo. *Kedua*, menganalisis penerapan dimensi *sustainable innovation* di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo. *Ketiga*, menganalisis strategi pengembangan bisnis terbaik yang telah diterapkan dalam dimensi *sustainable innovation* untuk peningkatan penjualan di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan studi komparatif dengan jenis penelitian kualitatif.. Sumber data diperoleh melalui data primer dan data sekunder dengan prosedur pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Beberapa orang yang dijadikan informan adalah *owner, manager, supervisor*, karyawan dan *customer* di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo. Kemudian data tersebut dianalisis dengan teknik analisis data dari Creswell.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, konsep karaoke syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura telah memenuhi standar karakteristik bisnis syariah dengan menerapkan (1) aqidah islam sebagai prinsip dasar bisnis; (2) halal sebagai status sumber daya bisnis; dan (3) dunia-akhirat sebagai motivasi dan orientasi bisnis. Sementara , K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo belum memenuhi standar bisnis syariah, akan tetapi mengarah kepada konsep syariah. *Kedua*, penerapan *sustainable innovation* sebagai strategi bisnis karaoke syariah secara keseluruhan mengambil tiga dari empat dimensi, yaitu *incremental, re-design* dan sistem inovasi. *Ketiga*, strategi pengembangan bisnis di Resto Generasi Muslim Sumenep Madura menerapkan strategi inovasi, sementara K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo menerapkan strategi inovasi dan strategi pengembangan produk.

Saran terkait penelitian ini ialah: *Pertama*, hendaknya pihak manajemen menjalin kerjasama yang intens dengan pemerintah khususnya di bidang keparawisataan agar tempat karaoke syariah ini dapat lebih tereksplere dan dikenal oleh parawisatawan dengan konsep karaoke syariah. *Kedua*, pihak manajemen harus mempunyai visi dan misi yang jelas, serta strategi-strategi pemasaran yang lebih jelas dan terarah agar bisnis ini semakin baik, berlanjut, bahkan berkembang dengan konsep karaoke berbasis syariah.

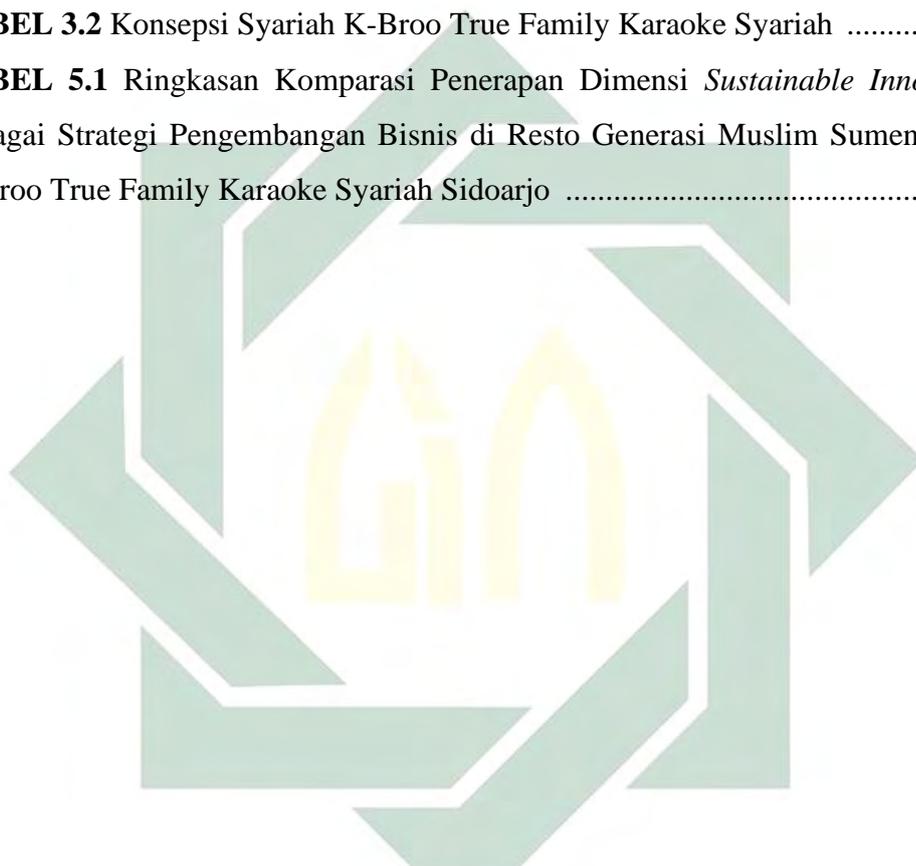
Kata Kunci: *Sustainable Innovation*, *Stategi Pengembangan Bisnis*, *Karaoke Syariah*

1. Definisi Manajemen.....	32
2. Definisi Strategi	35
3. Konsep Manajemen Strategi	38
4. <i>Stages of Strategic Management Process</i>	40
5. Tingkatan Manajemen Strategi (<i>Level of Strategic Management</i>)	42
B. Corporate Entrepreneurship	45
1. Definisi <i>Corporate Entrepreneurship</i>	45
2. <i>Strategic Entrepreneurship</i> Sebagai Perwujudan <i>Corporate Entrepreneurship</i>	49
C. Sustainable Innovation.....	51
1. Inovasi (<i>Innovation</i>).....	51
2. Definisi <i>Sustainability</i> dan <i>Sustainable Innovation</i>	57
3. Dimensi <i>Sustainable Innovation</i>	59
D. Strategi Pengembangan Usaha.....	61
1. Konsep Strategi Pengembangan Usaha	61
2. Tahapan Pengembangan Usaha	63
3. Teknik Pengembangan Usaha	64
4. Klarifikasi Strategi Pengembangan Usaha	66
E. Bisnis Berbasis Syariah	67
1. Definisi Bisnis	67
2. Konsep Bisnis Berbasis Syariah	69
3. Karakteristik Bisnis Syariah dan Bisnis Non Syariah	74
BAB III : TEMUAN PENELITIAN	77
A. Gambaran Umum Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	77
1. Resto Generasi Muslim Sumenep	77
a. Profil Resto Generasi Muslim Sumenep	77
b. Visi dan Misi Resto Generasi Muslim Sumenep.....	79
c. Struktur Organisasi Resto Generasi Muslim Sumenep ...	80
d. Peraturan Resto Generasi Muslim Sumenep	81
2. K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	82

a. Profil K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo....	82
b. Visi dan Misi K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	86
c. Struktur Organisasi K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	87
d. Peraturan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	88
B. Penerapan Konsepsi Syariah Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	88
1. Penerapan Konsepsi Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep	88
2. Penerapan Konsepsi Syariah di K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	91
C. Penerapan Dimensi <i>Sustainable Innovation</i> di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	92
BAB IV : ANALISIS DATA PENELITIAN.....	88
A. Analisis Tentang Penerapan Bisnis Resto-Karaoke Berbasis Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	103
1. Analisis Konsep Syariah di Resto Generasi Muslim	103
2. Analisis Penerapan Konsep Bisnis Resto-Karaoke Berbasis Syariah di K-Broo True Family Karaoke Syariah	108
B. Analisis Tentang Penerapan Dimensi <i>Sustainable Innovation</i> Di Resto-Karaoke Berbasis Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	113
C. Analisis Tentang Strategi Pengembangan Bisnis di Resto- Karaoke Berbasis Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	121

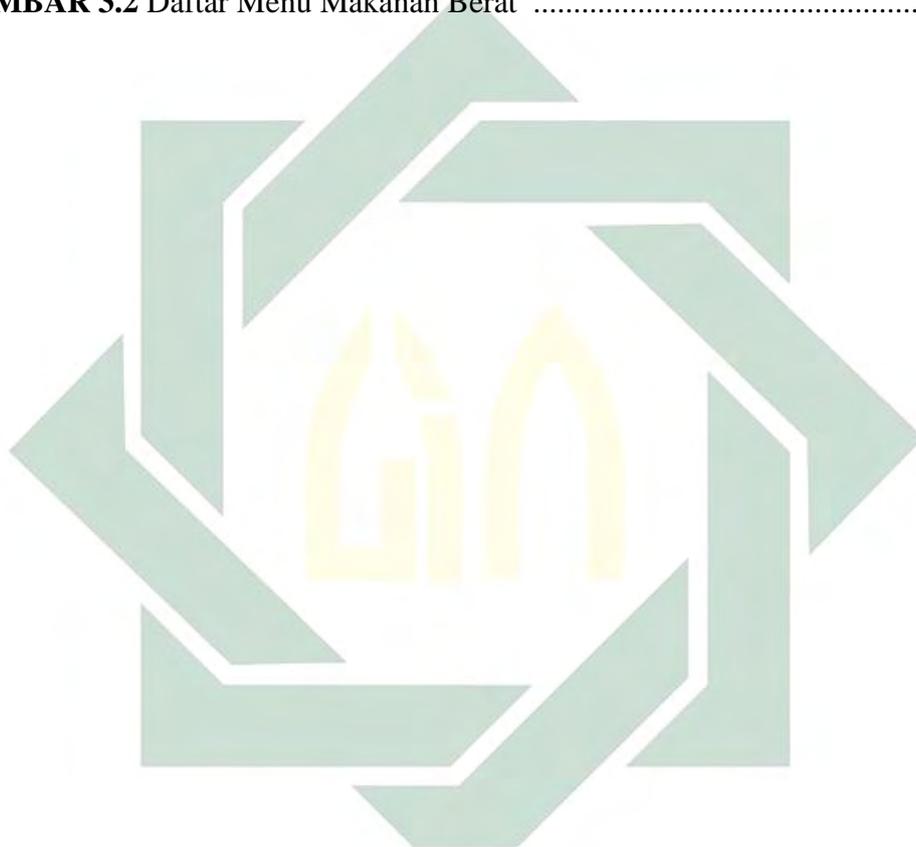
DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Pengeluaran Konsumen Muslim Indonesia Untuk Gaya Hidup Halal	8
TABEL 2.1 Ruang Lingkup Inovasi	61
TABEL 2.2 Karakteristik Bisnis Islami dan Bisnis Non-Islami	73
TABEL 3.1 Konsepsi Syariah Resto Generasi Muslim	89
TABEL 3.2 Konsepsi Syariah K-Broo True Family Karaoke Syariah	97
TABEL 5.1 Ringkasan Komparasi Penerapan Dimensi <i>Sustainable Innovation</i> Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo	123



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Global Islamic Economy Indicator Beberapa Negara	9
GAMBAR 2.1 Multidimensi Manajemen	31
GAMBAR 2.2 Proses Manajemen	33
GAMBAR 2.3 Model Sistem Manajemen Strategik	39
GAMBAR 3.1 Daftar Menu Minuman	84
GAMBAR 3.2 Daftar Menu Makanan Berat	85



Corporate Entrepreneurship (CE) merupakan proses atau aktivitas *entrepreneurial* yang dilakukan individu atau kelompok di sebuah organisasi dengan tujuan pengembangan berbagai inovasi dalam meningkatkan nilai serta memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk kelangsungan hidup organisasi.²⁹

Corporate entrepreneurship mencoba mengeksplorasi dua fenomena utama, yaitu: a. penciptaan organisasi baru di dalam organisasi yang lama; dan b. perubahan dari organisasi yang berjalan dengan perubahan strategi.³⁰ Sementara itu, Morris *et al.* menggambarkan perwujudan *corporate entrepreneurship* dalam perusahaan sebagai *corporate venturing* (proyek perusahaan) atau *strategic entrepreneurship* (strategi kewirausahaan).

Corporate venturing dalam konseptual ini memiliki tujuan untuk penambahan bisnis baru melalui investasi ekuitas bagi perusahaan, yaitu dengan melakukan tiga implementasi yang meliputi: *internal corporate venturing*, *cooperative corporate venturing*, dan *external corporate venturing*.

Strategic entrepreneurship berkaitan dengan pendekatan inovatif yang dihasilkan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, dimana *strategic entrepreneurship* melalui inovasi ini dapat dikembangkan dalam 5 area yang berbeda, yaitu: *strategic renewal*

²⁹ M. Taufik Amir, “*Corporate Entrepreneurship: Menghidupkan Spirit Kewirausahaan di Organisasi*” dalam http://corpneur.blogspot.com/2010/07/memahami_corporate_entrepreneurship.html (20 Juni 2019).

³⁰ Ratih Indriyani, “Analisa Jalur dalam *Corporate Entrepreneurship* terhadap Organizational Citizenship Behavior dengan Komitmen Organisasi dengan *Variabel Intervening* (Studi Kasus pada Perusahaan Keluarga di Jawa Timur)”, *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 8, No. 02 (Oktober, 2014), 196.

Small and Medium Enterprise: A Conceptual Framework” dengan menggunakan metode kajian pustaka (*literature review*). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa inovasi berkelanjutan dalam industri manufaktur dibutuhkan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Terlepas dari kebijakan-kebijakan pemerintah, inisiatif perusahaan juga menjadi faktor pendukung yang dapat menentukan suatu pencapaian bisnis yang berkelanjutan, meskipun menghadapi pesaing menjadi penentu keberlangsungan hidup suatu bisnis. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan kemampuan internal mereka dengan mengkonfigurasi sumber daya ke dalam rutinitas proses untuk proses inovasi. Kerangka kerja konseptual juga dapat mengklarifikasi perbaikan proses dalam menangkap nilai untuk pencapaian inovasi berkelanjutan. Maka dengan kata lain, penelitian ini menawarkan wawasan lain sebagai cara untuk meningkatkan kemampuan spesifik perusahaan agar dapat berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan melalui inovasi proses.³⁶ Sementara, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis nantinya lebih kepada penerapan *sustainable innovation* sebagai suatu strategi pengembangan bisnis pada industri yang bergerak di bidang jasa hiburan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Hendri Hermawan Adinugraha dan Mila Sartika (2019) dengan judul “*Halal Lifestyle* di Indonesia”. Penelitian ini menjelaskan fenomena “halalisasi” di Indonesia yang saat ini tidak hanya berkuat pada sektor makanan saja, tetapi sudah merambah kesektor-sektor lain. Apapun kebiasaan seseorang dalam mengkonsumsi

³⁶ Widya Astuti, et al, “*The Role of Interpreneurship for Sustainable Innovation throught Proses Innovation in Small and Mrdium Enterprise: A Conceptual Framework*”, *International Journal of Economics and Financial Issue*, Vol. 6, No. S3 (2016), 83-91.

barang/jasa yang berorientasi pada *mindset* halal disebut dengan *halal lifestyle*. *Halal lifestyle* dapat menjamin dan mengelola moralitas dari apa pun yang dilakukan oleh seseorang yang terlibat di dalamnya, hingga dapat menjaga harga diri, martabat dan kehormatan, mengontrol diri, serta menjaga integritas dan individualitas manusia.³⁷ Adanya pembahasan terhadap *halal lifestyle* dalam penelitian ini memiliki kesamaan pembahasan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yang menjadi pembeda disini adalah fokus penelitian yang akan peneliti lakukan terkait dengan tren *halal lifestyle* pada sektor hiburan yaitu karaoke syariah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nanang Fahrudin (2017) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Label Syariah dan pelayanan terhadap minat konsumen di Karaoke Syariah (Study Kasus Karaoke Syariah K-Broo True Family Syariah Sidoarjo)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa label syariah memiliki pengaruh positif yang cukup besar terhadap minat konsumen yaitu 28,6%, sedangkan untuk pelayanan terhadap minat konsumen pengaruhnya jauh lebih besar yaitu sebesar 65,9%.³⁸ Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tempat penelitian yang menjadi salah satu obyek penelitian nantinya yaitu di tempat Karaoke Syariah K-Broo True Family Syariah Sidoarjo, namun penelitian ini akan menggunakan penelitain kualitatif dengan penedekatan fenomenologi dalam studi komparasi yang berfokus pada penerapan *sustainable innovation*.

³⁷ Hendru Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, dan Ahmad Hasan Asy'ari Ulama'i, “Halal Lifestyle di Indonesia”, *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 2 (April 2019), 57-81.

³⁸ Nanang Fahrudin, “Pengaruh Penggunaan Label Syariah dan pelayanan terhadap minat konsumen di Karaoke Syariah (Study Kasus Karaoke Syariah K-Broo True Family Syariah Sidoarjo)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Trunojoyo*, Vol. 01, No. 08 (Agustus, 2017), 1-9.

- b. Peneliti menemukan pernyataan yang berasal dari data wawancara atau sumber data lainnya tentang bagaimana orang-orang memahami topik, merinci pernyataan-pernyataan tersebut (horisonalisasi data) dengan memperlakukan setiap pernyataan memiliki nilai yang setara, kemudian mengembangkan rincian tersebut tanpa melakukan pengulangan agar tidak terjadi tumpang tindih.
- c. Pernyataan-pernyataan tersebut dikelompokkan ke dalam unit-unit bermakna (*meaning unit*), kemudian peneliti merinci unit-unit tersebut dan menuliskan sebuah penjelasan teks (*textural description*) tentang pengalaman yang disertai contoh.
- d. Merefleksikan pemikiran dan menggunakan variasi imajinatif (*imaginative variation*) atau deskripsi struktural (*structural description*), mencari keseluruhan makna yang memungkinkan melalui perspektif yang divergen (*divergent perspectives*), mempertimbangkan kerangka rujukan (*phenomenon*), dan mengkonstruksikan bagaimana gejala tersebut dialami.
- e. Mengkonstruksikan seluruh penjelasan tentang makna dan esensi (*essence*) dari pengalaman
- f. Tahap terakhir, peneliti menuliskan sebuah deskripsi gabungan (*composite description*) yang menggabungkan kedua deskripsi pada tahap sebelumnya, yaitu *textural description* dan *structural description*.

I. Sistematika Pembahasan

Secara umum tesis ini terdiri dari 5 bab dengan beberapa sub bab yang saling berkaitan. Agar mendapat gambaran yang jelas mengenai bab-bab yang akan dibahas, berikut sistematika pembahasannya:

Bab *pertama* adalah pendahuluan, merupakan pola umum yang menggambarkan keseluruhan isi tesis, terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teoritik, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab *kedua* berisikan teori-teori yang mendukung dalam suatu penelitian. Di dalam bab ini akan dijelaskan mengenai konsep tentang landasan teori terkait manajemen starategi, strategi pengembangan usaha, *corporate entrepreneurship*, *sustainable innovation*, dan bisnis berbasis syariah.

Bab *ketiga* berupa penyajian data hasil wawancara dari narasumber terkait dengan profile dan kondisi bisnis karaoke berbasis syariah serta penerapan konsep *halal lifestyle* di dua lokasi penelitian ini.

Bab *keempat* merupakan pembahasan dan analisis data, ialah bab untuk membahas dan menganalisa hasil data yang didapat terkait masalah penelitian, yaitu masalah penerapan *sustainable innovation* sebagai strategi pengembangan bisnis resto-karaoke berbasis syariah yang terjadi di dua lokasi penelitian ini.

Bab *kelima*, sebagai bab penutup untuk menyimpulkan seluruh isi penelitian yang terangkum dalam suatu kesimpulan berikut implikasi teoritis, saran dan rekomendasi.

Berdasarkan gambar tersebut ia menjelaskan bahwa manajemen bisa dipersepsi, dirumuskan, serta dapat dipahami sebagai *art*, *science*, *magic*, dan juga *politics* yang mana untuk setiap perumusan memiliki dasar serta titik tekan yang berbeda. Sebagai *art*, dasarnya adalah ketepatan intuisi, kecerdasan dan kepribadian yang diasah melalui kegiatan praktis di dalam suatu kepemimpinan yang mana intuisi tersebut hanya dapat bisa diasah dan dipertajam melalui pengalaman.

Sebagai *science*, dasarnya adalah mempelajari substansi pengetahuan dengan tepat, dikembangkan melalui kemampuan menerapkan keterampilan, dan teknik-teknik yang telah diperoleh dalam pembelajaran, bahkan penerapan dapat mengubah pengetahuan dan ilmu tersebut menjadi suatu keterampilan dan kompetensi.

Sebagai *magic*, dasarnya adalah kekuatan yang terkait dengan keilahian (ketuhanan) dan ritual-ritual tertentu. Oleh karenanya, dalam konteks ini kekuatan dalam suatu keyakinan menjadi hal penting dan menentukan. Sementara sebagai *politics*, dasarnya adalah bekerja dengan hukum-hukum tidak tertulis, penuh dengan persaingan, serta mampu melakukan *play the game* untuk mencapai kemenangan. Dan disinilah perencanaan, perumusan, penerapan strategi dan taktik yang akan sangat menentukan hasil akhirnya.⁵¹

Kemultidimensian juga terlihat dari bagaimana manajemen didefinisikan. Robbins dan Coulter menjelaskan, manajemen adalah aktivitas kerja yang melibatkan koordinasi dan pengawasan terhadap

⁵¹ Novi Febriyanti, A. Fikri Amiruddin Ihsani, Development Strategy of Human Resource Management For Millennial Generation, *AFEBI Management & Business Review (AMBR)*, Vol 4, No 2, (2019), 91-102.

dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits. Adapun yang disebut dengan *muamalah* adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan secara pribadi maupun antar perorangan dengan masyarakat.¹²³

Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Konsep syariah merupakan konsep yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah Islam, serta berkaitan dengan konsep halal dan haram di dalam agama Islam.¹²⁴ Halal diartikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan secara syariat dan dibenarkan oleh orang Islam, sedangkan haram diartikan sebagai sesuatu yang dilarang.

Menurut al-Qordhawi, halal mempunyai ruang lingkup yang luas yaitu tidak hanya tertumpu pada isu makanan dan minuman. Begitu juga sama halnya menurut pandangan Hasan dalam Hamidon dan Buang, yang menyatakan bahwa konsep halal lebih tertumpu kepada prinsip-prinsip syariah yang terdapat dalam penetapan hukum halal daripada hanya terbatas soal makan dan minuman.¹²⁵

¹²³ Anas Mohd Yunus, Wan Mohd Yusof Wan Chik, dan Mahani Mohamad, "The Concept of Halalan Tayyiba and Its Application in Products Marketing: A Case Study at Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu, Malaysia" *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1, No. 3, 240.

¹²⁴ Hanifullah, "Membangun Sistem Ekonomi Umat dengan Berbasis Syariah", *Episteme*, Vol. 2, No. 2 (Desember, 2012), 280.

¹²⁵ Siti Fatimah Hamidon dan Ahmad Hidayat Buang, "Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim): Satu Sorotan Literatur", *Journal of Shariah Law Research (JSLR)*, Vol. 1, No. 1 (2016), 107.

Kemudian menurut Ali, halal adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dilakukan, digunakan, atau diusahakan karena tidak adanya unsur yang dapat membahayakan.¹²⁶ Sebagaimana menurut Ramli et al, konsep halal tidak hanya soal halal dan terlepas dari unsur haram, akan tetapi sesuatu yang halal juga harus mampu memelihara lima perkara *dharuriyat* yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta dari *mafsadah* untuk pencapaian kemaslahatan seperti tujuan syariah (*maqashid al shariah*).¹²⁷

Konsep halal juga dapat dipandang dari dua perspektif dalam lingkup bisnis atau usaha, yaitu perspektif agama (*religious perspective*) dan perspektif industri. Konsep halal perspektif agama ialah hukum tentang makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi oleh konsumen Muslim yang mana dalam hal ini membawa konsekuensi adanya perlindungan terhadap konsumen karena dalam Islam sendiri konsep halal merupakan panduan utama dalam hal konsumsi bagi konsumen Muslim.

Halal perspektif industri ialah konsep halal yang diartikan sebagai suatu peluang dalam bisnis. Bagi industri yang target konsumennya sebagian besar Muslim, diperlukan adanya jaminan kehalalan produk yang akan meningkatkan nilainya berupa *intangible value*¹²⁸ sehingga produk yang tercantum label halal bisa meningkatkan daya tarik terhadap konsumen Muslim. Sedangkan dalam lingkup bisnis sendiri, peningkatan

¹²⁶ Novi Febriyanti & A. F. A. Ihsani, Cash Waqf Linked Social Entrepreneur, *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 10(1), (2020) 1–21.

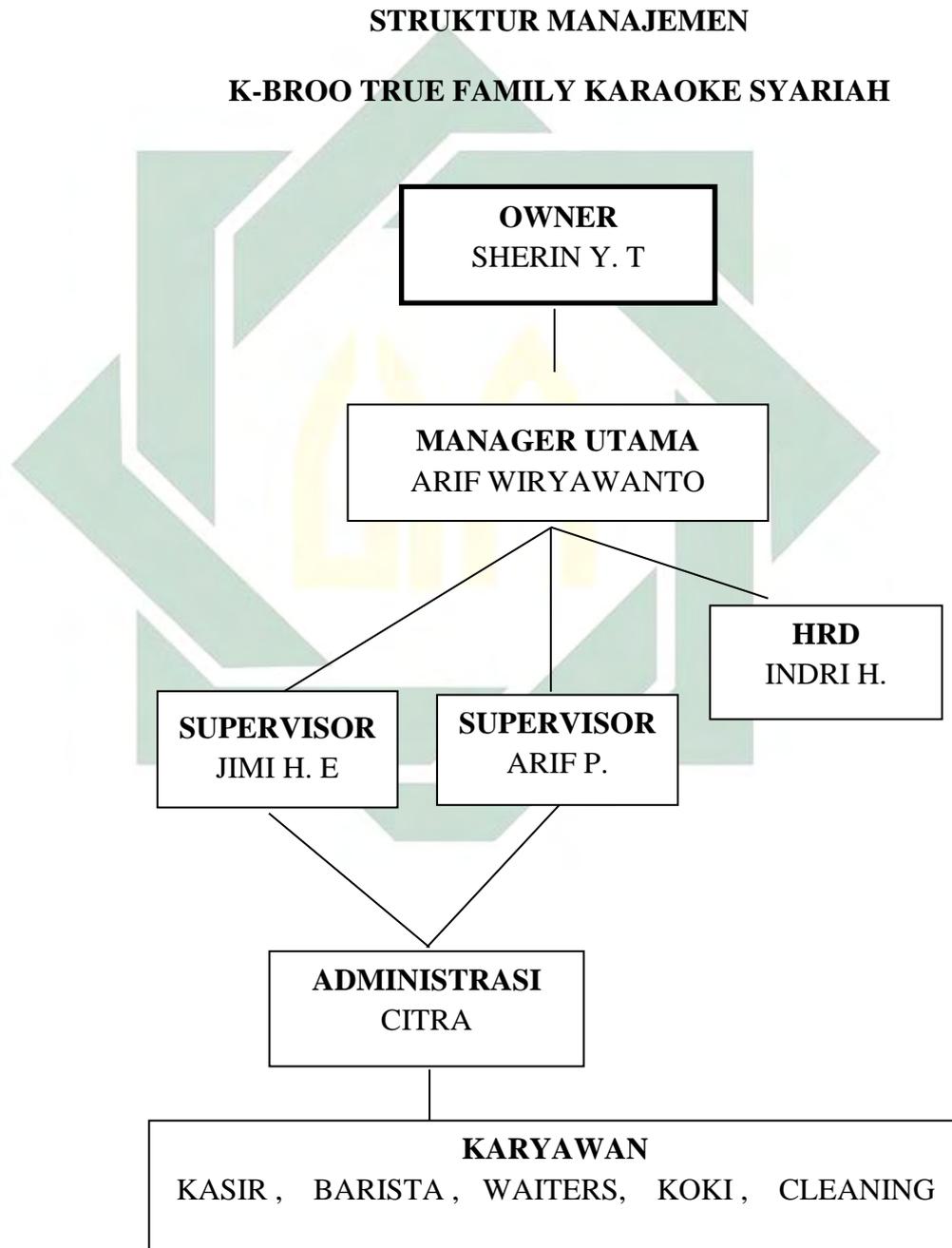
¹²⁷ Azizan Ramli, Mazlin Mokhtar, Tuan Sidek Tuan Muda, dan Badhrulhisham Abdul Aziz “Halal Industry Development: The Concept of Halalan-Toyyiban and Industrial Safety Management within the Framework of Maqasid al-Shariah”, *‘Ulum Islamiyyah Journal*, Vol. 18 (Desember, 2016), 96-97.

¹²⁸ Lady Aulia “Halal Makin Mendunia” dalam <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/opini/halal-lifestyle-makin-mendunia> (20 Juni 2019)

dan manifestasi kemusliman		konsekuensi aktualisasi diri
Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	KEAHLIAN	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari motivasi reward dan <i>punishment</i>
Terpercaya dan amanah	AMANAHAH	Tergantung kemauan individu (pemilik modal), tujuan menghalalkan segala cara
Halal	MODAL	Halal dan Haram
Sesuai akad kerja	SDM	Sesuai akad kerja atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal	SUMBER DAYA	Halal dan Haram
Visi dan misi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	MANEJEMEN STRATEGIK	Visi dan misi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material
Jaminan halal setiap input	MANEJEMEN	Tidak ada jaminan
Proses dan output, produktivitas Islami	OPERASI	halal bagi setiap input, proses dan output, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	MANEJEMEN KEUANGAN	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	MANEJEMEN PEMASARAN	Pemasaran menghalalkan segala cara
Profesionalisme dan berkepribadian Islami,	MANEJEMEN SDM	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi,

c. Struktur Organisasi K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo

Pola struktur organisasi yang ada di K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo ialah sebagaimana struktur manajemen di bawah ini:



BAB IV

ANALISIS DATA PENELITIAN

A. Analisis Tentang Penerapan Bisnis Resto-Karaoke Berbasis Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo

1. Analisis Konsep Syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep

Resto Generasi Muslim adalah sebuah tempat makan berfasilitas ruangan berkaraoke yang mengkonsep bisnisnya dengan konsep syariah, yaitu konsep yang diidentikkan dengan pemahaman hukum Islam. Syariah diartikan sebagai suatu bagian dari ajaran agama dalam aktifitas dan pergaulan masyarakat dengan tujuan mencapai kebahagiaan hidup. Oleh karena itu, sebagai sebuah badan usaha yang menyelenggarakan bisnisnya berbasis syariah maka pihak manajemen resto Geslim berkomitmen untuk mengoperasikan dan mengembangkan produk halal.

Melalui layanan yang menarik, tempat yang bagus dengan gaya hidup halal (*halal lifestyle*) yang nyaman dan bisa dinikmati oleh semua orang. Komitmen ini pada gilirannya diharapkan akan bisa mengubah profitabilitas jangka panjang dan ekuitas antar generasi karena baik pemilik atau pihak manajemen resto berusaha untuk mematuhi prinsip-prinsip Islam.

Sebagai bentuk komitmen layanan kepada *customer*, Generasi Muslim Resto menyusun beberapa prinsip utama dalam layanan (*services*). Prinsip-prinsip tersebut menjadi kriteria mutlak yang harus

diwujudkan dalam seluruh aspek produk dan layanan resto Generasi Muslim.

Penerapan konsepsi syariah di resto Generasi Muslim, sudah dapat merepresentasi peran konsep syariah dalam konteks *ad-Din* (agama) maupun dalam konteks *asy-Syariah* (norma/ peraturan). Sebagaimana dijelaskan bahwa secara umum syariah melingkupi segala peraturan yang terkait dengan aqidah (kepercayaan) dan segala aspek yang berkaitan dengan pola *amaliyah* atau pola hubungan manusia dalam kehidupan sehari-harinya.

Konsep syariah yang diterapkan oleh resto Geslim sudah termasuk dalam standar karakteristik bisnis yang dikatakan syariah secara umum, yaitu terkait:

a. Asas Bisnis: Selalu Berpijak Pada Nilai-Nilai Ruhiah

Nilai *ruhiyah* adalah kesadaran setiap manusia terhadap eksistensinya sebagai ciptaan Allah SWT yang diimplementasikan dalam wujud ketaatan. Ada tiga aspek mendasar nilai ruhiyah yang harus terwujud dalam bisnis syariah, yaitu pada aspek: 1) Konsep; 2) Sistem yang diberlakukan; dan 3) Pelaku atau Sumber Daya Manusianya. Oleh karena itu, aqidah Islam (nilai-nilai transendental) menjadi asas atau prinsip dasar yang menjadi acuan setiap pengamabilan keputusan di dalam manajemen resto Generasi Muslim. Konsep produk dan layanan (*service*) yang ditawarkan kepada *customer* hingga sistem pengelolaan (manajemen) di resto Generasi Muslim diupayakan mengacu pada aqidah Islam dan syariat Islam

ini masih belum bisa dikatakan karaoke berbasis syariah secara mutlak (100%) namun sudah mengarah kepada konsep syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari tiga aspek konsep bisnis yang telah memenuhi unsur-unsur syariah dalam implementasinya, baik meliputi produk, *service*, dan juga pengelolaan.

Sebagaimana perlu untuk diketahui, tidak semua yang bergerak di bidang bisnis hiburan karaoke selalu diidentikkan dengan bisnis yang gemerlap dengan segala *issue-issue* miring, seperti anggapan bahwa tempat karaoke hanya sebagai sarana negatif yang berunsurkan prostitusi, sex bebas, minuman beralkohol, bahkan juga narkoba (obat-obatan terlarang). Banyak para pelaku bisnis di Indonesia yang sudah mulai menjunjung tinggi nilai luhur adat istiadat dan norma-norma agama dalam pengoperasian bisnis mereka. Oleh karena itu, sebagai jawaban dari efek citra negatif tersebut pihak manajemen K-Broo True Family Karaoke memetamorfosa bisnisnya menjadi K-Broo True Family Karaoke berkonsep Syariah.

Konsep syariah yang diterapkan memiliki beberapa karakteristik bisnis syariah secara umum, yaitu dalam aspek:

a. Asas atau Prinsip Dasar Bisnis

Asas atau prinsip dasar yang menjadi acuan setiap pengambilan keputusan di dalam manajemen K-Broo True Family Karaoke Syariah terhadap produk, layanan, ataupun pengelolaan meskipun menurut pengakuan pihak manajemen karaoke masih berada pada tahapan mengarah kepada syariah (belum sepenuhnya

kelebihan atau manfaat yang ditawarkan kepada *customer*. Proposisi nilai sebenarnya sama dengan penawaran pasar yang ada lainnya, akan tetapi fitur atau atributnya saja yang berbeda.

Sebuah nilai tambah (*value added*) tersebut bahkan dapat membuat paradigma *customer* berubah dari suatu produk ke produk yang lain, karena nilai tambah (*value added*) dapat mempengaruhi terhadap besar kecilnya sebuah penjualan produk. Akan tetapi, dalam hal ini proposisi nilai yang dimaksud harus mampu menyediakan baik nilai ekologis atau nilai sosial dan ekonomi dalam menawarkan produk. Dengan demikian, maka perlu dilakukan perubahan tanpa merubah produk dan layanan sepenuhnya karena *incremental* hanya dibangun berdasarkan apa yang sudah ada, bukan membuat atau menciptakan sesuatu yang baru.

Dengan demikian, baik di resto Generasi Muslim Sumenep maupun di K-Broo True Family Karoke Syariah Sidoarjo, bentuk proposisi nilai yang diterapkan keduanya tidak hanya berupa nilai ekonomi dan nilai sosial akan tetapi terdapat nilai agama dan moral di dalam penawaran produk (resto-karaoke) dan jasa (pelayanan) kepada *customer* dan para pengunjung lainnya. Ditambah lagi, beberapa perbaikan progresif yang sudah dilakukan. Semua hasil perubahan atau perbaikan tersebut memiliki proposisi nilai pesaing, bahkan terkandung nilai agama, nilai sosial, dan juga nilai ekonomi di dalamnya.

khususnya karaoke. Perkembangan bisnis karaoke yang semakin meningkat membuat bisnis ini semakin marak dan mewabah. Persaingan pun akan semakin ketat. Namun, masing-masing pelaku dalam bisnis karaoke tentunya memiliki strategi tersendiri agar bisnis mereka tetap bertahan dan menjadi pilihan terbaik untuk mencari hiburan atau sekedar melepas penat dari berbagai aktivitas.

6) Menjalinkan Kerjasama dengan *Stakeholder*

Sebagai salah satu sarana yang termasuk penunjang keparawisataan (*supporting tourism superstruktur*), maka karaoke merupakan bisnis yang mengikutsertakan berbagai pihak yang berkepentingan agar dalam menawarkan tempat hiburan karaoke dapat tersampaikan dengan baik kepada para wisatawan yang berkunjung. Tidak hanya mengutamakan kepuasan untuk para wisatawan, mempertimbangkan keikutsertaan pihak-pihak yang berkepentingan juga menjadi hal penting agar tercipta keberlanjutan terhadap bisnis hiburan karaoke ini.

Di resto Generasi Muslim dan K-Broo True Family Karoke Syariah, pihak-pihak yang berkepentingan dalam bisnis ini adalah pemerintah khususnya Dinas Keparawisataan Daerah, kepolisian, pihak hotel atau tempat penginapan, dan biro-biro perjalanan (*travel*).

Bentuk kerjasama pada masing-masing pihak berkepentingan ini berbeda tergantung pada proporsi nilai yang diberikan terhadap tempat hiburan karaoke hingga sampai ke para wisatawan.

Stakeholder seperti Dinas Parawisata yang bertugas sebagai pengelola dan pengambil kebijakan dibidang kepariwisataan, mulai dari keterjangkauan objek wisata serta fasilitas dan infrastruktur objek wisata, maka hal tersebut akan memudahkan dalam mempromosikan sarana hiburan karaoke syariah yang memiliki daya tarik tersendiri untuk di kenalkan kepada para wisatawan. Dengan kata lain, jalinan kerjasama dengan *stakeholder* pada Dinas Parawisat perlu dilakukan untuk keberlanjutan dan kemajuan bisnis hiburan karaoke syariah kedepannya.

Termasuk juga pihak swasta seperti hotel, biro perjalanan, ataupun pihak swasta lain, tidak kalah penting perannya dalam rangka penguatan bisnis, yaitu dengan melakukan jalinan kerjasama yang mana bentuk kerjasama yang dilakukan adalah dengan melakukan perjanjian kerja sama (kontrak) dalam jangka waktu tertentu dengan selalu melakukan pembaharuan setelahnya.

tidak akan terlepas dari kendala-kendala tertentu yang akan dialami dilapangan, terutama yang berhubungan langsung dengan para *customer*. Para *customer* bisa saja merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, meskipun hal tersebut bisa menjadi ajang untuk berbenah diri.

Oleh karena itu, yang harus dilakukan adalah mencari tahu secara rinci apa kendala yang sebenarnya terjadi sehingga membuat *customer* komplain, lalu meninjau kembali apakah memang dari pelayanan (*services*) yang salah atau faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan. Kemudian, dilakukanlah pendekatan melalui komunikasi yang baik. Jadi, menggunakan teknik interaksi personal, yaitu menanyakan secara langsung kepada *customer* tentang bagaimana pelayanan, kekurangan, dan hal-hal apa saja yang harus diperbaiki.

C. Analisis Tentang Strategi Pengembangan Bisnis di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo

Strategi pengembangan bisnis adalah proses mencari konsep terbaru untuk memperluas atau memperkuat bisnis agar lebih baik lagi kedepannya. Namun, tentu setelah menganalisa terlebih dahulu terhadap kondisi bisnis yang saat ini sedang dijalani, baik itu faktor internal yang meliputi manajemen, pemasaran, keuangan, dan produksi ataupun eksternal yang terkait ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, pemerintah, dan teknologi.

Tujuan utama sebuah usaha atau bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan, maka dalam mengembangkan bisnis seorang *entrepreneur* harus dapat menganalisa dan memperhitungkan bahwa usaha tersebut akan mendapatkan keuntungan. Resto Generasi Muslim dan K-Broo True Karaoke Family Karaoke Syariah yang merupakan suatu bidang usaha ini juga menerapkan strategi pengembangan terhadap bisnisnya dengan harapan dapat menjadikan bisnis yang semula masih dalam skala kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar di masa yang akan datang.

Resto Generasi Muslim sebagai bisnis yang masih dikategorikan baru di daerah Sumenep, pihak manajemen resto telah mengambil langkah awal untuk melakukan pengembangan terhadap bisnisnya dengan strategi inovasi. Strategi inovasi merupakan suatu strategi untuk mendapatkan margin premium terkait dengan penciptaan dan penerimaan *customer* terhadap produk atau jasa yang baru. Sebagaimana berbagai inovasi yang sudah diterapkan di resto Generasi Muslim dalam pembahasan dimensi inovasi keberlanjutan (*sustainable innovation*) sebelumnya.

Sedangkan K-Broo True Karaoke Family Karaoke Syariah Sidoarjo meskipun juga termasuk bisnis baru dengan konsep berbasis syariah, akan tetapi induk perusahaan yang menaunginya merupakan perusahaan lama yang bergerak dibidang karoeko konvensional sehingga pihak manajemn lebih memahami dalam strategi pengembangan usahanya. Strategi pengembangan usaha yang diterapkan yaitu (1) Strategi Inovasi ; dan (2) Strategi Pengembangan Produk, yaitu strategi yang dilakukan untuk memperbaiki atau mengembangkan produk yang sudah ada, karena daripada

			minuman saaja
		b. Fasilitas yang ditawarkan masih terfokus pada fasilitas ibadah	b. Fasilitas yang mengusung konsep syariah masih terfokus pada fasilitas tempat ibadah.
		c. Semua peraturan-peraturan yang dibuat mencerminkan norma-norma syariah yang harus dipatuhi oleh para pengunjung dan staff	c. Terdapat beberapa larangan dalam tata tertib <i>customer</i> yang mencerminkan larangan dalam syariat Islam
		d. Semua karyawan perempuan memakai kerudung dan melayani semua tamu sesuai syariah dengan tetap menjunjung tinggi kearifan lokal daerah Sumenep Madura	d. Semua karyawan perempuan memakai hijab
	3. Pengelolaan (Manajemen)	a. Memiliki Dewan Pengawas Syariah untuk memantau dan melaporkan aktivitas-aktivitas yang tidak sesuai syariah (dilarang dalam syariat agama Islam) b. Menyisihkan 2,5% pendapatan untuk program GESLIM Berbagi	

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian komparatif yang dilakukan berkaitan dengan penerapan *sustainable innovation* sebagai strategi pengembangan bisnis resto-karaoke berbasis syariah di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisa Penerapan Konsep Bisnis Syariah

Di Resto Generasi Muslim Sumenep konsep bisnis yang dibangun telah memenuhi beberapa standar karakteristik bisnis syariah, mereka menerapkan: 1) aqidah Islam sebagai prinsip dasar bisnis; 2) halal sebagai status sumber daya bisnis; dan 3) dunia-akhirat sebagai motivasi dan orientasi bisnis. Sementara di K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo belum memenuhi standar bisnis berbasis syariah, tetapi sudah mengarah kepada konsep syariah dengan adanya beberapa unsur dalam aspek produk, layanan, dan manajemen yang sudah mewakili untuk merepresentasikan peran konsep syariah dalam konteks agama ataupun norma-norma dalam agama Islam.

2. Analisa Penerapan Dimensi *Sustainable Innovation*

Penerapan *sustainable innovation* di Resto Generasi Muslim Sumenep dan K-Broo True Family Karaoke Syariah Sidoarjo tampak jelas terutama pada salah satu dimensi *sustainable innovation* yaitu sistem inovasi.. Secara keseluruhan ada tiga dari empat dimensi

- Aulia, Lady. “Halal Makin Mendunia” dalam <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/opini/halal-lifestyle-makin-mendunia> (20 Juni 2019)
- Basalamah, Anwar. “Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air”, *Binus Business Review*, Vol. 2, No. 2 (November, 2011), 763-769.
- Budiarto, Kustoro. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Charity, Dina Setio; Yulianto, Edy; Wilopo. “Analisis Strategi dalam Memasuki Pasar Internasional (Studi Kasus Pada PT Telekomunikasi Indonesia dalam Ekspansi di Myanmar)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 32, No. 01 (Maret, 2016), 18-26.
- Charter, Martin; Clark, Tom. *Sustainable Innovation: Key Conclusions from Sustainable Innovation Conferences 2003-2006*. t.t: The Centre for Sustainable Design, 2007.
- Creswell. *Qualitative Inquiry: Choosing Among Five Traditions*. USA: Sage Publications Inc, 1998.
- Daft, Richard L. *New Era of Management*. Australia: South Western, 2010.
- Dess, G. G. ; Lumpkin, G. T. ; Taylor, M. L. *Strategic Management. 2 ed*. New York: McGraw-Hill Irwin, 2005.
- Fahrudin, Nanang. “Pengaruh Penggunaan Label Syariah dan pelayanan terhadap minat konsumen di Karaoke Syariah (Study Kasus Karaoke Syariah K-Broo True Family Syariah Sidoarjo)”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 8 (Agustus, 2017), 1-9.
- Fauzia, Ika Yunia. *Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Fauziah, Ika Yunia. “Urgensi Implementasi *Green Economy* Perspektif Pendekatan *Dharuriyah* dalam *Maqashid al-Shariah*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1 (Januari-Juni, 2016), 87-104.
- Febriyanti, N. (2020). The Review of Islamic Law on the Distribution of Zakat Directly by Muzaki to Mustahik in the Sunan Ampel Religious Tourism Area in Surabaya. *IQTISHADUNA*, 11(2), 55-69. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v11i2.2845>

- Febriyanti, N. (2020). Implementasi Early Warnings System (EWS) dalam Menekan Tingkat Non Performing Financing (NPF) di Perbankan Syariah. *ASY SYAR'ITYYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM*, 5(2), 124-154. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1445>
- Febriyanti, N., & Dzakiyah, K. (2020). Analisis Pengelolaan Keuangan Islam pada Pelaku Usaha Kecil Bisnis Online Anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 9(2), 102–115. <https://doi.org/10.15642/elqist.2019.9.2.102-115>
- Febriyanti, N. ., & Ihsani, A. F. A. . (2020). Cash Waqf Linked Social Entrepreneur. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 10(1), 1–21. <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.1.1-21>
- Febriyanti, N. ., & Ihsani, A. F. A. (2019). Development Strategy of Human Resource Management For Millennial Generation, *AFEBI Management & Business Review (AMBR)*, Vol 4, No 2, 91-102. DOI: <http://dx.doi.org/10.47312/ambr.v4i2.270>
- Firmansyah, Farid. “Pengembangan Bank Syariah dan Mensyariahkan Bank Syariah”, *Al-Ihkam*, Vol. 3, No. 1 (Juni, 2018), 45-62.
- Fitri, Syarif. “Analisis SWOT Pelayanan Diva Family Karaoke Salemba Jakarta untuk Meningkatkan Keuasan dan Loyalitas Pelanggan”, *Widya Cipta: Jurnal Sekretaris dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2 (September, 2018), 202-203.
- Fred R, David. *Manajemen Strategi Konsep*. Bandung: Salemba Empat, 2015.
- Ghony, M. Djunaidi; Almanshur, Fauzan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Gillani, S. H.; F., Ijaz; Khan, M. M. “Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry” *Islamic Banking and Finance Review*, Vol. 3, No.1 (2016), 29-49.
- Gimenez, Cristina; Sierra, Vicenta; Rodon, Juan “Sustainable operations: Their impact on the triple bottom line”, No. 140 (November, 2012), 149-159.

- Gold, Robert Wayne. “*Open Innovation and Stakeholder Engagement*”, *Journal of Technology Management & Innovation*, Vol. 7, No. 3 (Oktober, 2013), 1-11.
- Grant, Robert M. *Analisis Strategi Kontemporer*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Green, R.; Agarwal, R.; Logue, D. “*Innovation*”. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Vol. 2, No. 12 (2015), 145-151.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, terj., Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hamali, Sambudi. “Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis pada Industri Kecil Pakaian Jadi Kota Bandung”, *Journal & Prosiding Fakultas Ekonomi & Bisnis UNSOED*, Vol. 4, No. 1 (2014), 311-323.
- Hamidon, Siti Fatimah; Buang, Ahmad Hidayat. “Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim): Satu Sorotan Literatur”, *Journal of Shariah Law Research (JSLR)*, Vol. 1, No. 1 (2016), 105-118.
- Handrimurtjahjo, Agustinus Dedy. “Peran *Strategic Entrepreneurship* dalam Membangun *Sustainable Competitive Advantage*”, *Jurnal Binus Business Review*, Vol.5, No. 2 (November, 2014), 437-446.
- Hanifullah. “Membangun Sistem Ekonomi Umat dengan Berbasis Syariah”, *Episteme*, Vol. 2, No. 2 (Desember, 2012), 267-692.
- Hansen, Erik; D., Friedrich Grosse; Reichwald, Ralf. “*Sustainability Innovation Cube – A framework to evaluate sustainability of product innovations*”, *Paper presented at XX ISPIM Conference 2009 – “The Future of Innovation”*, (Juni, 2009).
- Harrison, S. *Strategic Management of Resources and Relationship*. New York: John Wiley & Sons, Inc, 2003.
- Hartati, Nasori; Euis Rita. “Sektor Pariwisata Harus Didukung Sektor Lain” dalam <https://investor.id/archive/sektor-pariwisata-harus-didukung-sektor-lain> (20 Mei 2019).
- Hastuti, A. Widya; Talib, Noraini Bt Abu; Wong, Kuan Yew; Mardani, Abbas. “*The Role of Interpreneurship for Sustainable Innovation throught Proses Innovation in Small and Mrdium Enterprise: A Conceptual Framework*”,

- International Journal of Economics and Financial Issue*, Vol. 6, No. S3 (2016), 83-91.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011..
- Hidayah, Nur. *Buku Ajar Manajemen Strategik*. Yogyakarta: LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hisrich, Robert. “*Entrepreneurship Research and Practic: A Call to Action for Psychologi*”, *American Psychologist*, Vol. 62, No. 6 (September, 2007), 575-589.
- Horbach, Jens. *Indicator System fors for Sustainable Innovation*. Germany: Phisica Verlag, 2005.
- Hornsby, Jeffrey S. ; Kuratko, Donald F. ; Zahra, Shaker A. “*Middle managers’ perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale*”, *Journal of Business Venturing*, No. 17 (2002), 253-272.
- Hunger, J. David; Wheelen, Thomas L. *Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability Thirteen Edition*. United States: Pearson, 2012.
- Husni, M. *Manajemen Strategi*. Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009.
- Indri. *Hadis Ekonomi; Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Indriyani, Ratih. “*Analisa Jalur dalam Corporate Entrepreneurship terhadap Organizational Citizenship Behavior dengan Komitmen Organisasi dengan Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Keluarga di Jawa Timur)*”, *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 8, No. 02 (Oktober, 2014), 193-207.
- Ireland, R. Duane; Webb, Justin W. “*Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage Through Streams of Innovation*”, *Business Horizons* (2007), 49-59.

- Jushermi, "Analisis Segmentasi Gaya hidup pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S 1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau", *JurnalEkonomi*, Vol. 21, No. 1 (Maret, 2013), 1-17.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ketchen, David J.; Jr., Duane Ireland; Snow, Charles C. "Strategic Entrepreneurship, Collaborative Innovation, and Wealth Creation", *Strategic Entrepreneurship Journal*, No. 1 (2007), 371-385.
- Kilinç, Özgür; Akyol, Mevlüt. "Internet and Halal Tourism Marketing", *Turkish Studies: International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 9 No.8 (2014), 171-186.
- Kurniawan, Anthony "Strategi Pengembangan Bisnis pada UD. Sumber Urip", *AGORA* Vol. 6, No. 02 (2018).
- Mahmud, Senen; Sidharta, Iwan . "Model Kajian Pendekatan Manjaemen Strategik dalam Peningatan Sektor UMKM di Kota Bandung", *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 7, No. 1 (Juni 2013), 56-66.
- Mc Fadzean, Elspeth; Andrew O'Loughlin; Shaw, Elizabeth. "Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 8, No. 3 (2005), 350-372.
- Momongan, Andriano Putra. "The Analysis of Human Capital Building, Financial Assistance, Facilities And Infrastructure Support, Government Policy On Smallmedium Enterprises Developmentin Rural Area Manado And Minahasa", *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 3 (September, 2014), 758-769.
- Morris, Langdon. "Three Dimensions of Innovation", *International Management Review*, Vol. 9, No. 2 (2013), 5-10.
- Mullins, Laurie J. *Management and Organisational Behavior*. England: Perason, 2005.
- Mulyono, Fransisca. "Inovasi: Sebuah Pengantar", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 2 (2008), 99-113.
- Munir, Misbahul. "Akselerasi Tren Halal Lifestyle", dalam <https://indonesiana.tempo.co/read/96252/2016/10/27/lampuyangterang/akselerasi-tren-halal-lifstyele> (20 Maret 2019).

- Niode, Idris Yanto. “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) Sektor Kecil menengah di Kota Gorontalo (Studi Industri Meubel di Kota Gorontalo)”, *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 2 (Februari, 2014), 1-101.
- Novandari, Weni. “Pemetaan dan Analisis Kompetensi Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan *Value Chain*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 1 (Maret, 2013), 25-36.
- Otoritas Jasa Keuangan. “Statistik Perbankan Syariah Desember 2018”, dalam <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/datadanstatistik/statistikperbankansyariah/Document/Pages/Statistik-PerbankanSyariah---Desember-2018/SPS%20Desember%202018.pdf> (7 Juli 2019).
- Panjaitan, Lincoln; Purwoko, Bambang; Widy, Antonius. “Analisis Strategi Fungsional dalam Pengelolaan Merek Properti Terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Ekobisman-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 2, No. 1 (Agustus, 2017), 58-76.
- Purwanto, Arif. “Variabel Antiseden Budaya Organisasi dan Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Organisasi: Pendekatan Konsep”, *Jurnal Akuntansi Aktual*, Vol. 2, No.1 (Januari, 2013), 46-56.
- R., David Fred. *Manajemen Strategi Konsep*. Bandung: Salemba Empat, 2015..
- Ramli, Azizan; Mokhtar, Mazlin; Muda, Tuan Sidek Tuan; Aziz, Badhrulhisham Abdul. “*Halal Industry Development: The Concept of Halalan-Toyyiban and Industrial Safety Management within the Framework of Maqasid al-Shariah*”, *Ulum Islamiyyah Journal*, Vol. 18 (Desember, 2016), 91-114.
- Ramly, Amir Tengku; Syukur, Dudung Abdul. “*Strategic Management of Organization Development and Civil Service Based Pumpinghr Model at Ibn Khaldun University Bogor*”, *IJBE: Integrated Journal of Business and Economics*, Vol. 02, No. 01 (Januari, 2017), 63-75.
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Rasidi, Hambali . “Pengusaha Jakarta Buka Resto Islami Pakai *Brand Visit Sumenep*”, Mata Madura: Media Pencerah Mengedepankan Solusi dalam

