



SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah
Volume 8 Nomor 2, Desember 2025
p-ISSN 2654-3923
e-ISSN 2621-6051

Analisis Pengaruh Revitalisasi Kedai Kopi Terhadap Pendapatan Penjual Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kedai Kopi *Basecamp* Kota Bima)

Hanif Nahwan¹, Rafiuddin², Muhammad Zia Ulhaq³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Bima, Kota Bima

e-mail: hanifnahwan86@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* di Kota Bima terhadap pendapatan penjual kopi dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang didukung data kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik, karyawan, dan pelanggan terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi berupa perbaikan fasilitas, peningkatan kualitas pelayanan, dan strategi pemasaran digital berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan penjual kopi. Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik usaha yang diterapkan pasca-revitalisasi selaras dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan (*al-'adl*), kerja sama (*ta'awun*), serta etika bisnis yang mendorong keberkahan dalam pendapatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa revitalisasi usaha berbasis nilai Islam memberikan dampak sosial ekonomi yang signifikan, meskipun temuan masih terbatas pada satu objek penelitian dan memerlukan kajian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas.

Kata Kunci: Revitalisasi, Kedai Kopi, Pendapatan, Ekonomi Islam, Kota Bima

PENDAHULUAN

Perekonomian pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang mencakup aktivitas konsumsi dan produksi yang saling berkaitan dalam suatu wilayah atau negara (Alviyanti, 2022). Salah satu elemen penting dalam sistem ini adalah sektor perdagangan, yang berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi melalui perputaran barang dan jasa (Ranggayoni, 2023). Perdagangan memiliki peran strategis tidak hanya dalam meningkatkan pendapatan produsen, tetapi juga dalam menjamin kepentingan konsumen, memperluas lapangan kerja, meningkatkan devisa negara, dan menciptakan pemerataan kesempatan berusaha (Sendayu, 2024).

Dalam sistem ekonomi Islam, perdagangan bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga merupakan bagian dari ibadah dan upaya dalam mencari karunia dari Allah SWT. Islam memberikan kedudukan yang mulia terhadap profesi berdagang, sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 198: "*Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu*" (Q.S. Al-Baqarah: 198). Ayat ini menegaskan bahwa aktivitas ekonomi seperti berdagang dan bekerja untuk memperoleh rezeki sejatinya adalah upaya mencari keberkahan dari Allah SWT. Dengan kesadaran ini, seorang pelaku usaha seharusnya memaknai aktivitas dagangnya sebagai bagian dari ibadah, dan senantiasa menjalankannya dengan penuh integritas, kejujuran, serta menghindari praktik-praktik yang

dilarang dalam Islam seperti riba, gharar, dan eksploitasi.

Seiring berkembangnya peradaban dan arus globalisasi, pola konsumsi masyarakat pun mengalami perubahan signifikan. Gaya hidup modern yang berasal dari pengaruh budaya luar, seperti dari Amerika dan Eropa, telah memengaruhi preferensi masyarakat Indonesia, termasuk dalam hal makanan dan minuman (Arraniri, 2023). Salah satu contoh konkret adalah perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi kopi. Dahulu, kopi hanya dikonsumsi secara sederhana di rumah, namun kini telah menjadi bagian dari gaya hidup urban dan disajikan dalam berbagai bentuk di kedai-kedai modern dengan suasana yang nyaman dan atraktif. Kopi sebagai komoditas global ditanam di lebih dari 50 negara, dengan dua varietas paling populer yaitu Coffee arabica dan *Coffee canephora* (robusta).

Di Indonesia, budaya minum kopi telah menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat, baik di kalangan elite maupun kelas menengah ke bawah (Maduriany, 2025). Aktivitas minum kopi tidak lagi terbatas pada ruang privat, tetapi telah berpindah ke ruang publik seperti warung, kedai, dan gerai kopi modern. Hal ini membuka peluang usaha baru yang potensial bagi pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner. Di Kota Bima, khususnya di Kecamatan Rasanae Barat, fenomena berkembangnya kedai kopi menjadi hal yang menarik untuk diamati. Kedai-kedai kopi bermunculan dengan konsep beragam, mulai dari yang sederhana hingga yang berkelas, dan

telah menjadi salah satu penggerak ekonomi lokal. Tidak hanya memberikan alternatif tempat bersantai, keberadaan kedai kopi juga menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang adalah penggunaan *container box* sebagai alternatif bangunan kedai, yang lebih efisien dari segi lahan dan biaya, sekaligus menunjukkan transformasi bentuk dan manajemen usaha kedai kopi. Namun, di tengah pertumbuhan ini, muncul pula tantangan baru berupa persaingan antar pelaku usaha. Seorang pemilik kedai kopi lama di *Basecamp* menyampaikan keluhannya mengenai penurunan omzet yang signifikan akibat hadirnya banyak kedai baru di sekitar wilayahnya. Padahal, sebelumnya kedai miliknya cukup populer dan memiliki basis pelanggan yang loyal.

Dalam kondisi demikian, diperlukan upaya strategis untuk mengatasi penurunan performa usaha melalui perencanaan pemasaran dan pembenahan menyeluruh. Strategi pemasaran dalam hal ini tidak hanya sebatas promosi produk, tetapi mencakup aspek manajerial, perbaikan fisik kedai, peningkatan pelayanan, serta pengembangan konsep bisnis yang sesuai dengan tren konsumen. Dalam hal ini, revitalisasi menjadi pendekatan yang relevan. Revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* mencakup renovasi bangunan, peningkatan tata kelola manajemen, serta pengembangan menu dan suasana yang lebih menarik dan nyaman bagi pelanggan. Diharapkan melalui proses ini, daya saing usaha meningkat dan dapat

memberikan dampak positif terhadap pendapatan penjual.

Penelitian ini dapat diperkuat dengan menyebutkan bahwa kajian sebelumnya tentang usaha kopi dan ekonomi Islam umumnya belum secara spesifik menyoroti dampak revitalisasi fisik-manajerial kedai kopi terhadap pendapatan pada konteks UMKM kedai kopi di daerah seperti Kota Bima. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan usaha kopi berbasis nilai Islam berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan pelaku usaha. Chelsea (2025), misalnya, mengkaji pemberdayaan ekonomi pesantren melalui usaha kopi dan menemukan bahwa unit usaha kopi mampu menjadi sumber pendapatan berkelanjutan sekaligus media pelatihan kewirausahaan santri. Ramadayanti (2022) meneliti strategi pengembangan coffee shop Breaktime di Banda Aceh dalam perspektif ekonomi Islam dan menunjukkan bahwa penyesuaian strategi bisnis, termasuk penguatan promosi dan perbaikan fasilitas, berdampak pada peningkatan kesejahteraan karyawan. Penelitian lain oleh peneliti di Malang menemukan bahwa penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam pada sebuah coffee shop berkontribusi pada keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang ketat.

Namun, studi-studi tersebut umumnya berfokus pada aspek pemberdayaan ekonomi, strategi pengembangan usaha, atau implementasi etika bisnis Islam secara umum, tanpa secara khusus mengkaji program

revitalisasi kedai kopi tertentu dan dampaknya terhadap pendapatan penjual dalam konteks UMKM kedai kopi di kota kecil seperti Bima. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara mendalam bagaimana revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp*—yang meliputi perbaikan fasilitas, pelayanan, dan strategi pemasaran—berpengaruh terhadap pendapatan penjual kopi sekaligus ditinjau dari kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Selain itu, penelitian ini dibatasi pada satu objek kedai dan jumlah informan tertentu, sehingga hasilnya lebih bersifat kontekstual dan membuka ruang bagi penelitian lanjutan dengan cakupan kedai kopi dan wilayah yang lebih luas.

Dalam perspektif ekonomi Islam, revitalisasi usaha perlu dilakukan dengan tetap menjaga prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya. Keberhasilan revitalisasi tidak hanya diukur dari peningkatan omzet semata, tetapi juga dari sejauh mana usaha tersebut mampu mempertahankan etika bisnis Islam, memberikan kemanfaatan sosial, serta mencerminkan nilai-nilai keberkahan dalam aktivitas ekonominya. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* terhadap pendapatan penjual kopi, serta meninjau kesesuaian pelaksanaannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur ekonomi syariah, khususnya dalam bidang usaha mikro di sektor kuliner berbasis nilai Islam.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*) yang dilakukan secara langsung di lokasi Kedai Kopi *Basecamp*, Kecamatan Rasanae Barat, Kota Bima. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dampak revitalisasi kedai kopi terhadap pendapatan penjual dalam perspektif ekonomi Islam (Sari *et al.*, 2022). Data diperoleh melalui observasi terhadap aktivitas kedai, wawancara dengan pemilik, penjual kopi, dan pelanggan, serta dokumentasi berupa foto, catatan keuangan, dan media promosi. Populasi penelitian mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas Kedai Kopi *Basecamp* (pemilik, karyawan, dan pelanggan), sementara sampel penelitian berjumlah 12 orang yang terdiri atas 1 pemilik, 3 barista/karyawan, dan 8 pelanggan tetap yang dipilih secara purposive karena dianggap paling memahami kondisi sebelum dan sesudah revitalisasi.. Teknik analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara induktif (Hasan *et al.*, 2025). Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi (Roosinda *et al.*, 2021). Metode ini dipilih untuk memperoleh gambaran utuh dan objektif mengenai praktik usaha kedai kopi yang berkembang, serta nilai-nilai ekonomi Islam yang terkandung di dalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi *Basecamp* yang berlokasi di Jl. Soekarno-Hatta, Kelurahan Dara, Kecamatan Rasanae Barat, Kota Bima. Kedai ini merupakan salah satu tempat tongkrongan yang cukup populer di kalangan anak muda, mahasiswa, pekerja lepas, hingga komunitas kreatif di Kota Bima. Terletak di kawasan strategis dan mudah diakses, kedai ini mengalami pertumbuhan signifikan dari waktu ke waktu, terutama setelah dilakukan berbagai program revitalisasi baik dari sisi fisik, pelayanan, maupun konsep usaha. Pemilihan lokasi ini didasarkan

pada pertimbangan bahwa Kedai Kopi *Basecamp* menjadi representasi usaha mikro yang mengalami transformasi bisnis secara berkelanjutan. Revitalisasi yang dilakukan tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga berimplikasi pada peningkatan pendapatan serta adaptasi nilai-nilai ekonomi Islam seperti kejujuran, transparansi, dan keberkahan dalam usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana proses revitalisasi dijalankan, dampaknya terhadap pendapatan, dan bagaimana kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.



Gambar 1. Dampak revitalisasi kedai kopi *Basecamp*

Program Revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp*

Revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* merupakan suatu langkah strategis dan adaptif yang diambil oleh pemilik kedai dalam menghadapi dinamika pasar serta perubahan preferensi konsumen di tengah persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat di Kota Bima. Kedai kopi, yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai tempat bersantai, kini harus mampu menawarkan nilai lebih bagi konsumen

baik dari sisi kenyamanan, estetika, maupun kualitas layanan. Oleh karena itu, pemilik *Basecamp* merancang dan mengimplementasikan program revitalisasi secara bertahap dan terstruktur dengan pendekatan multidimensional yang mencakup aspek fisik dan non-fisik.

Dari sisi fisik, revitalisasi ditunjukkan melalui transformasi desain dan tata letak ruang yang lebih terbuka, ventilatif, dan bersifat inklusif. Interior

kedai dirancang dengan gaya modern minimalis yang dipadukan dengan ornamen seni lokal khas Bima, sehingga mampu menghadirkan nuansa kultural yang hangat dan mengakar. Penggunaan pencahayaan yang hangat, pemilihan furnitur yang ergonomis, serta penataan elemen visual lainnya menciptakan atmosfer yang nyaman bagi pengunjung untuk berlama-lama. Fasilitas umum juga turut diperbaiki dan ditingkatkan, seperti tersedianya koneksi *Wi-Fi* gratis berkecepatan tinggi, penambahan area outdoor yang asri dan fotogenik, peningkatan kualitas sanitasi dan kebersihan ruang, serta pengelolaan sampah yang lebih ramah lingkungan.

Sementara itu, aspek non-fisik revitalisasi menyentuh pada dimensi pelayanan, manajemen, dan inovasi produk. Pemilik dan tim kedai menjalani pelatihan layanan pelanggan agar mampu membangun interaksi yang ramah dan profesional dengan konsumen. Kualitas bahan baku, khususnya biji kopi, mengalami peningkatan dengan menggandeng petani kopi lokal yang menerapkan metode pertanian organik dan berkelanjutan. Menu yang ditawarkan pun mengalami diversifikasi, menggabungkan cita rasa tradisional dengan inovasi modern yang menyesuaikan selera generasi muda dan wisatawan. Strategi promosi menjadi aspek krusial dalam revitalisasi ini. Jika sebelumnya pemasaran hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, kini promosi berbasis digital menjadi ujung tombak pemasaran, khususnya melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Konten

visual yang dipublikasikan menampilkan keunikan rasa kopi, suasana kedai yang instagramable, serta narasi budaya lokal yang dibangun secara konsisten untuk membentuk citra merek yang kuat. (Tia 2022) Pendekatan ini berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, terutama kalangan milenial dan pelancong yang mengutamakan pengalaman.

Tidak kalah penting, sistem manajemen kedai juga mengalami transformasi menuju pengelolaan yang lebih profesional. Penggunaan teknologi digital untuk pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan sistem reservasi menjadi bagian dari upaya efisiensi dan akurasi operasional. Hubungan dengan pelanggan dikelola dengan pendekatan berbasis komunitas, di mana pelanggan merasa menjadi bagian dari ruang interaksi yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga menyajikan pengalaman sosial, diskusi budaya, dan ruang kreatif bagi berbagai kegiatan komunitas lokal. Secara keseluruhan, revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* tidak hanya berfokus pada aspek visual atau fasilitas semata, melainkan mencerminkan transformasi menyeluruh terhadap model bisnis kedai kopi itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa kedai kopi dapat berperan sebagai ruang ekonomi kreatif dan pemberdayaan sosial, selaras dengan perkembangan industri gaya hidup urban yang makin terintegrasi dengan teknologi dan budaya lokal (Khalimatussa'diyah 2022). Revitalisasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga memperkuat identitas lokal serta memperluas

kontribusinya dalam pembangunan ekonomi mikro yang berkelanjutan.

Pengaruh Revitalisasi terhadap Pendapatan Kedai Kopi *Basecamp*

Revitalisasi yang dilakukan oleh manajemen Kedai Kopi *Basecamp* terbukti berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan. Dari hasil wawancara dengan pemilik dan peninjauan dokumentasi keuangan sebelum dan sesudah revitalisasi, ditemukan adanya tren peningkatan pengunjung serta peningkatan omzet harian secara signifikan. Sebelum revitalisasi, rata-rata omzet harian berkisar antara Rp300.000 hingga Rp500.000 per hari. Namun setelah revitalisasi, pendapatan meningkat menjadi sekitar Rp800.000 hingga Rp1.200.000 per hari, tergantung pada hari dan musim tertentu. Peningkatan pendapatan ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor. Pertama, adanya kenyamanan dan suasana baru yang ditawarkan kedai menarik segmen pelanggan yang lebih luas, termasuk pelajar, mahasiswa, pekerja kreatif, dan bahkan wisatawan domestik. Kedua, strategi digital marketing yang diterapkan berhasil menjangkau audiens yang lebih besar melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Ketiga, loyalitas pelanggan meningkat karena konsistensi pelayanan dan kualitas produk. Dari perspektif ekonomi mikro, revitalisasi kedai kopi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menumbuhkan nilai tambah yang tercermin dalam peningkatan daya beli pelanggan terhadap produk yang ditawarkan (Putri 2023). Dengan

demikian, revitalisasi bukan sekadar perubahan estetika, tetapi juga strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan kinerja ekonomi.

Program Revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, revitalisasi kedai kopi *Basecamp* dapat dikaji melalui prinsip-prinsip seperti keadilan (*'adl*), kemaslahatan (*Maslahah*), transparansi, serta larangan terhadap praktik ekonomi yang tidak etis (Indo 2022). Berdasarkan data di lapangan, praktik bisnis yang diterapkan pasca-revitalisasi menunjukkan upaya yang sejalan dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Pertama, aspek keadilan terlihat dari penerapan sistem upah yang wajar kepada karyawan serta pembagian tanggung jawab kerja secara adil dan proporsional. Pemilik juga memastikan bahwa semua transaksi dilakukan secara jujur dan terbuka, termasuk dalam penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima konsumen. Kedua, konsep *Maslahah* tercermin dari dampak positif revitalisasi terhadap masyarakat sekitar.

Kedai kopi *Basecamp* memberikan kontribusi sosial melalui pemberdayaan tenaga kerja lokal, penggunaan bahan baku dari petani kopi lokal, serta penyediaan ruang bagi komunitas kreatif dan diskusi intelektual. Hal ini mencerminkan bahwa kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga menciptakan nilai sosial yang lebih luas. Ketiga, dari segi etika bisnis, kedai ini menghindari praktik-praktik yang

merugikan konsumen, seperti manipulasi informasi atau spekulasi harga. Praktik bisnis ini sesuai dengan nilai *Shiddiq* (kejujuran) dan *amanah* (dapat dipercaya) dalam Islam (ANITA 2022). Revitalisasi dilakukan dengan mempertimbangkan keberkahan usaha, bukan semata-mata profit, sebagaimana diajarkan dalam prinsip *al-kasb al-thayyib* (penghasilan yang baik dan halal). Dengan demikian, revitalisasi kedai kopi *Basecamp* tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi semata, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik usaha yang etis, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting, baik secara praktis maupun akademik. Secara praktis, revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* menunjukkan bahwa pengembangan usaha mikro berbasis kreativitas, inovasi, dan nilai-nilai kultural dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha secara signifikan. Hal ini menjadi bukti bahwa sektor UMKM, khususnya kedai kopi, memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal apabila dikelola dengan strategi yang adaptif terhadap selera pasar dan tren sosial, seperti konsep *cozy place*, *live music*, atau komunitas literasi. Dari sisi ekonomi Islam, temuan ini menegaskan bahwa revitalisasi usaha yang berlandaskan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, transparansi, pelayanan yang adil, dan kemanfaatan sosial, tidak hanya mendorong peningkatan pendapatan tetapi juga memberikan keberkahan dan keberlanjutan usaha (Satira 2022).

Konsep Masalah atau kemanfaatan umum terlihat dalam bagaimana kedai ini menjadi ruang interaksi sosial, dakwah kultural, dan penguatan ekonomi umat secara inklusif. Secara akademik, penelitian ini dapat menjadi rujukan awal bagi kajian-kajian serupa yang meneliti UMKM dalam bingkai ekonomi Islam. Selain itu, penelitian ini mendorong pentingnya integrasi antara pendekatan ekonomi modern dan nilai-nilai keislaman dalam praktik bisnis sehari-hari, khususnya di sektor informal dan komunitas perkotaan. Penelitian ini juga membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut terkait indikator keberhasilan usaha dalam perspektif maqasid syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program revitalisasi Kedai Kopi *Basecamp* di Kota Bima telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan penjual kopi. Revitalisasi yang dilakukan mencakup perbaikan infrastruktur, peningkatan kualitas pelayanan, penambahan fasilitas penunjang, serta penguatan citra kedai sebagai ruang publik berbasis komunitas. Perubahan tersebut menjadikan *Basecamp* tidak hanya sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, pertukaran ide, dan kegiatan budaya. Pengaruh revitalisasi terhadap pendapatan terlihat dari meningkatnya jumlah pengunjung, diversifikasi menu, serta tumbuhnya loyalitas konsumen. Secara kuantitatif, pendapatan mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan sebelum

revitalisasi. Secara kualitatif, para pelaku usaha merasakan adanya perubahan dalam pola konsumsi masyarakat yang lebih menghargai suasana, kenyamanan, dan nilai tambah sosial dari sebuah usaha. Dalam perspektif ekonomi Islam, revitalisasi ini mencerminkan praktik usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran dalam pelayanan, transparansi harga, keadilan dalam relasi kerja, serta adanya nilai kebermanfaatan sosial (*Maslahah*). Revitalisasi yang tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memberikan ruang bagi nilai-nilai spiritual dan sosial, merupakan bentuk aktualisasi dari konsep ekonomi Islam yang holistik.

Sebagai saran, pertama, pemilik kedai disarankan untuk terus mengembangkan inovasi produk dan layanan, khususnya dengan memperkuat pemanfaatan media digital dan kerja sama dengan pemasok lokal agar keberlanjutan usaha dan keberkahan pendapatan tetap terjaga. Kedua, pemerintah daerah dan lembaga terkait dapat menjadikan model revitalisasi ini sebagai rujukan dalam program pendampingan UMKM, terutama di sektor kuliner dan kedai kopi berbasis nilai-nilai ekonomi Islam. Ketiga, peneliti selanjutnya dapat memperluas objek kajian ke beberapa kedai kopi lain di Kota Bima atau wilayah berbeda, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji secara lebih luas pengaruh revitalisasi terhadap kinerja usaha dalam perspektif maqasid syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Alviyanti, K. (n.d.). *Dampak relokasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang di Pasar Seng Bumiayu Kabupaten Brebes* [Skripsi tidak dipublikasikan].
- Anita, S. (2022). *Pengaruh strategi penetapan harga dan kualitas pelayanan di Kedai Kopi Kini terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam* [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].
- Arraniri, R. (2023). *Dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang Pasar Seutui Banda Aceh* [Skripsi, UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam].
- Chelsea, A. (2025). *Pemberdayaan ekonomi pesantren melalui usaha kopi* [Skripsi, UIN ...].
- Hasan, H., Bora, D. A., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., Dewi, P. M., Asroni, A., Yunesman, & Merjani, A. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Indo, L. (2022). *Pengaruh fluktuasi harga kopi terhadap daya beli masyarakat desa menurut perspektif ekonomi Islam (Studi empiris pada Desa Muara Dua Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
- Khalimatussa'diyah, A. (2022). *Pengaruh revitalisasi pasar tradisional terhadap kesejahteraan pedagang di Kecamatan Sabang Selatan Kabupaten Luwu Utara* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo].

- Maduriyani, I. (2025). *Potensi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi pedagang: Studi kasus Pasar Hutatonga Kecamatan Angkola Muaratais* [Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan].
- Putri, W. M. D. (2023). *Pengaruh revitalisasi pasar tradisional di Pasar Prawirotaman Yogyakarta terhadap kesejahteraan pedagang dan pembeli serta peningkatan penerimaan daerah* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].
- Ramadayanti, R. (2022). *Strategi pengembangan Breaktime Coffee Shop Banda Aceh dalam meningkatkan kesejahteraan ditinjau dalam ekonomi Islam* [Skripsi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh].
- Ranggayoni, S. (2023). *Peran pasar tradisional dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang menurut perspektif ekonomi Islam (Studi pada Pasar Ulee Kareng di Kota Banda Aceh)* [Skripsi, UIN Ar-Raniry].
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, Astiti, K. A., Hikmah, & Fasa. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Satira, S. (2022). *Analisis perilaku konsumtif pemuda Muslim terhadap eksistensi warung kopi dalam perspektif ekonomi Islam (Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)* [Skripsi, UIN Ar-Raniry].
- Sendayu, D. I. A. (2024). *Pengaruh modal dan harga terhadap pendapatan pedagang pasar di Koto Kampar Hulu perspektif ekonomi syariah* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Tia, J. (2022). *Analisis penetapan nilai harga jual terhadap tingkat pendapatan petani sawit dalam perspektif ekonomi Islam (Studi pada Kelompok Usaha Bersama Bumi Agung Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Way Kanan)* [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].