Sanjana
Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah
e-ISSN : 2723-5289
Vol. 07 No. 04, (Oktober: 2025)

Implementasi Nilai Spiritual pada Lembaga Keuangan Syariah Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarīʿah*

Nurul Istifadhoh

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur, Jl. Pemuda No. 75 Bunderan Sidayu Gresik, 61153, isti@steikassi.ac.id

Abstrak

Nilai spiritual merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan pedoman mengenai kegiatan yang akan dijalankan supaya tercapainya tujuan pemasaran pada setiap perusahaan. Dalam mencapai tujuan perusahaan muncul dua pendekatan, yaitu pendekatan materiil dan pendekatan spiritual. Pendekatan materiil dikaitkan dengan kondisi riil yang ada di lapangan sedangkan pendekatan spiritual berkaitan dengan hubungan seseorang dengan Tuhan yang Maha Esa. Nilai spiritual merupakan proses dari pendekatan spiritual yang bertujuan untuk kehidupan yang lebih berkualitas dan dapat memberikan manfaat kepada orang lain disekitarnya. Artikel ini bertujuan menganalisis secara mendalam tentang bagaimana penerapan nilai-nilai spiritual dapat di integrasikan pada strategi pemasaran di KSPPS-MUI Jawa Timur, serta menelaah hubungannya terhadap prinsip-prinsip *maqāṣid asy-syarīʿah* dalam upaya memperkuat keberlanjutan lembaga. Artikel ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskritif dengan metode wawancara mendalam terhadap karyawan KSPPS-MUI Jawa Timur. Hasil dari pemaparan artikel ini, yaitu 1) nilai spiritual disertakan dalam strategi pemasaran miliki pengaruh yang cukup besar bagi kehidupan, khususnya ekonomi keluarga, disamping keridhoan Allah SWT, juga mengajak anggota untuk turut serta mengamalkan nilai-nilai spiritual tersebut. 2) Perspektif *maqāṣid asy-syarīʿah*, strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh KSPPS-MUI Jawa Timur telah memenuhi kebutuhan pokok menurut Al-Ghozali diantaranya *ḥifẓ al-dīn* (memelihara agama), *ḥifẓ an-nafs* (memelihara jiwa), *ḥifẓ al-ʿaql* (memelihara akal), *ḥifẓ māl* (memelihara harta), dan *ḥifẓ al-irdl* (memelihara kehormatan). Implementasi nilai-nilai spiritual dalam strategi pemsaran mampu menyeimbangkan kebutuhan secara materiil dan spiritual, sekaligus merealisasikan prinsip-prinsip *maqāṣid asy-syarīʿah* dalam praktik pemasaran syariah yang berorientasi pada kebermanfaatan pada anggota.

Kata Kunci: Nilai Spiritual, Pemasaran, Strategi Pemasaran, *Maqāṣid asy-Syarīʿah*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan suatu perusahaan ialah memperoleh laba atau keuntungan semaksimal mungkin. Hal ini tentunya berkaitan dengan proses penerapan strategi pemasaran yang tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faKtor, antara lain: riset dan analisa pasar, keputusan dalam menentukan produk yang akan ditawarkan, penetapan harga, cakapnya pelaksanaan kegiatan promosi dan penerapan

distribusi. Pentingnya strategi pemasaran yang berorientasi pasar dapat mengantisipasi semua keinginan konsumen, mengatasi ancaman dari pesaing serta memperkuat keunggulan dalam bersaing (Bahwiyanti & Sugiannor, 2018).

Pemasaran menjadi salah satu cara pada kegiatan yang saling kesinambungan dan ditujukan pada perencanaan, penentuan harga, promosi barang dan jasa kelompok pembeli (Wardah et al., 2021). Seperti halnya kegiatan pemasaran dilakukan oleh setiap perusahaan sebagai upaya untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya. Berhasil atau tidaknya dalam suatu pencapaian yang menjadi tujuan perusahaan tergantung pada keterampilan dalam mengelola perusahaan tersebut, baik di bidang produk, inovasi produk maupun kegiatan pemasaran. Selain hal tersebut juga ada kaitannya dengan kemampuan perusahaan dalam mengafiliasi fungsi-fungsi supaya dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Menurut Assauri yang dikutip Ida dkk, menyatakan bahwasannya strategi pemasaran ialah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan pedoman mengenai kegiatan yang akan dijalankan supaya tercapainya tujuan pemasaran pada setiap perusahaan (Ida Mawadah et al., 2024). Adanya sebuah keyakinan yang menyatakan bahwa sebagai umat yang beragama dapat menyeimbangkan melalui proses pendekatan diri kepada Tuhan yang Maha Esa. Sehingga dalam mencapai tujuan, kebutuhan spiritual mulai menjadi perbincangan beberapa perusahaan. Hal ini dikarenakan kebutuhan spriritual menjadi sangat penting untuk memberi kemudahan dalam segala bentuk kegiatan yang telah direncanakan.

Kehidupan manusia ada dua kebutuhan yang menjadi kebutuhan, kebutuhan tersebut antara lain Kebutuhan material (jasmani) dan kebutuhan rohani (spiritual). Kebutuhan material adalah kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan dasar untuk mempertahankan kehidupan. Namun dalam hal ini, usaha manusia tidak selalu mulus karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Sedangkan kebutuhan spiritual atau rohani merupakan kebutuhan yang bersifat non-materi. Melalui pelaksanaan kebutuhan spiritual ini, dan kemudian manusia akan berusaha untuk mendekatkan diri kepada Tuhan yang Maha Kuasa supaya tercapai apa yang menjadi keinginanya serta meningkatkan keimanan dan ketaqwaan (Makhmudah, 2017).

Perilaku manusia dalam menerapkan kegiatan spiritual salah satunya demi terpenuhinya kebutuhan material. Tindakan spiritual berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam sikap ibadah kepada Tuhan Yang Maha Kuasa (Soulisa, 2018). Sikap manembah dilakukan melalui memasrahkan diri kepada Tuhan yang Maha Esa. Adanya kesinambungan menyatakan bahwa keduanya saling berkaitan dan harus saling menyeimbangkan. Sehingga menjadi suatu keharusan untuk berjalan beriringan. Kebutuhan spiritual menjadi seperti halnya manusia akan melakukan beberapa aktivitas untuk mendekatkan diri kepada Tuhan yang Maha Kuasa. Banyaknya kegiatan pada aktifitas tersebut, manusia mulai memahami dalam memilah kegiatan spiritual yang tepat untuk memenuhi keinginanya, atau manajemen langit.

Manajemen langit merupakan manajemen Al-qur'an yang Allah SWT tujuan kepada manusia dengan harapan agar hidupnya lebih berkualitas serta dapat memberikan banyak manfaat kepada orang disekitarnya. Dalam penerapannya, manajemen langit memiliki lima nilai yaitu keimanan, kepasrahan, kesucian, kelapangan hati dan keadilan. Kelima nilai tersebut hadir pada diri manusia bahwasannya diperlukan penyeimbang untuk keadaan yang lebih baik. Manajemen langit merupakan manajemen yang dapat dikategorikan sebagai manajemen Islami, yaitu manajemen harus berlandaskan pada nilai-nilai serta etika Islam; memberikan imbalan akan ekonomi yang adil serta menekankan kepada pemenuhan kebutuhan dasar pekerja; memperhatikan dimensi kemanusiaan serta spiritual dalam setiap aktivitasnya; dan menerapkan sistem serta struktur organisasi yang searah dengan prinsip-prinsip Islam (Suryani & Kurniawati, 2024). Oleh karena itu, banyak manusia meyakini bahwa manajemen langit dapat berkontribusi dalam kehidupan.

Lembaga Keuangan Islam merupakan lembaga keuangan yang dalam perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan hingga pengawasannya menggunakan prinsip-prinsip syari'at Islam. Dalam proses manajemennya juga menerapkan manajemen langit dalam hal ini ialah kegiatan sholat sunnah, berpakaian yang sesuai syariah Islam, pelayanan menggunakan etika yang sopan, amanah dan berdzikir bersama (istighosah). Istighosah merupakan rangkaian kegiatan yang sama halnya dengan berdo'a, namun proses atau penekanannya lebih dari sekedar berdo'a. Kegiatan tersebut rutin dilaksanakan untuk menambah nasabah serta pencapaian target pembiayaan di perusahaan yang pada tujuannya mempertahankan kesehatan koperasi.

Terlaksananya kegiatan istighosah sebagai bentuk penyeimbang dalam strategi pemasaran di lembaga keuangan Islam menjadi hal baru di dunia pemasaran, serta pada penerapannya memiliki banyak manfaat yang diterima oleh kedua belah pihak yaitu pihak pelaksana dan pihak penerima manfaat. Adanya kegiatan istghosah dapat dilaksanakan pada agenda rutinan saja yang dilaksanakan satu bulan sekali hingga sekarang. Penerapan ini juga dapat dilakukan jika mulai ada anggota yang macet atau tidak bisa membayar hingga jatuh tempo. Sehingga melihat dari persoalan ini munculah solusi yaitu pengadaan pada strategi pemasaran.

Keseimbangan kinerja yang membuat KSPPS-MUI Jawa Timur dapat berkembang dengan cepat dan bisa memberikan manfaat yang banyak kepada masyarakat sekitar (Fidat & Rolianah, 2023). Keberadaan wahyu yang mempengaruhi logika begitu sangat diperhitungkan bahkan sebagai salah satu dalam memecahkan suatu permasalahan. Dalam hal ini menjadi sesuatu yang perlu dijelaskan mengenai keterkaitannya antara strategi solusi pemasaran dengan manajeman langit atau istighosah.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan, dapat diidentifikasi masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini ialah sebagai berikut: bagaimana penerapan nilai spiritual pada strategi pemasaran di KSPPS-MUI Jawa Timur; dan bagaimana dampak relevansi maqāṣid asy-syarīʿah mengenai strategi pemasaran yang menggunakan nilai spiritual di KSPPS-MUI Jawa Timur.

KAJIAN TEORI

Nilai Spiritual

Nilai spiritual merupakan pendekatan manajemen mengenai nilai-nilai Illahiyah yang diterapkan Tuhan yang Maha Esa serta pemelihara dalam mengelola jagat raya. Nilai-nilai spiritual menggambarkan suatu indikator dalam pancaran cahaya dan penerapan keyakinan terkait adanya Kuasa Tuhan semesta alam. Malloch yang dikutip Menne mengungkapkan bahwa nilai spiritual adalah sekumpulan keyakinan, teladan dan komitmen yang ditularkan dari generasi ke generasi melewati sebuah tradisi agama serta melakukan sebuah ikatan manusia pada hubungan transendental (Menne, 2017). Penerapan nilai-nilai spiritual pada suatu perusahaan dapat mempengaruhi dan menguntungkan organisasi diantaranya terpenuhinya kebutuhan rohani atas sumber daya manusia dan disebutkan sebagai budaya organisasi atau perusahaan.

Nilai spiritual dapat dikaitkan dengan interaksi sosial yang mana menjadi bagian dari *social capital* serta dilengkapi dengan prinsip dasar yaitu hubungan Tuhan yang Maha Esa (Menne, 2017). Menurut Emmons dalam Wibowo, unsur-unsur kecerdasan spiritual meliputi: 1) pemecahan masalah melalui sumber-sumber spiritual; 2) memanfaatkan serta melatih spiritualpada kehidupan sehari-hari; 3) masuknya tahapan yang lebih tinggi pada area kesadaran; 4) mengakui aspek non material pada kehidupan duniawi; dan 5) berakhlaqul karimah (Wibowo, 2017). Nilai spiritual memiliki banyak pengaruh bagi kehidupan manusia. Hal ini dapat menjadi pedoman dalam melakukan hubungan kinerja pada suatu organisasi atau perusahaan.

Hal ini sejalan dengan keteladanan Rasulullah SAW dalam mengembangkan sumber daya manusia tentang prinsip-prinsip *The Celestial Management,* yang artinya suatu pendekatan manajemen yang berlandaskan spiritualitas, dengan pedoman hukum syariah sertai nilai-nilai ilahiyah yang diterapkan pada pengelolaan setiap aspek kehidupan dan alam semesta. Konsep dasar *The Celestial Management* yaitu 3 W, yaitu *worship, wealth* dan *walfare* (Wardani et al., 2024).

***A Place Of Worship* (tempat memuja)**

Merupakan tempat bekerja (kantor) maupun bisnis (perusahaan) haruslah dimaknai sebagai tempat ibadah. Dalam hal ini, bekerja bukan hanya merupakan mengabdi kepada pimpinan, namun lebih dari pada itu yaitu sebuah pengabdian kepada Allah SWT. Kesadaran serta penghayatan bahwasannya manusia merupakan hamba Allah, yang sudah sepatutnya setiap manusia mengabdikan dirinya kepada Allah, dengan memenuhi segala aturan Allah SWT serta menghindari semua larangan-Nya. Nilai *Worship* telah diturunkan dalam konsep *Zero Base, Iman, Konsisten, Result Orient (*ZIKR).

1. Zero Base

   Zero base merupakan pekerjaan, usaha ataupun bisnis patutlah diawali dari niat yang suci, bersih, serta suci, sehingga mampu menerima dengan ikhlas setiap pemberian yang datang, tanpa memperdebatkan apa yang telah diberikan (Firkiawan, 2018). Ari Ginanjar juga menyatakan bahwa ada beberapa tahapan untuk membangun EQ (kecerdasan emosi) serta SQ (kecerdasan spiritual), yang pertama ialah melewati mensucikan diri dari emosi *(zero mind process)* dalam hal ini ialah menghindarkan diri dari praduga. Mengupayakan agar terus

berprasangkan baik dan menghindar dari prasangka buruk (Muthmainnah Choliq et al., 2025).

2. Iman

   Iman ialah suatu cara tertentu guna memperoleh pengetahuan, dalam hal ini ialah pengetahuan uang mengatasi akal atau pengetahuan yang tidak bisa ditembus oleh akal. Iman merupakan suatu penerimaan atas dasar kewibawaan Allah (Gultom, 2016). Iman sebagai bentuk keyakinan kita terhadap kekuasaan dan janji-janji Allah swt. Melalui sifat iman, manusia selalu memiki prasangka yang baik tentang dirinya dan kehidupan. Prasangka baik inilah yang membuat manusia itu dapat berfikir tenang serta tidak ada ketakutan maupun kecemasan.

3. *Istiqomah* (Konsisten)

   Istiqomah merupakan kegiatan yag dilakukan berulang-ulang hingga keinginannya tercapai. Proses menuju titik ini, dipastikan *zero base* beserta iman harus dipelihara secara *istiqomah* maupun *kaffah*. Supaya dapat *istiqomah*, manusia diharapkan dapat berhati-hati dalam memusatkan sebuah usaha ataupun bisnis guna tercapainya sasaran. Hal ini dikarenakan tujuan akan tercapai jika terwujudnya konsistensi dari segi niat, motivasi mauoun tujuan dalam suatu pekerjaan maupun bisnis.

4. *Result Oriented*

   Result Oriented ialah keridhoan Allah SWT. Dapat diartikan bahwa suatu usaha maupun bisnis dalam pengelolaannya bukan hanya mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya saja, namun juga keridhoan dan keberkahan Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hajj 22:37, yakni: ”Daging-daging unta dan darahnya itu sekali- sekali tidak dapat mencapai (keridhaan) Allah, tetapi ketakwaanmulah yang dapat mencapainya” (Kemenag, 2017).

***A Place Of Wealth* (tempat kesejahteraan)**

A Place Of Wealth yang dimaksud ialah tempat kerja atau bisnis harus digunakan sebagai pusat pemerataan dan distribusi kekayaan. Kemakmuran yang mencapai keseimbangan antara materi dan immateri. Penyelesaian tugas akan tergantung pada banyak faktor. Tugas harus didefinisikan dengan jelas dan segala sesuatu yang berkaitan dengan kesuksesan/kelancaran pekerjaan harus dibagikan secara adil

(Wardani et al., 2024). Pada prinsip ini ada 4 atribut utama yaitu *Power, Information, Knowledge, dan Reward* (Trimulato, 2017).

1. *Profit Sharing*

   Desentralisasi/delegasi dapat dipahami sebagai individu tidak dapat bekerja sendiri, tetapi harus duduk bersama dalam kelompok, dengan karyawan/pegawai lain, membentuk tim.

2. *Information Sharing*

   Informasi menentukan keberhasilan atau kegagalan pekerjaan. Jika informasi yang disampaikan tidak lengkap, tentu pekerjaan tidak akan terlaksana dengan sempurna. Misalnya informasi tentang teori, gaya atau keterampilan yang digunakan untuk melakukan pekerjaan.

3. *Knowladge Sharing*

   Knowladege sharing merupakan proses meningkatkan skill dan kompetensi manusia. Dalam berbagi pengetahuan, pemimpin tidak hanya memperoleh pengetahuan, tidak hanya mereka yang terlatih mengetahui sesuatu, tetapi harus dibagikan kepada semua yang berkepentingan, dengan menyebarkannya dan mentransfernya kepada mereka yang belum terlatih maupun mereka yang tidak memiliki pengetahuan (Setiawan, 2025).

4. *Reward Sharing* (pembagian hadiah/ganjaran)

   Setelah desentralisasi/desentralisasi, akses terhadap informasi, pengetahuan dan keterampilan, tinggal yang tersisa, naluri untuk menjadi pekerja atau karyawan yang sukses, seperti dalam sepak bola, naluri untuk mencetak gol. Jika pemain cukup bersemangat dengan hadiah yang akan mereka terima, mereka akan bersaing untuk mencetak gol. Imbalan pemain/pekerja disebut imbalan. Penghargaan tidak harus berupa uang semua, tetapi juga harus diberikan penghargaan, minimal harus diakui oleh atasan. Jadi hadiah diterima terakhir, setelah pencapaian (S & B, 2025).

***A Place of Warfare* (tempat pertempuran)**

Dunia bisnis juga harus mampu menjadi medan pertempuran dalam memajukan ekonomi umat/rakyat. Untuk menjadi the dream team disegala medan pertempuran, setiap karyawan/pergawai harus membekali diri dengan cara berfikir Militan, Intelek, Kompetitif, Regeneratif.

1. Militan

   Militan artinya semangat tinggi atau penuh gairah. Militant merupakan mengembangkan sebuah karakter yang gigih, tidak pernah menyerah serta keberanian untuk tetap bertahan dalam nilai-nilai kebaikan. Dalam dunia bisnis maupun pekerjaan, tentunya akan ada persaingan untuk menjadi seorang pemenang. Sehingga karakter militant menjadi sangat penting untuk modal dalam diri setiap manusia.

2. Intelek

   Intelek ialah kemampuan seseorang dalam menggunakan pikirannya untuk mencari solusi dari permasalahan yang ada. Orang bijak menggunakan semua pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai keunggulan. Ia akan berusaha memelihara sikap positif untuk mendorong kemajuan dirinya dan kebutuhan lembaganya. Intelek ialah seseorang yang memiliki kemampuan logika berpikir untuk menemukan fakta obyektif, akurat, dan untuk memprediksi resiko, melihat konsekuensi dari setiap keputusan yang ada (Y. S. Putri, 2016).

3. Kompetitif

   Kompetitif adalah mereka yang tidak saja memiliki penguasaan knowledge dan informasi yang dibutuhkan untuk berprestasi, tetapi juga mereka yang mempunyai kemauan untuk berperan serta menyumbangkan kinerja terbaiknya buat organisasinya (Wang et al., 2024).

4. Regeneratif

   Regeneratif artinya kemampuan kompetitif atau kesuksesan yang didapatkan dan harus bisa dijaga terus-menerus serta diwariskan kepada generasi berikutnya. Generasi yang cakap adalah generasi yang dilahirkan dan dibangun serta bisa membangkitkan pemimpin yang kompetitif yang mempunyai waktu yang panjang. Maksud dari kalimat di atas bahwa kesuksesan itu tidak hanya dicapai dalam satu periode, tetapi membutuhkan periode berikutnya/generasi penerus (Prazeres et al., 2024). Kesuksesan seseorang menjadi sangat berharga jika seseorang tersebut mengawalinya dari bawah. Oleh sebab itu seharusnya dapat dijaga dengan baik dan dapat ditularkan dan dibuat pembelajaran bagi generasi berikutnya.

Strategi Pemasaran

Strategi mengacu pada arah keseluruhan yang diambil organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi yang baik memang menetapkan arah tujuan organisasi, meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi adalah proses penentuan rencana bagi para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi sambil memeriksa bagaimana cara mencapainya (Faizal et al., 2016).

Menurut Alfred Chandler, strategi adalah tujuan dari tindakan, menetapkan tujuan dan mengalokasikan sumber daya untuk mencapainya. Menurut Kenneth Andrew, strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan dan program. Perencanaan itu penting untuk mencapai tujuan Anda, itu seperti menetapkan bisnis untuk diikuti (Yu, 2021). Disamping itu, Buzzel dan Gale mengungkapkan bahwa strategi ialah kebijakan dan keputusan manajemen yang berdampak pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya tertentu.

Ushul Fiqh dan *Maqāṣid Asy-Syarīʿah*

Menurut sejarah, aturan Islam mengalami berbagai ragam interpretasi sehingga melahirkan bermacam-macam konsep. Diantara konsep yang paling terkenal ialah konsep al-syatibi tentang *maqāṣid asy-syarīʿah* yang memiliki makna sebagai tujuan pelaksanaan hukum. Semenjak munculnya kitab *al-muwafaqat* salah satu karya terbaik al-syatibi menjadi konsep baku dalam ilmu *ushul fiqh* yang berorientasi pada tujuan hukum syariah (Ihsan & Andiansyah, 2023).

Teori *maqāṣid* menawarkan kerangka konseptual yang kuat serta merespons tantangan segala bentuk keuangan modern. pendekatan ini mempertegas bahwasannya sistem keuangan syariah bukan hanya harus terbebas pada praktik riba secara formal, namun diharuskan terhindar dari unsur-unsur ketidak adilan serta eksploitasi secara substansial (Hanif & Mawardi, 2025).

Yusuf al-Qardhawi dalam Yayan Fauzi menyatakan bahwa salah satu wujud dari *maqāṣid asy-syarīʿah* yaitu terwujudnya keadilan. Keadilan yang memiliki keberpihakan pada konsumen, dalam hal ini konsumen tidaklah dibebani pada produk yang diajukan oleh produsen. Akan tetapi, dari berbagai sudut keuntungan yang akan didapatkan konsumen. Akhirnya baik konsumen maupun produsen dapat bersama-sama

mendapatkan keuntungan (Hasan & Saini, 2024).

Pada konsep *maqāṣid asy-syarīʿah* karya asy-syatibi, Abu Zahrah menyelesaikan ulasan secara menyeluruh mengenai pendapat asy-syatibi serta para ahli ushul fiqh. Menurut Abu Zahrah yang dikutip Ali Rama, mengeungkapkan bahwa syariat Islam dalam rangka memberikan hikmah bagi seluruh jagat raya khususnya manusia. Berdasarkan pernyataan di atas, Abu Zahrah memberikan kesimpulan bahwa terdapat tiga tujuan yang harus dilakukan demi tercapainya *maqāṣid asy-syarīʿah* yaitu: 1) pendidikan individu (*Tahdhib al-Fard);* 2) penegakan keadilan (*iqamah al-ʻadl);* dan 3) mendorong kesejahteraan (*jalb al-maslahah)* (HT & Rama, 2016).

Al-Ghazali mengemukakan salah satu aspek *maqāṣid asy-syarīʿah* membagi tiga skala prioritas yang saling melengkapi yaitu kondisi dharuriyat, kondisi hajiiyat, kondisi tahsiniyat. Oleh karena itu, pemenuhan kebutuhan terdapat lima pokok kebutuhan, antara lain: *hifdz ad-din* (memelihara agama); *hifdz an-nafs* (memelihara jiwa); *hifdz al-aql* (memelihara akal); *hifdz maal* (memelihara harta); dan *hifdz al-irdl* (memelihara kehormatan) (Ihsan & Andiansyah, 2023).

Sebagai ilustrasi, kebijakan fiskal serta regulasi lembaga keuangan syariah berpedoman pada prinsip *maqāṣid* patut diarahkan guna mendorong distribusi kekayaan yang berkeadilan melewati instrumen-instrumen seperti wakaf, zakat dan subsidi yang sifatnya produktif. Pada konsteks perlindungan jiwa dan akal, kebijakan ekonomi sepatutnya menjamin pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, dalam hal ini akses pada pangan, pendidikan hingga layanan kesehatan (Rofiullah, 2025). Sementara itu, implementasi tata kelola yang baik *(good governance)* memiliki korespondensi bersama prinsip keadilan maupun prinsip amanah yang menjadi dasar pada setiap transaksi mualamah (Adawiah et al., 2025).

Dari keterangan di atas, disimpulkan bahwa *maqāṣid asy-syarīʿah* sebagai hukum Islam yang mempunyai maksud dan tujuan penting dalam kehidupan manusia. Arah tersebut menjadi berpengaruh pada berbagai lini kehidupan guna mencapai tujuan kemaslahatan. Melalui terciptanya kemaslahatan, maka kesejahteraan yang terjadi pada manusia di dunia dan di akhirat akan terwujud.

METODE

Penelitian ini ialah *field research* atau penelitian lapangan yang menerapkan pendekatan kualitatif sebagaimana sumber data primer berupa hasil wawancara dengan pihak internal KSPPS MUI Jawa Timur, serta sumber data sekunder berbentuk dokumen, laporan serta arsip yang berkaitan dengan penelitian. Pada teknik pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari analisanya bersifat deskriptif kualitatif, yaitu analisa yang melaksanakan data yang bersifat deskriptif berbentuk kalimat tertulis atau lisan dari informan dan tingkah laku yang dapat dicermati dengan metode yang telah diterapkan (H. J. Putri & Murhayati, 2022).

PEMBAHASAN

Penerapan Nilai Spiritual sebagai Strategi Pemasaran di KSPPS MUI Jawa Timur

Awal berdirinya, KSPPS MUI Jawa Timur bernama KJKS MUI Jawa Timur. Lalu di permulaan tahun 2016, koperasi tersebut beralih nama menjadi KSPPS MUI Jawa Timur. KSPPS MUI Jawa Timur telah memiliki izin operasional yang berbadan hukum dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gresik dengan Surat Keputusan Nomor: 09/BH/XVI-6/437.56/IV/2012, tanggal 03 April 2012.

Sejak awal berdirinya KSSPS-MUI Jawa Timur mulai menyiapkan dan menerapkan manajemen maupun strategi untuk menumbuhkan serta mengembangkan perusahaanya dengan maksimal. Mulai dari penjaringan anggota baru, penghimpunan dana hingga penyaluran dana kepada anggota. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS-MUI terus menerus digencarkan, dari iklan hingga pelaksanaan secara *door to door* kepada masyarakat. Selain hal tersebut KSPPS-MUI juga meminta kemudahan kepada Allah SWT, untuk selalu diberi kelancaran dalam setiap kegiatan yang menjadi program perusahaan. Kegiatan tersebut ialah pendekatan spiritual. Nilai spiritual yang diterapkan oleh KSPPS-MUI dapat menjadi penyeimbang antara kondisi materiil dengan kondisi spiritual. Hingga pada tahun ke 10 yaitu tahun 2022, KSPPS-MUI sudah membuka 14 cabang di wilayah Jawa Timur yaitu Kota Surabaya, Kabupaten Gresik dan Kabupaten Lamongan.

Pendekatan spiritual yang dilakukan oleh KSPPS-MUI antara lain: Istighotsah, tahlilan, sholat sunnah dan mengaji. *Istighotsah* dilakukan oleh para pengurus hingga

karyawan KSPPS-MUI. Tujuannya untuk berdo'a meminta kemudahan dan kelancaran pada proses berjalannya perusahaan. Hal ini juga terjadi di saat anggota kesulitan atau pembayaran angsurannya mengalami kemacetan. Menyikapi hal tersebut pihak KSPPS-MUI Jawa Timur menawarkan bantuan untuk mengadakan tahlilan atau *istighotsah* di rumah anggota dari KSPPS-MUI Jawa Timur hingga anggota dapat membayar angsurannya.

Tradisi *istighotsah* merupakan salah satu kegiatan KSPPS-MUI Jawa Timur yang dilakukan oleh pengurus hingga karyawan. Menurut salah satu pengurus yaitu Bapak Drs. H. Moh. Nadib, M.Si., beliau menyatakan bahwa *Istighotsah* menjadi rangkaian kegiatan yang di dalamnya mengandung unsur pendidikan spiritual. Adapun kegiatan *istighotsah* yang dilakukan antara lain: sholat sunat di pagi hari dan malam hari, membaca tahlil, membaca surat yasin, solawat, dzikir, pembacaan hizib dan rankaian do'a memohon kepada Allah SWT. Kegiatan ini dilaksanakan setiap 1 bulan sekali oleh pengurus KSPPS-MUI Jawa Timur dan dilaksanakan oleh pengelola setiap 2 bulan sekali sebelum berlangsungnya kajian muamalah. Selain *istighotsah* setiap pagi dan malam diadakan sholat sunnah yang harus dilaksanakan oleh karyawan KSPPS-MUI Jawa Timur.

Nilai spiritual memiliki peran yang cukup besar bagi kehidupan manusia. Dimana nilai-nilai tersebut menjadi penyeimbang antara kebutuhan materiil dan spiritual. Oleh sabab itu, manfaat yang diterima ialah mengetuk hati dan cara berfikir seseorang akan memiliki etika yang baik dan memiliki aura yang positif. Hal ini selaras dengan semboyan KSPPS-MUI Jawa Timur yaitu amanah, jujur dan adil. Keberhasilan KSPPS-MUI Jawa Timur dalam melaksanakan program-program pemasaran memiliki banyak manfaat kepada masyarakat, baik anggota maupun masyarakat luas.

Relevansi *Maqāṣid Asy-syarīʿah* mengenai strategi pemasaran yang menggunakan nilai spiritual di KSPPS-MUI Jawa Timur

Pesatnya perkembangan KSPPS-MUI Jawa Timur menjadi hal yang perlu disadari dan diapresiasi oleh semua pihak. Bermula dari 1 unit kantor kini bertambah menjadi 14 kantor cabang dalam waktu 10 tahun. Banyaknya persaingan tidak membuat perusahaan pesimis namun justru lebih kepada sikap optimis dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dalam *maqāṣid asy-syarīʿah* Al-Ghazali membagi tiga skala prioritas yang saling melengkapi yaitu kondisi dharuriyat, kondisi hajiiyat, kondisi tahsiniyat. Sedangkan dalam pemenuhan kebutuhan pokok terdiri dari lima hal, yaitu *ḥifẓ al-dīn* (memelihara agama), *ḥifẓ an-nafs* (memelihara jiwa), *ḥifẓ al-ʿaql* (memelihara akal), *ḥifẓ māl* (memelihara harta), dan *ḥifẓ al-irdl* (memelihara kehormatan) (Ihsan & Andiansyah, 2023).

1. *Hifẓ al-dīn* (memelihara agama), yaitu hak untuk beragama dan menjalankan kewajiban-kewajibannya. Dalam penelitian ini tentang pentingnya sebuah usaha yang diiringi atau diseimbangkan dengan proses beribadah atau mendekatkan diri kepada Allah SWT. Hal ini dikarenakan manusia tetap membutuhkan suatu energi yang dapat mengendalikan dirinya dari sifat-sifat tercela maupun pesimis dalam melangsungkan hidupnya. Sehingga proses antara pendekatan spiritual maupun pendekatan materiil masih saling berkaitan.
2. *Hifẓ al-nafs* (memelihara jiwa), yaitu hak hidup. Dalam penelitian ini KSPPS-MUI Jawa Timur telah berupaya untuk mengajak masyarakat membenahi diri. Ajakan untuk memenciptakan kualitas hidup yang lebih baik bagi anggota maupun masyarakat sekitarnya terutama UMKM. UMKM di wilayah keberadaan kantor KSPPS-MUI Jawa Timur sebagian telah diajak untuk naik kelas. Hal ini berkaitan dengan perbaikan kualitas hidup manusia dimasa yang akan datang.
3. *Hifẓ al-ʿaql* (memelihara akal), yaitu hak mendapatkan pendidikan. Dalam penelitian ini KSPPS-MUI Jawa Timur selalu memberikan pendidikan kepada karyawannya tentang kajian mualamah terutama dibidang marketing. Pemeliharaan akal juga diseimbangkan dengan hal-hal-hal yang bersifat positif yaitu mengajak untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah SWT serta memberikan edukasi kepada tentang fiqh muamalah yang disertai penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini KSPPS-MUI Jawa Timur telah menyediakan tabungan pendidikan untuk anggota yang berusia anak-anak. Tabungan ini memiliki tujuan yaitu anak-anak dapat terus melakukan pendidikan hingga jenjang yang lebih tinggi dengan selalu menyisihkan uagnya untuk ditabung dan digunakan pada waktu yang tepat.
4. *Hifẓ māl* (memelihara harta), yaitu hak bekerja. Dalam penelitian ini perusahaan memasrahkan diri kepada Allah SWT dalam mengelola dan diberikan kelancaran dalam melakukan kegiatan pemasaran. Strategi marketing yang dijalankan juga

diwajibkan menggunakan prinsip-prinsip syariah dan tidak melanggar aturan syarih Islam tersebut.

5. *Hifẓ al-irdl* (memelihara kehormatan), yaitu hak atas kehormatan manusia. Dalam penelitian ini KSPPS-MUI Jawa Timur membantu masyarakat untuk keluar dari kekurangan ekonomi keluarganya. keberadaan KSPPS-MUI Jawa Timur sangat membantu para pedagang yang mulai mengembangkan usahanya. Perusahaan mempermudah para anggota (pedagang) dengan menambah modal usahanya dengan harapan usaha tersebut dapat meningkat dan berkembang. Sehingga para anggota atau masyarakat dapat hidup yang lebih sejahtera.

Dalam perspektif *maqāṣid asy-syarīʿah*, strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh KSPPS-MUI telah memenuhi kebutuhan pokok yang diterapkan oleh Al-Ghozali. Strategi pemasaran yang harus memberikan pengaruh yang positif kepada penerima manfaatnya. Hal ini sebagai wujud tentang keberhasilan dan keberkahan dimana KSPPS-MUI Jawa Timur dapat berkembang sangat pesat.

SIMPULAN

Nilai spiritual memiliki peran yang cukup besar bagi kehidupan manusia. Kinerja pada KSPPS-MUI Jawa Timur menjadi penyeimbang antara kebutuhan materiil yang dimunculkan oleh akal dan kebutuhan spiritual yang diselaraskan dengan dengan meminta keridhoan Allah SWT. Manfaat daripada penerapan nilai spiritual ialah mampu mengetuk hati dan cara pandang dan berfikir seseorang akan jauh lebih mengarah kepada kebaikan antara lain: memiliki hati dan etika yang baik maupun aura yang positif dalam bertutur kata hingga berprilaku. Nilai spiritual yang disertakan dalam strategi pemasaran miliki pengaruh yang cukup besar bagi kehidupan khususnya ekonomi keluarga, disamping keridhoan Allah SWT, juga mengajak anggota untuk turut serta mengamalkan isi dari nilai spiritual tersebut. Pada akhirnya hal ini menjadi sebuah keharmonisan antara pihak KSPPS-MUI Jawa Timur dengan Anggota. Sehingga masyarakat merasa nyaman dan terbantukan dengan kehadiran KSPPS-MUI Jawa Timur.

Perspektif *maqāṣid asy-syarīʿah*, strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh KSPPS-MUI Jawa Timur telah memenuhi kebutuhan pokok menurut Al-Ghozali diantaranya *ḥifẓ al-dīn* (memelihara agama), *ḥifẓ an-nafs* (memelihara jiwa), *ḥifẓ al-ʿaql* (memelihara akal), *ḥifẓ māl* (memelihara harta), dan *ḥifẓ al-irdl* (memelihara

kehormatan). Strategi pemasaran yang harus memberikan pengaruh yang positif kepada penerima manfaatnya. Hal ini sebagai wujud tentang keberhasilan dan keberkahan dimana KSPPS-MUI Jawa Timur dapat berkembang dengan baik dan sangat pesat.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiah, A. M., Fahmi, M. A., & Anshori, I. (2025). Musyarakah dalam Kerangka ESG dan Maqashid al-Shariah: Strategi Keuangan Syariah untuk Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi SyariahSyariah Dan Ekonomi Syariah*, *07*(02). https://doi.org/https://doi.org/10.59636/saujana.v7i2.220

Bahwiyanti, J., & Sugiannor, S. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV. Paris Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, *4*(1), 58–68. https://doi.org/10.35972/jieb.v4i1.189

Faizal, F., Qosasi, A., Sumarlin, A. W., Permana, E., Prakosa, G. H., Indriana, I., & Aguzman, G. (2016). Business Strategy Formulation By Shareholders and Company Management using The Analytical Network Process (ANP). *Binus Business Review*, *7*(3), 297. https://doi.org/10.21512/bbr.v7i3.1494

Fidat, F., & Rolianah, W. S. (2023). Strategi Penanganan Pembiayaan Bermasalah pada KSPPS Mitra Usaha Ideal Cabang Dukun. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, *3*(1), 89–98. https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i1.1956

Firkiawan, S. (2018). Manajemen Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berbasis Prinsip-Prinsip Syariah Menuju Qualified Asean Bank. *Al-Mashrafiyah : Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, *1*(2), 51–64. https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v1i2.4734

Gultom, A. F. (2016). Iman dengan Akal dan Etika Menurut Thomas Aquinas. *Pendidikan Agama Katolik*, *16*(8). https://doi.org/https://doi.org/10.34150/jpak.v16i8.77

Hanif, K., & Mawardi. (2025). Analisis Filosofis Larangan Riba Dalam Tinjauan Maqashid al- Shariah untuk Mewujudkan Keadilan Ekonomi. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, *07*(03). https://doi.org/https://doi.org/10.59636/saujana.v7i3.327

Hasan, Z., & Saini, S. (2024). *Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Syekh Yusuf Al-Qardawi: Relevansi dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen*. *2*(2), 74–85.

HT, H. A., & Rama, A. (2016). Peringkat Kinerja Lembaga Keuangan Syariah Berdasarkan Maqashid Syariah. *Dialog*, *39*(2). https://doi.org/10.47655/dialog.v39i2.94

Ida Mawadah, Zaenudin Mansyur, & Muh. Azkar. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Keripik Usus Mardha Desa Badrain Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat. *El-Mal: Jurnal Kajian*

Ekonomi & Bisnis Islam, *5*(5), 3766–3775. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.2072

Ihsan, A., & Andiansyah, F. (2023). Fiscal Policy in the Spectrum As-Shari'ah Maqashid: Study of Al-Syatibi Thinking in the Book of Al-Muwafaqat. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *8*(1). https://doi.org/10.31332/lifalah.v8i1.2786

Kemenag, K. A. R. I. (2017). *Al-Qur'an dan Terjemahan*.

Makhmudah, S. (2017). MAKNA RITUAL ISTIGHOSAH YAMISDA BAGI MASYARAKAT ISLAM (Studi Kasus di Makam Syekh Ihsan Bin Muhammad Dahlan Desa Putih Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri). *Seminar Nasional & Temu Ilmiah Jaringan Peneliti IAI Darissalam Blokagung Banyuwangi*. https://doi.org/https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/proceeding/article/view/136

Menne, F. (2017). *Nilai-nilai Spiritual dalam Entitas Bisnis Syariah*. Celebes Media Perkasa.

Muthmainnah Choliq, Sekar Budhi Agustian, Faradiva Azizah, & Naila Ayu Saphira. (2025). Penerapan Konsep Zero Mind Process dalam pembelajaran bagi Guru : Tinjauan Perspektif Islam. *PIJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, *3*(3), 296–310. https://doi.org/10.58540/pijar.v3i3.982

Prazeres, V. M. C. E., Ferreira, F. A. F., Ferreira, N. C. M. Q. F., Ferreira, J. J. M., & Meidutė-Kavaliauskienė, I. (2024). "Who Comes Next?": Planning and Managing Sustainable Initiatives that Facilitate Family Business Succession. *Journal of Family and Economic Issues*, *0123456789*. https://doi.org/10.1007/s10834-024-09983-7

Putri, H. J., & Murhayati, S. (2022). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, *9*(01), 1–6. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/27063/18482

Putri, Y. S. (2016). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. PLN Persero Area Klaten. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi 13*, *13*, 88–97. https://doi.org/https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/13416

Rofiullah, A. H. (2025). Pengembangan Ekonomi Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah di Era Ekonomi Digital. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, *7*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.59636/saujana.v7i2.295

S, D., & B, P. (2025). "the Role of Non-Monetary Recognition in Enhancing Employee Motivation." *Journal of Advance Research in Business, Management and Accounting (ISSN: 2456-3544)*, *11*(1), 14–23. https://doi.org/10.61841/hdaw0n78

Setiawan, T. (2025). Knowledge Sharing as a Mediator Between Self-Leadership and Innovation in Manufacturing Employees. *… Journal of Social and*

Management Studies, *05*(02). https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/471%0Ahttps://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/download/471/333

Soulisa, M. S. (2018). Religiusitas Masyarakat Islam Pesisir: Studi tentang Perilaku Religi Masyarakat Hena Lima Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Dakwah*, *19*(2), 169–189. https://doi.org/10.14421/jd.2018.19204

Suryani, S., & Kurniawati, D. (2024). Nilai-Nilai Islam Dalam Bisnis Dan Manajemen. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, *7*(November), 813–824.

Trimulato. (2017). Urgensi Penerapan Calestial Management Bagi Peningkatan Kualitas SDM Pada IKNB Syariah. *Jurnal Ekonomi*, *22*(3), 336–350. https://doi.org/10.24912/je.v22i3.287

Wang, G., Mansor, Z. D., & Leong, Y. C. (2024). Unlocking digital performance: exploring the mediating role of employee competitive attitudes, behaviors, and dynamic capabilities in Chinese SMEs under high-involvement human resource management practice. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *13*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-024-00395-3

Wardah, I., Istifadhoh, N., & Saidatur Rolianah, W. (2021). Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Haji Kspps Mitra Usaha Ideal Jawa Timur Cabang Sekapuk Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *6*(1). https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30736/jesa.v6i1.110

Wardani, A., Zulhikam, A., Agustan, Amir, S. A., & Siradjuddin. (2024). *Pengelolaan Sumber Daya Insani yang Profesional Melalui*. *6*(1).

Wibowo, C. T. (2017). Analisis Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ) Dan Kecerdasan Spiritual (SQ) Pada Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *15*(1), 1. https://doi.org/10.20961/jbm.v15i1.4108

Yu, X. bao. (2021). The Fundamental Elements of Strategy : Concepts, Theories and Cases. In *Management for Professionals*. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4713-7_1

.