

## ABSTRAK

**Adiva Rahmatullah 1209220003 : 2025.** *“Analisis Strategi Pemasaran Marketing Mix 4P Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Pada Cafe Teringat Kopi Desa Terusan Kecamatan Sindang Kabupaten Indramayu”*

Cafe Teringat Kopi merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Indramayu yang bergerak di bidang kuliner berbasis kopi dan minuman non-kopi. Dalam menjalankan usahanya, cafe ini mengintegrasikan strategi pemasaran marketing mix 4P (produk, harga, tempat, dan promosi) dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yang menekankan pada kehalalan, keadilan, dan keberkahan. Penerapan strategi ini menjadi penting mengingat persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, sekaligus tuntutan untuk menjaga nilai-nilai Islami dalam operasional bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran marketing mix 4P pada Cafe Teringat Kopi dalam perspektif ekonomi syariah, mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar dan memperkuat daya saing, serta menelaah peluang dan hambatan yang dihadapi dalam penerapan strategi tersebut.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilaksanakan pada February–Juli 2025. Data dianalisis dengan mengacu pada teori pemasaran konvensional dan prinsip ekonomi Islam, khususnya nilai-nilai halal-thayyib, amanah, shidq, ‘adl, dan maslahah.

Hasil penelitian mengungkap bahwa pada aspek produk, Cafe Teringat Kopi konsisten menghadirkan menu halal-thayyib dengan kualitas bahan baku yang terjaga, seperti biji kopi arabika premium dan bahan pelengkap bersertifikat halal. Pada aspek harga, diterapkan prinsip keadilan dengan mempertimbangkan daya beli konsumen lokal tanpa mengorbankan kualitas. Pada aspek tempat, lokasi strategis di pusat kota dan desain interior yang nyaman, disertai fasilitas mushala, menjadi nilai lebih bagi pelanggan Muslim. Pada aspek promosi, strategi difokuskan pada pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan brand ambassador lokal, serta kegiatan komunitas yang mengedepankan nilai kebersamaan dan ukhuwah. Penerapan nilai-nilai syariah ini berdampak positif pada peningkatan loyalitas pelanggan, memperkuat kepercayaan publik, serta menciptakan hubungan bisnis yang berlandaskan kejujuran dan saling menguntungkan.

Penerapan marketing mix 4P yang diintegrasikan dengan prinsip ekonomi syariah dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM Muslim sekaligus berkontribusi pada keberlanjutan usaha. Meskipun terdapat hambatan seperti persaingan pasar dan keterbatasan sumber daya promosi, peluang pengembangan usaha tetap terbuka lebar melalui inovasi produk dan optimalisasi pemasaran digital.

***Kata Kunci: strategi pemasaran, marketing mix 4P, ekonomi syariah, Cafe Teringat Kopi, UMKM, halal-thayyib, peluang, hambatan.***