

ABSTRAK

Muhammad Alaudin NIM. 226010010 Judul Strategi Pemasaran Syariah pada Bisnis *Coffee Shop* dalam Perspektif *Maqashid Syariah* Asy-Syatibi, Program Studi Ekonomi Syariah (ES). Pascasarjana. IAIN Kudus.

Pada era modern ini, bisnis *coffee shop* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Namun, dalam menjalankan bisnis tersebut, terdapat tantangan yang perlu diatasi, terutama dalam konteks pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Strategi pemasaran syariah menjadi penting untuk dipertimbangkan, karena melibatkan aspek-aspek yang lebih luas daripada sekadar keuntungan finansial semata. Dalam perspektif *Maqashid syariah*, tujuan dari bisnis *coffee shop* tidak hanya terfokus pada profitabilitas semata, tetapi juga pada upaya memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang halal, adil, dan berkesinambungan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang *Maqashid syariah* perlu diintegrasikan ke dalam strategi pemasaran untuk memastikan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam yang mendasar. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Kedai Kopi Joglo Maqha dapat meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usahanya melalui penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip *Maqashid Syariah*, yaitu tujuan-tujuan syariah yang dikembangkan oleh Asy-Syatibi.

Metodologi penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada strategi pemasaran syariah pada bisnis *coffee shop* dalam perspektif *Maqashid syariah*. Partisipan penelitian akan terdiri dari pemilik bisnis, pengelola, dan konsumen yang terlibat dengan bisnis *coffee shop* syariah. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan teknik Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, *display data*, dan *conclusion drawing/verification*. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber, waktu, dan teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kedai Kopi Joglo Maqha adalah contoh sukses tentang penerapan strategi pemasaran syariah dalam mengembangkan bisnis. Dengan integrasi nilai-nilai Islam dalam operasionalnya, Joglo Maqha berhasil membangun *brand image* kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Penerapan *Maqashid Syariah* Asy-Syatibi di Joglo Maqha mencakup pemenuhan kebutuhan dasar, penunjang, dan penyempurna, yang membuktikan keberhasilannya sebagai ruang publik inklusif dan edukatif. Keberhasilan Joglo Maqha menunjukkan bahwa bisnis yang mengutamakan prinsip-prinsip moral dan etika Islam dapat bersaing secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi individu dan masyarakat. Dengan menjaga halal, kualitas produk, lingkungan kerja yang adil, dan hubungan yang saling menguntungkan, Joglo Maqha memberikan kontribusi positif dalam mewujudkan tujuan-tujuan *Maqashid syariah* dan meningkatkan daya saing serta keberlangsungan usahanya, serta memberikan manfaat yang luas bagi individu dan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Bisnis *Coffee Shop* dan Perspektif *Maqashid Syariah*

ABSTRACT

Muhammad Alaudin NIM. 226010010 Title Sharia Marketing Strategy in the Coffee Shop Business in the Perspective of Maqashid Syariah Asy-Syatibi, Sharia Economics (ES) Study Program. Postgraduate. IAIN Kudus.

In this modern era, the coffee shop business has become an inseparable part of the lifestyle of urban communities. However, in running this business, there are challenges that need to be overcome, especially in the context of marketing in accordance with sharia principles. Sharia marketing strategies are important to consider, because they involve broader aspects than just financial profit alone. In the Maqashid sharia perspective, the goal of the coffee shop business is not only focused on profitability, but also on efforts to meet customer needs in a halal, fair and sustainable manner. Therefore, a deep understanding of Maqashid sharia needs to be integrated into marketing strategies to ensure conformity with fundamental Islamic values. Therefore, this research aims to understand how the Joglo Maqha Coffee Shop can increase its competitiveness and business sustainability through implementing marketing strategies that are in accordance with Maqashid Syariah principles, namely the sharia goals developed by Asy-Syatibi.

This research methodology will use a descriptive qualitative approach with a focus on sharia marketing strategies in the coffee shop business from a Maqashid sharia perspective. Research participants will consist of business owners, managers and consumers involved with sharia coffee shop businesses. Data collection techniques include interviews, observation and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman technique which includes data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. Testing the validity of the data was carried out by triangulating sources, time and techniques.

The results of this research show that the Joglo Maqha Coffee Shop is a successful example of implementing sharia marketing strategies in developing a business. By integrating Islamic values into its operations, Joglo Maqha has succeeded in building a strong brand image, increasing customer loyalty and expanding market reach. The implementation of Maqashid Syariah Asy-Syatibi at Joglo Maqha includes fulfilling basic, supporting and enhancing needs, which proves its success as an inclusive and educative public space. The success of Joglo Maqha shows that businesses that prioritize Islamic moral and ethical principles can compete sustainably and provide benefits to individuals and society. By maintaining halal, product quality, a fair work environment and mutually beneficial relationships, Joglo Maqha makes a positive contribution in realizing Maqashid sharia goals and increasing the competitiveness and sustainability of its business, as well as providing broad benefits for individuals and society.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, Coffee Shop Business and Maqashid Syariah Perspective

خلاصة

عُقد علاء الدين نيم. ٢٠١٠. العنوان استراتيجية التسويق الشرعي في أعمال المقاهي من منظور المقاصد الشرعية، برنامج دراسة اقتصاديات الشريعة. دراسات عليا. إيان كودوس.

في هذا العصر الحديث، أصبحت أعمال المقاهي جزءاً لا يتجزأ من نط حياة المجتمعات الحضرية. ومع ذلك، في إدارة هذا العمل، هناك تحديات يجب التغلب عليها، خاصة في سياق التسويق وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية. من المهم أخذ استراتيجيات التسويق المتوافقة مع الشريعة في الاعتبار، لأنها تنطوي على جوانب أوسع من مجرد الربح المالي وحده. ومن منظور مقاصد الشريعة، فإن هدف أعمال المقاهي لا يركز فقط على الربحية، ولكن أيضاً على الجهود المبذولة لتلبية احتياجات العملاء بطريقة حلال وعادلة ومستدامة. ولذلك، يجب دمج الفهم العميق لمقاصد الشريعة في استراتيجيات التسويق لضمان توافقتها مع القيم الإسلامية الأساسية. ولذلك، يهدف هذا البحث إلى فهم كيف يمكن لمقهى جوغلو مقها أن يزيد من قدرته التنافسية واستدامة الأعمال من خلال تنفيذ استراتيجيات التسويق التي تتوافق مع مبادئ المقاصد الشرعية، وهي أهداف الشريعة التي وضعها عاصي سياتيبي.

ستستخدم منهجية البحث هذه المنهج الوصفي النوعي مع التركيز على استراتيجيات التسويق الشرعي في أعمال المقاهي من منظور المقاصد الشرعية. سيتكون المشاركون في البحث من أصحاب الأعمال والمديرين والمستهلكين المشاركين في أعمال المقاهي الشرعية. وتشمل تقنيات جمع البيانات المقابلات والملاحظة والتوثيق. تم تحليل البيانات باستخدام تقنية مايلز وهوبرمان التي تتضمن تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص/التحقق من الاستنتاج. تم اختبار صحة البيانات من خلال تثليث المصادر والوقت والتقنيات.

وتظهر نتائج هذا البحث أن مقهى جوغلو مقها يعد مثلاً ناجحاً لتطبيق استراتيجيات التسويق المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في تطوير الأعمال. ومن خلال دمج القيم الإسلامية في عملياتها، نجحت Joglo Maqha في بناء صورة قوية للعلامة التجارية، وزيادة ولاء العملاء وتوسيع نطاق الوصول إلى السوق. يتضمن تنفيذ مقاصد الشريعة Asy-Syatibi في Joglo Maqha تلبية الاحتياجات الأساسية والدعم وتعزيزها، مما يثبت نجاحها كمساحة عامة شاملة وتعليمية. يُظهر نجاح Joglo Maqha أن الشركات التي تعطي الأولوية للمبادئ الأخلاقية والأخلاقية الإسلامية يمكنها التنافس بشكل مستدام وتقديم فوائد للأفراد والمجتمع. من خلال الحفاظ على الحلال وجودة المنتج وبيئة العمل العادلة والعلاقات متبادلة المنفعة، تقدم Joglo Maqha مساهمة إيجابية في تحقيق أهداف الشريعة المقاصدية وزيادة القدرة التنافسية واستدامة أعمالها، فضلاً عن توفير فوائد واسعة للأفراد والمجتمع.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق الشرعي، أعمال المقاهي، منظور المقاصد الشرعية