

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Tasya Miraldi Nim 3721042** yang berjudul “**Analisis Strategi Bersaing Pada Cafe Tanti Kitchen Di Kabupaten Tanah Datar Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam** “. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi Dibawah Bimbingan Bapak Zuwardi, M.A

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bersaing pada Cafe Tanti Kitchen Di Kabupaten Tanah Datar berdasarkan perspektif etika bisnis islam dengan menggunakan analisis SWOT. Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah persaingan yang semakin ketat dalam industri kuliner, khususnya bisnis cafe, yang menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi Cafe Tanti Kitchen, serta merumuskan strategi bersaing yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dalam pemilik, karyawan, dan konsumen Cafe Tanti Kitchen, serta dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi bersaing cafe. Selanjutnya, hasil analisis SWOT diinterpretasikan melalui perspektif etika bisnis islam yang menekankan pada prinsip-prinsip seperti ketauhidan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa posisi Cafe Tanti Kitchen berada pada Kuadran I strategi SO (Strength-Opportunity), dengan skor tertinggi 4,17 yang berarti Cafe Tanti Kitchen memiliki internal yang sangat baik dan sekaligus menghadapi berbagai peluang yang besar dari lingkungan eksternal. Hasil strategi ini selaras dengan etika bisnis Islam, tercermin dalam Ketauhidan, dengan tempat ibadah khusus karyawan. Keadilan, melalui nilai sepadan harga. Kehendak Bebas, yang memberi ruang kreativitas karyawan dan pilihan konsumen. Tanggung Jawab, dalam menjaga kebersihan dan bahan halal serta thayyib. serta Kebenaran, dengan harga transparan. Kombinasi strategi dan nilai-nilai ini tidak hanya meningkatkan pemasaran dan citra merek cafe melalui menu khas dan pelayanan ramah, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai bisnis halal dan thayyiban yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Etika Bisnis Islam, Analisis SWOT