

ABSTRAK

Studi kelayakan bisnis syariah bertujuan untuk mengetahui apakah bisnis yang dijalankan telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ditinjau dari aspek pemasaran meliputi segmentasi pasar (*segmentation*), target pasar (*targeting*), dan posisi pasar (*positioning*) dan bauran pemasaran syariah 7P meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Aspek manajemen operasional meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pengawasan (*controlling*) dan prinsip-prinsip produksi Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui studi kelayakan bisnis syariah pada Es Teh Indonesia Kebun Sumenep dari aspek pemasaran dan aspek manajemen operasionalnya apakah telah sesuai dengan syariat Islam. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis syariah pada Es Teh Indonesia Kebun Sumenep dari aspek pemasaran belum dikatakan layak karena produk minuman Es Teh Indonesia belum bersertifikat halal namun nama produk tidak mengandung unsur yang diharamkan, bahan yang digunakan halal serta cara pembuatannya pun halal. Sedangkan aspek manajemen operasionalnya telah sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci: Kelayakan Bisnis Syariah, Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen Operasional

ABSTRACT

The sharia business feasibility study aims to determine whether the business being carried out is in accordance with sharia principles. Viewed from the marketing aspect including market segmentation, target market, and market positioning and the 7P sharia marketing mix includes product, price, place, promotion, people, process and physical evidence. Aspects of operational management include planning, organizing, directing, supervision and the principles of Islamic production.

This study aims to determine the feasibility study of sharia business at the Es Teh Indonesia Kebun Sumenep from the marketing aspect and operational management aspects whether it is in accordance with Islamic law. This type of research is qualitative with data collection techniques using interviews, observation and documentation.

The results of the study can be concluded that the feasibility study of sharia business at Es The Indonesia Kebun Sumenep from the marketing aspect has not been said to be feasible because Es Teh Indonesia product has not been halal certified but the product name does not contain any prohibited elements, the ingredients used are halal and the method of manufacture is also halal. While the operational management aspects are in accordance with Islamic law.

Keywords: Feasibility of Sharia Business, Marketing Aspect, Operational Management Aspect