

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesudah pembahasan secara menyeluruh sebagai usaha dalam mencari jawaban pokok persoalan oleh penulis, maka bisa didapatkan sejumlah kesimpulan, di antaranya:

1. Joglo Maqha menerapkan strategi pemasaran berbasis syariah yang sukses menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Strategi ini berlandaskan 4 pilar utama: teistik (*rabaniyyah*), etika (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqi'iyyah*), dan humanistik (*insaniyyah*).

Penerapan strategi ini terlihat dari penyajian makanan dan minuman halal, menjalankan syariat Islam dalam operasional, mendoakan keberkahan, menyediakan layanan ramah dan sopan, menjaga kebersihan dan kenyamanan, menyesuaikan dengan budaya lokal dan menawarkan harga kompetitif, menjunjung tinggi nilai-nilai positif seperti persahabatan, kekeluargaan, dan komunitas, dan membangun loyalitas pelanggan.

Strategi branding Joglo Maqha yang menonjolkan nilai-nilai Islami dan fokus pada kepuasan pelanggan terbukti efektif dalam menarik minat para pecinta kopi dan meningkatkan pendapatan. Kesuksesan Joglo Maqha menjadi inspirasi bagi banyak pengusaha untuk menggabungkan budaya lokal dengan strategi bisnis modern.

2. Kedai Kopi Joglo Maqha menerapkan strategi pemasaran Syariah yang berlandaskan *Maqashid Syariah* Asy-Syatibi. Strategi ini didasarkan pada tiga tingkatan kebutuhan manusia, yaitu *Dharuriyat* (Primer), *Hajiyat* (Sekunder), dan *Tahsiniyat* (Tersier). Penerapan *Maqashid Syariah* Asy-Syatibi di Joglo Maqha:

a. Memenuhi *Dharuriyat* (Primer):

- 1) *Hifdz Din* (Pemeliharaan Agama):
 - a) Menjual produk halal dan thoyyib (baik).
 - b) Menyediakan mushola bersih dan nyaman.
 - c) Menghindari promosi berlebihan dan konten tidak Islami.
- 2) *Hifdz Nafs* (Pemeliharaan Jiwa):
 - a) Menjaga kesehatan dan kebersihan produk.
 - b) Menjaga keamanan dan kenyamanan dengan CCTV dan staf keamanan.

- c) Memberikan pengalaman aman, nyaman, dan menyenangkan
- 3) *Hifdz Aql* (Pemeliharaan Akal):
 - a) Promosi jujur dan transparan dengan informasi produk akurat.
 - b) Menyajikan informasi produk jelas, tanpa iklan menyesatkan, dan harga terjangkau.
- 4) *Hifdz Nasl* (Pemeliharaan Keturunan):
 - a) Produk dan layanan aman dan sehat, tidak mengandung alkohol.
 - b) Suasana nyaman dan ramah keluarga.
 - c) Promosi positif dan bermoral.
- 5) *Hifdz Mal* (Pemeliharaan Harta)
 - a) Pemasaran adil dan saling menguntungkan dengan harga sepadan kualitas.
 - b) Layanan terbaik dan kerjasama saling menguntungkan dengan mitra bisnis.
 - c) Kejujuran dan transparansi, menghindari pemborosan dan markup harga berlebihan.
- b. **Memenuhi *Hajiyat* (Sekunder):** Joglo Maqha menjadi sarana peningkatan pengetahuan dan keimanan melalui kajian agama dan seminar, serta menjadi tempat penyelenggaraan berbagai acara Islami.
 - 1) Maulidan Rutinan, Mengadakan rutinan Maulidan sebulan sekali dengan mengundang UKM JQH Asy-Syauq dari IAIN Kudus untuk menghadirkan ceramah dan hiburan Islami.
 - 2) Seminar "Ngobrol Santai" yang menghadirkan pemateri ternama dan mendapat respon positif dari para pengunjung.
 - 3) Acara "Joglo Bersholawat" yang menghadirkan ulama-ulama ternama dan berlangsung dengan khidmat dan penuh berkah.
 - 4) Berbagai kegiatan Islami lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan iman dan taqwa masyarakat.
- c. **Memenuhi *Tahsiniyat* (Tersier):** Jika dilakukan akan mendatangkan kesempurnaan dalam suatu aktivitas yang dilakukan, dan bila ditinggalkan maka tidak akan menimbulkan kesulitan.
 - 1) Membangun Hubungan dan Memperkuat Silaturahmi: Joglo Maqha menjadi tempat berkumpul bagi orang-

orang dari berbagai kalangan untuk menjalin hubungan dan mempererat silaturahmi.

- 2) Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat: Joglo Maqha membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Penerapan *Maqashid Syariah* Asy-Syatibi dalam strategi pemasaran Joglo Maqha menunjukkan bahwa bisnis dapat dijalankan dengan berlandaskan nilai-nilai Islam dan membawa manfaat bagi banyak orang.

3. Kedai Kopi Joglo Maqha telah menunjukkan bagaimana penerapan *Maqashid Syariah*, sebagaimana diuraikan oleh Imam Asy-Syatibi, dapat meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha. Prinsip-prinsip *Maqashid Syariah*, seperti menjaga halal, higienis, dan kualitas produk, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan adil, serta menjalin hubungan yang saling menguntungkan dengan mitra usaha, menjadi landasan bagi Joglo Maqha untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, mengenai Strategi Pemasaran Syariah Pada Bisnis *Coffee Shop* Dalam Perspektif *Maqashid Syariah*, maka peneliti menyarankan khususnya bagi guru dan peneliti selanjutnya, antara lain yaitu:

1. Kedai Kopi Joglo Maqha dapat terus mengembangkan strategi pemasarannya untuk meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kedai ini juga dapat berbagi pengalaman dan *best practices* dengan pelaku bisnis lain yang ingin menerapkan strategi pemasaran syariah.
2. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan meneliti lebih lanjut tentang strategi pemasaran Kedai Kopi Joglo Maqha dalam perspektif hukum Islam lainnya, seperti fiqh muamalah. Selain itu, penelitian ini juga dapat diperluas dengan meneliti kedai kopi lain yang menerapkan *Maqashid Syariah* dalam strategi pemasarannya.
3. Penerapan *Maqashid Syariah* tidak hanya menguntungkan Kedai Kopi Joglo Maqha, tetapi juga membawa manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat. Pelanggan mendapat jaminan produk dan layanan yang berkualitas dan halal, karyawan menikmati lingkungan kerja yang adil dan kondusif, pemasok dan masyarakat sekitar menjalin hubungan yang saling

menguntungkan. Kedai Kopi Joglo Maqha menjadi contoh nyata bagaimana Islam dan bisnis dapat berjalan beriringan dan saling menguatkan. Penerapan Maqashid Syariah menunjukkan bahwa bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam dapat mencapai kesuksesan dan membawa manfaat bagi semua pihak.

