

ABSTRAK**Mekanisme Menentukan Strategi Produk Berbasis Syariah
dalam Penerapan Filosofi Gusjigang
(Studi Kasus Pengusaha Kaos Hastag Santri)****Muhammad Tausi'ul 'Ilma (NIM. 1320310136)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk meneliti penerapan Filosofi Gusjigang pada Pengusaha Kaos Hastag Santri di Kudus. Fokus penelitian ini adalah menjelaskan mekanisme menentukan strategi produk yang berbasis syariah untuk menerapkan filosofi gusjigang. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan suatu kesimpulan tentang penerapan filosofi gusjigang yang melalui mekanisme dalam menentukan produk kekinian namun tidak meninggalkan dasar bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan Pemilik usaha, Pengamatan langsung ke tempat produksi dan pemasaran di Kantor Hastag Santri, Jl. Menara No.35c, Kerjasan, Kec. Kota, Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menentukan produk dalam penerapan filosofi gusjigang dalam usahanya sudah efektif. Karena sudah menjawab kebutuhan fashion ala santri di era sekarang, dimana tidak semua pengusaha pakaian memenuhi unsur produk syariah yang berfilosofi gusjigang. Dari hasil penelitian diketahui bahwa : 1) Penentuan strategi produk berbasis syariah murni dari ide yang inspiratif dan inovatif, dan sebagai asset terbesar dalam perusahaan adalah ide. 2) Penerapan filosofi gusjigang di perusahaan kaos Hastag Santi meliputi penerapan tiga trilogi dari gusjigang (bagus, ngaji dan dagang) yang dilakukan oleh pengusaha terlaksana dengan baik. 3) Kendala dan solusi dalam penentuan produk berbasis islam itu sendiri sudah disikapi dengan tidak menganggap suatu kendala tersebut sebagai kendala yang berarti, justru mengedepankan kreatifitas yang beda dengan yang lain menjadi solusi.

Kata kunci : Menentukan Strategi, Produk Syariah, dan Filosofi Gusjigang.