

STRATEGI *MARKETING MIX* USAHA MINUMAN KESEHATAN

DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA PASCA COVID-19

PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH*

**(Studi Kasus Usaha Minuman Sehat Yogawa Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu
Kabupaten Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

LUTFIA FATICCHATUL MUNA

9313.235.18

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI *MARKETING MIX* USAHA MINUMAN KESEHATAN
DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA PASCA COVID-19
PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH***

**(Studi Kasus Usaha Minuman Sehat Yogawa Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu
Kabupaten Kediri)**

Ditulis Oleh:

**Lutfia Fatichatul Muna
9313.235.18**

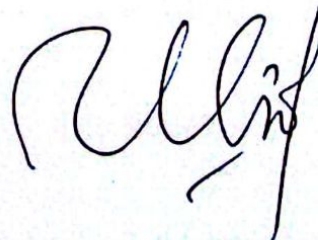
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI
NIP. 19760708 200604 1 004**

Pembimbing II



**Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd
NIDN. 2007048203**

NOTA DINAS

Kediri, 22 Juni 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Lutfia Fatichatul Muna
NIM : 931323518
Judul : Strategi *Marketing Mix* Usaha Minuman Kesehatan
Dalam Mempertahankan Usaha Pasca Covid-19
Perspektif *Marketing Syariah* (Studi Kasus Minuman
Sehat Yogawa Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu
Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian
akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang
Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I



Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI
NIP. 19760708 200604 1 004

Pembimbing II



Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd
NIDN. 2007048203

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 1 Agustus 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Lutfia Fatichatul Muna
NIM : 931323518
Judul : Strategi *Marketing Mix* Usaha Minuman Kesehatan
Dalam Mempertahankan Usaha Pasca Covid-19
Perspektif *Marketing Syariah* (Studi Kasus Minuman
Sehat Yogawa Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu
Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan
petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah
yang dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2023, kami menerima dan
menyetujui hasil perbaikannya.

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang
Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan
terima kasih.

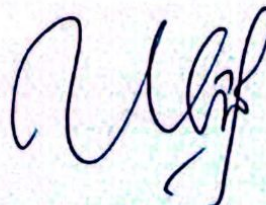
Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I



Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI
NIP. 19760708 200604 1 004

Pembimbing II



Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd
NIDN. 2007048203

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI *MARKETING MIX* USAHA MINUMAN KESEHATAN
DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA PASCA COVID-19
PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH***

**(Studi Kasus Usaha Minuman Sehat Yogawa Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu
Kabupaten Kediri)**

**LUTFIA FATICCHATUL MUNA
NIM. 931323518**

Telah diujikan di depan sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 18 Juli 2023

Tim Penguji

- 1. Penguji Utama**
Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI
NIP. 198408152018012001
- 2. Penguji I**
Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI
NIP. 197607082006041004
- 3. Penguji II**
Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd
NIDN. 2007048203

(.....)
(.....)
(.....)

Kediri, 1 Agustus 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.HI.
NIP. 19750101199801002

MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”
(Q.S Ar-Rahman: 13)

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”
(HR. Thabrani dan Daruquthni)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah yang diberikan. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan rasa syukur yang mendalam saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Amirudin dan Ibu Miftahurrohmah yang selalu membimbing dan mendo'akan anak-anaknya dengan penuh ketulusan dan kesabaran yang tak mengenal lelah demi kebaikan putrinya di masa depan.
2. Teruntuk Ibu Sri Astutik selaku pemilik usaha minuman sehat instan Yogawa;
3. Teruntuk saudaraku dan iparku Mas Zaka, Mbak Lia, Fahmi, Mbak Lilis, dan Mas Muslih.
4. Teruntuk teman-temanku semua yang tidak cukup apabila di tulis satu-persatu; terima kasih sudah menjadi bagian *support system* dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

ABSTRAK

LUTFIA FATICCHATUL MUNA, Dosen Pembimbing Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI dan Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd. Strategi *Marketing Mix* Usaha Minuman Kesehatan Dalam Mempertahankan Usaha Pasca Covid-19 Perspektif *Marketing Syariah* (Studi Kasus Minuman Sehat Yogawa Desa Sidomulyo Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri), Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2023.

Kata Kunci: Strategi *Marketing Mix*, Minuman Kesehatan, Mempertahankan Usaha, *Marketing Syariah*

Dunia bisnis yang saat ini bersifat dinamis dan penuh dalam persaingan, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi yang tepat dimana pengetahuan *marketing mix* sangatlah diperlukan dalam upaya mempertahankan usaha produk yang dihasilkan. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu penjualan produk minuman sehat Yogawa pasca Covid-19 meningkat drastis. Maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa bagaimana strategi *marketing mix* minuman kesehatan Yogawa dalam mempertahankan usaha pasca Covid-19 dan bagaimana strategi *marketing mix* minuman kesehatan Yogawa dalam mempertahankan usaha pasca Covid-19 dalam perspektif *marketing syariah*.

Ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer yaitu hasil wawancara dengan pemilik usaha, *reseller*, dan konsumen, sedangkan data sekunder dari hasil dokumentasi. Peneliti menganalisis data melalui tiga tahap yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Strategi *marketing mix* dalam mempertahankan usaha pasca Covid-19 pada minuman sehat Yogawa yaitu dari segi produk, selalu memberikan kualitas yang baik tanpa adanya tambahan bahan kimia apapun dan menambah varian produk dan bentuk kemasan yaitu produk kencur instan, produk tanpa gula, produk sari buah nanas dan sirsak serta kemasan kantong. Dari segi harga, minuman sehat Yogawa menetapkan harga yang terjangkau dengan menyesuaikan target pasar. Dari segi tempat/saluran distribusi pada minuman sehat Yogawa dapat dilakukan secara *offline* maupun *online* dan tersedia di beberapa swalayan / pusat oleh-oleh yang ada di Kediri. Dan dari segi promosi, dilakukan dengan mengikuti beberapa pameran di beberapa daerah dan memanfaatkan media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, dan tik tok sebagai media promosinya. Akan tetapi dalam pelaksanaannya belum dilakukan secara maksimal dan beberapa akun masih tercampur dengan akun pribadi. Sehingga belum mampu meningkatkan volume penjualan secara maksimal. 2) Strategi *marketing mix* minuman sehat Yogawa dalam mempertahankan usaha pasca Covid-19 perspektif *marketing syariah* secara keseluruhan sudah sesuai dengan karakteristik *marketing syariah* yang terdiri dari *rabbaniyah*, *akhlaqiyyah*, *al-waqi'iyah*, dan *al-insaniyyah*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu dari persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Amirudin dan Ibu Miftahurrohmah yang selalu mendo'akan, meridhoi, dan melimpahkan kasih sayangnya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
2. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag. selaku Rektor IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
4. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I., M. Hum selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
5. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., MEI selaku Dosen Pembimbing I, yang senantiasa memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Ibu Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II, yang telah mendukung serta membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Kediri yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama perkuliahan kepada peneliti.

Dengan ini, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini akan diterima dengan tangan terbuka.

Kediri, 21 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
NOTA DINAS	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu	10
BAB II	14
LANDASAN TEORI	14
A. Konsep Marketing Mix	14
B. Minuman Kesehatan	18
C. Mempertahankan Usaha.....	19
D. Covid-19	20
E. Marketing Syariah	20
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
B. Kehadiran Peneliti	25

C. Lokasi Penelitian.....	26
D. Sumber Data.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Instrumen Pengumpulan Data	27
G. Pengecekan Keabsahan Data	28
H. Teknik Analisis Data.....	29
I. Tahap-Tahap Penelitian.....	30
BAB IV	31
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	31
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	31
B. Paparan Data.....	34
C. Temuan Penelitian	53
BAB V	55
PEMBAHASAN.....	55
A. Strategi <i>Marketing Mix</i> Usaha Minuman Sehat Yogawa dalam Mempertahankan Usaha Pasca Pandemi Covid-19	55
B. Strategi <i>Marketing Mix</i> Usaha Minuman Sehat Yogawa dalam Mempertahankan Usaha Pasca Covid-19 Perspektif Marketing Syariah.....	62
BAB VI	70
PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Produsen Minuman Kesehatan Kabupaten Kediri 2022.....	3
Tabel 1.2 Data Pembanding Produsen Minuman Kesehatan Kabupaten Kediri 2022.....	3
Tabel 1.3 Data Penjualan Minuman Kesehatan Yogawa Tahun 2018 – 2023.....	6
Tabel 4.1 Varian Produk dan Kemasan Minuman Sehat Yogawa sebelum Pandemi Covid-19	35
Tabel 4.2 Varian Produk dan Kemasan Minuman Sehat Yogawa Pandemi Covid-19	36
Tabel 4.3 Varian Produk dan Kemasan Minuman Sehat Yogawa Pasca Pandemi Covid-19	38
Tabel 4.4 Daftar Harga Minuman Sehat Yogawa sebelum Pandemi Covid-19.....	42
Tabel 4.5 Daftar Harga Minuman Sehat Yogawa Pandemi Covid-19	43
Tabel 4.6 Daftar Harga Minuman Sehat Yogawa Pasca Pandemi Covid-19	45
Tabel 4.7 Data Penjualan Produk Minuman Sehat Yogawa Tahun 2018 – 2023	52
Tabel 4.8 Data Penjualan Produk Minuman Sehat Yogawa Tahun 2018 – 2023	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Usaha	33
Gambar 4.2 Bahan Baku Minuman Sehat Yogawa	39
Gambar 4.3 Produk Yogawa Lolos Kurasi Kategori Produk Herbal	40
Gambar 4.4 Akun Media Sosial Minuman Sehat Yogawa	51
Gambar 4.5 Grafik Penjualan Minuman Sehat Yogawa Tahun 2018 – 2023	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara	75
Lampiran 2 : Surat Izin Observasi	77
Lampiran 3 : Surat Balasan Observasi	79
Lampiran 4 : Hasil Dokumentasi	80
Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup	85