

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PRONGKOL KOPI PADA  
KEDAI DAMONIKOPI KOTA KEDIRI PERSPEKTIF  
MARKETING SYARIAH**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
**Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh:

**YUSTIKA ARIKA SYAHRI**

**931309918**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2024**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PRONGKOL KOPI PADA  
KEDAI DAMONIKOPI KOTA KEDIRI PERSPEKTIF  
MARKETING SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan program sarjana

**Oleh**

**Yustika Arika Syahri**

**931309918**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PRONGKOL KOPI PADA KEDAI  
DAMONIKOPI KOTA KEDIRI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**

Oleh:

**YUSTIKA ARIKA SYAHRI**

931309918

Disetujui Oleh :

**Pembimbing I**



**Nilna Fauza, MHI**  
NIP. 198610242015032003

**Pembimbing II**



**Sri Hariyanti, SHI, MM**  
NIP. 198510032019032006

## NOTA DINAS

Kediri, 27 Februari 2024

Nomor :  
Lampiran : (berkas)  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di

Jln. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Ibu Kepala untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Yustika Arika Syahri  
NIM : 931.309.918  
Judul : Strategi Pemasaran Produk Prongkol Kopi Pada Kedai Damonikopi Kota Kediri Perspektif Marketing Syariah

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

Bersama ini kami melampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan segera diujikan dalam sidang munaqosah.

Demikian agar maklumi dan atas kesediaan Ibu/Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wasalamua'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I**



Nilna Fauza, MHI  
NIP. 198610242015032003

**Pembimbing II**



Sri Hariyanti, SHI, MM  
NIP. 198510032019032006

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 27 Februari 2024

Nomor :  
Lampiran : (berkas)  
Hal : Bimbingan Skripsi  
Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jln. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Ibu Kepala untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Yustika Arika Syahri  
NIM : 931309918  
Judul : Strategi Pemasaran Produk Prongkol Kopi Pada Kedai  
Damonikopi Kota Kediri Perspektif Marketing Syariah

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang telah dilaksanakan pada 20 Februari 2024, kami menerima dan menyetujui perbaikannya.

Bersama ini kami melampirkan berkas naskah skripsinya, dengan dengan harapan segera diujikan dalam sidang munaqosah.

Demikian agar maklumi dan atas kesediaan Ibu/Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wasalamua'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I**

  
Nilna Fauza, MHI  
NIP. 198610242015032003

**Pembimbing II**

  
Sri Hariyanti, SHI, MM  
NIP. 198510032019032006

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PRONGKOL KOPI PADA KEDAI  
DAMONIKOPI KOTA KEDIRI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

Yustika Arika Syahri

931309918

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Kediri pada tanggal 20 Februari 2024

Tim Penguji

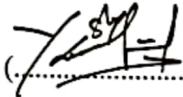
1. Penguji Utama  
Oktaria Ardika Putri, S.Si, MM  
NIP. 19931005201903201

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

2. Penguji I  
Sri Anugrah Natalina, SE, MM  
NIP. 197712252009012006

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

3. Penguji II  
Sri Hariyanti, SHI, MM  
NIP. 198510032019032006

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

Kediri, 27 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri  
  
Annas Mughlihin, MHI  
NIP. 19750101 199803 1 002

## MOTTO

عن جابر قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسل : « المؤمن يألف ويؤلف ، ولا خير  
« فيمن لا يألف، ولا يؤلف، وخير الناس أنفعهم للناس

**“Dari Jabir, Ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi orang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baiknya manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi orang lain.”**

**(HR. Ath-Thabrani)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil‘Alamin, rasa syukur terangkai indah mengalir di lubuk hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan karya sederhana
2. Kedua orang tua Bapak Bin Syahri dan Ibu Rikawati Astutik yang telah mendidik serta memeberikan doa yang tulus tiada hentinya kepada penulis hingga preses pembuatan skripsi ini ,menjadi lancar untuk kesuksesan putrinya di masa depan.
3. Kakak- kakak saya Yuswo Utomo Arika Syahri dan Yuswanda Arika Syahri, serta keluarga dan saudara yang telah memberikan banyak dukungan, motivasi, akomondasi terutama dalam hal doa, serta pengertian untuk menyelesaikan studi.
4. Pemilik kedai Damonikopi Mas Zidni Hasan beserta Istrinya Okki Aliffiana yang telah mendengarkan keluh kesah, memberikan tempat dan membantu dalam pengambilan data.
5. Para karyawan kedai Damonikopi Zuhria, Andre, Felix, Orlen yang telah membantu dan menghibur saya dalam pengambilan data.
6. Teman-teman Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, khususnya Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang sudah berbagi keluh kesah.
7. Azril Fawwaz Jananto yang selalu membantu dan mendengarkan keluh kesah dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Teman-teman saya Silvia Imayanti, Novikha Istiyana, Ulil Maula Arifin yang telah mendengarkan keluh kesah dan membantu mencairkan suasana dikala penat.
9. Adek Shalunna dan Mas Albi yang telah menghibur saya.dengan tingkah lucunya.



## ABSTRAK

YUSTIKA ARIKA SYAHRI, Dosen Pembimbing Nilna Fauza, MHI dan Sri Hariyanti, SHI, MM: Strategi Pemasaran Produk Prongkol Kopi Pada Kedai Damonikopi Perspektif Marketing Syariah, Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2023.

Kata Kunci : Prongkol Kopi, Strategi Pemasaran Produk, dan Marketing Syariah

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang dapat memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan, Kedai Damonikopi tentunya pernah mengalami pasang surut dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut ditandai dengan semakin tingginya persaingan dalam dunia bisnis. Namun, pemilik kedai senantiasa melakukan inovasi dalam menciptakan produk yang unik dan khas yang ada di kedai Damonikopi. Produk unik yang dihasilkan oleh kedai Damonikopi yaitu prongkol kopi. Dengan adanya produk unik kedai Damonikopi tentunya harus konsisten dengan rasa yang dihasilkan. Dalam hal ini peran strategi pemasaran produk sangat diperlukan dengan harapan konsumen tidak beralih. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran produk prongkol kopi pada kedai Damonikopi, dan bagaimana strategi pemasaran produk prongkol kopi pada kedai Damonikopi perspektif marketing syariah.

Penelitian ini dilakukan di Kedai Damonikopi Kota Kediri. Untuk mendapatkan data yang valid, dilakukan dengan beberapa metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul, maka penulis menganalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian, (1) Strategi pemasaran produk prongkol kopi pada kedai Damonikopi mencakup promosi khusus untuk produk tersebut, selain itu juga sebagai berikut: a. Produk, adanya produk yang bervariasi sehingga dapat memberikan pilihan kepada pelanggan sesuai dengan yang mereka butuhkan mulai dari kopi hingga non kopi yang sesuai dengan keinginan pelanggan. b. Harga, sesuai dengan harga pasar dengan pertimbangan yang bertujuan tidak merugikan pelanggan, c. Promosi, pemasaran secara langsung yang dilakukan dengan menawarkan produk prongkol kopi kepada pelanggan secara langsung dengan memberikan penawaran kepada pelanggan yang datang kalau di kedai Damonikopi memiliki kopi yang unik. d. Distribusi, menggunakan distribusi langsung, yaitu dengan mengikuti *event-event* kopi yang dengan harapan dapat mengenalkan kedai Damonikopi ke orang sekitar dan distribusi tidak langsung melalui *review* dari orang-orang yang datang melalui akun media sosial yang mereka punya. (2) Ditinjau *marketing syariah*, kedai Damonikopi sepenuhnya belum sesuai, karena masih ada yang bertentangan dengan etika marketing syariah. Dalam hal menepati janji yang bertentangan pada *marketing syariah* yang dilakukan oleh karyawan kedai Damonikopi yaitu adanya karyawan yang tidak datang tepat waktu sesuai dengan perjanjian awal bukanya kedai.

## **KATA PENGANTAR**

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbilalamin, senantiasa kita panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Atas keterbatasan kemampuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini banyak mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihah, M.HI. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayah, S. Fil.I, M.Hum. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Dosen Pembimbing Nilna Fauza, M.HI dan Sri Hariyanti S.HI, MM yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini telah terselesaikan.
5. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan semangat dan doa serta penuh pengertian selama menyelesaikan studi.
6. Teman-teman mahasiswa di IAIN Kediri dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moril sehingga dapat menyelesaikan studi.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala yang berlipat dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi yang membacanya. Aamiin.

**Kediri, 03 November 2023**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I_PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Penelitian Terdahulu .....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Strategi Pemasaran .....	16
B. Produk .....	19
C. Strategi Produk.....	22
D. Marketing Syariah.....	24
BAB III_METODE PENELITIAN.....	33

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Data dan Sumber Data .....	39
E. Metode Pengumpulan Data .....	40
F. Pengecakan Keabsahan Data.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	45
BAB IV <u>P</u> APARAN DATA.....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
B. Paparan Data .....	57
C. Temuan Penelitian.....	87
BAB V PEMBAHASAN .....	92
A. Strategi Pemasaran Produk Prongkol Kopi pada Kedai Damonikopi Kota Kediri.....	92
B. Strategi Pemasaran Produk Prongkol Kopi pada Kedai Damonikopi Kota Kediri Perspektif Marketing Syariah.....	107
BAB VI <u>P</u> ENUTUP .....	121
A. Kesimpulan .....	121
B. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	124
LAMPIRAN.....	126

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1: Daftar Kedai Kopi di Kota Kediri.....</b>	<b>4</b>
<b>Tabel 4.1: Daftar Menu di Kedai Damonikopi.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.2 : Perbandingan Harga .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1: Struktur Organisasi Kedai Damonikopi Kota Kediri.....</b>	<b>33</b>
--	-----------

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Wawancara.....</b>	<b>95</b>
<b>Lampiran 2: Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik, Karyawan, pelanggan, dan Dokumentasi Prongkol kopi.....</b>	<b>99</b>
<b>Lampiran 3: Permohonan Surat Izin Riset Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.....</b>	<b>102</b>