

**STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITS
DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH
(Studi Kasus Dusun Mantenank Kecamatan Udanawu Blitar)**

SKRIPSI

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



Oleh :

**ALFI MA'RIFATUL JANAH
NIM : 9313.140.13**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

**STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITS
DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH
(Studi Kasus Dusun Manten Kecamatan Udanawu Blitar)**

Ditulis Oleh:

**ALFI MA'RIFATUL JANAH
NIM. 9313.140.13**

Telah disetujui untuk diujikan.

Kediri, 31 Agustus 2020

Pembimbing I

**Dr. Andriani, SE, MM
NIP.19730113 200312 2 001**

Pembimbing II

**Sulistiyowati, M.El
NIP.19810930 200901 2 008**

NOTA DINAS

Kediri, 31 Agustus 2020

Nomor :
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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ALFI MA'RIFATUL JANAH
NIM : 9313.140.13
Judul : STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITS
DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (Studi
Kasus Dusun Mantenank Kecamatan Udanawu Blitar)

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

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Dengan demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Andriani, SE, MM
NIP.19730113 200312 2 001

Sulistiyowati, M.EI
NIP.19810930 200901 2 008

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 31 Agustus 2020

Nomor :
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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : ALFI MA'RIFATUL JANAH
NIM : 9313.140.13
Judul : STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITS
DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (Studi
Kasus Dusun Mantenon Kecamatan Udanawu Blitar)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus 2020, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Dengan demikian agar maklum adanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Andriani, SE, MM
NIP.19730113 200312 2 001

Sulistiyowati, M.EI
NIP.19810930 200901 2 008

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITS
DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH
(Studi Kasus Dusun Manten Kecamatan Udanawu Blitar)**

**ALFI MA'RIFATUL JANAH
NIM. 9313.140.13**

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Pada tanggal 31 Agustus 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Sri Anugrah Natalina, SE, MM (.....)
NIP.197712252009012006
2. Pembimbing I
Dr. Andriani, SE, MM (.....)
NIP.19730113 200312 2 001
3. Pembimbing II
Sulistiyowati, M.EI (.....)
NIP.19810930 200901 2 008

Kediri, 31 Agustus 20120
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI.
NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

الصَّادِقِينَ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ

*Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan bersamalah
kamu dengan orang-orang yang jujur.*

– (Q.S At-Taubah: 119)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk kedua orangtuaku

Bapak SUNARTO dan Ibu LAILATUL ISTIOMAH yang memberikan dukungan dari segala hal. Baik materi, nasihat kasih sayang serta doa yang tak pernah putus di setiap waktunya.

Untuk Suamiku HERI SUWOKO yang sabar mendengar keluh kesahku dan memberi motivasi yang sangat berharga dan memberikan segalanya, untuk Anakku MIKHAYLA SHAZIA HERA PUTRI sebagai semangatku, tak lupa adikku M MA'MUN SHOFI dan M FARHAN ARROSYID.

Untuk Sahabat-sahabat luar biasa yang tak bisa kubayangkan apa jadinya aku tanpa kalian, yang aku impikan akan bersahabat seterusnya bersama kalian, yang teristimewa

Dinda, ahit, sacco, dian, yulia.

ABSTRAK

ALFI MA'RIFATUL JANAHA, NIM. 931314013. Pembimbing I Andriani, SE, MM dan Sulistyowati, M.EI selaku Pembimbing II. STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITS DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (Studi Kasus Dusun Mantenank Kecamatan Udanawu Blitar). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. 2020.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Marketing Syariah

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Air Minum dalam Kemasan sangat berpengaruh bagi masyarakat karena memudahkan dalam segala hal misalkan dalam suatu acara membutuhkan konsumsi dan yang paling utama adalah air minum. Al-mughits didirikan oleh organisasi mustaghitsu almughits yaitu kelompok sholawat yang ada dimantenan. awalnya karena memang kebutuhan untuk jamaah Almughits dan juga produk amdk ini mempunyai kandungan bho terapi yang menurutnya harganya lumayan terjangkau karena dalam keadaan ekonomi yang biasa, sehingga mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan fokus penelitian: a. Strategi pemasaran Air minum Almughits dusun mantenan kecamatan udanawu kabupaten blitar, b. Strategi pemasaran Air minum Almughits dusun mantenan kecamatan udanawu kabupaten blitar dalam perspektif marketing syariah.

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Sumber data berupa data primer dan sekunder Metode pengumpulan data melalui observasi ke lapangan, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah: Pertama, strategi Pemasaran yang dilakukan diperusahaan Air Minum Al-Mughits adalah dengan menerapkan *marketing mix* yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. produknya mengandung bho terapi dan halal dan harga yang dipatok pun juga relatif murah untuk kalangan air minum dalam kemasan. tempat perusahaan sangat mudah untuk dicari karena berdampingan dengan lokasi pondok mantenan. dan promosi yang digunakan tidak melalui elektronik melainkan dengan adanya sholawat mustaghitsu almughist dan juga melalui pasar-pasar. Kedua, Strategi pemasaran air minum al-mughits dalam perspektif marketing syariah sudah sesuai dengan karakteristik pada syariah marketer yaitu konsep robbaniyyah, etis, realistis, dan humanistik dengan 4 sifat Rosulullah SAW yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim

Alhamdulillah, segenap puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, skripsi ini membahas STRATEGI PEMASARAN AIR MINUM AL-MUGHITSDALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (Studi Kasus Dusun Manten Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar)

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI.
3. Ibu Andriani, SE, MM dan Ibu Sulistyowati, M.EI selaku dosen pembimbing yang dengan ikhlas telah memberikan waktu, arahan, bimbingan dan saran serta dorongan kepada penulis, mulai dari awal sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Sri Anugrah sebagai Penguji skripsi yang telah meluluskan penulis dengan ujian dan berbagai revisi yang sangat dipermudah.
5. Bapak Imam selaku pemimpin Al-Mughits yang telah memberikan ijin, memfasilitasi, serta memberikan bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian, dan seluruh staf Al-Mughits yang sudah membantu.

6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Fakultas Syariah dan seluruh civitas akademik IAIN Kediri yang telah membekali ilmu kepada saya.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak sunarto dan Ibu lailatul istiromah yang selalu memberikan pengarahan, motivasi, dan semuanya.
8. Suamiku Heri suwoko yang selalu ada dan memberi dorongan penuh dan anakku mikhayla shazi hera putri sebagai penyemangat.
9. Juga adik m ma'mun shofi dan m farhan arrosyid juga serta segenap keluarga dan para kerabat yang senantiasa mendo'akan, menyayangi, mencintai memberikan dukungan.
10. Sahabat-sahabat penulis, senasib seperjuangan, dan khususnya untuk Dinda, ahit, sacco, yuli, dian, ida Terimakasih untuk semua dukungan dan semangat yang tidak pernah berhenti yang diberikan.
11. Teman-teman Ekonomi Syariah 2013 dan berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas motivasi, dukungan dan semangatnya.

Atas segala bantuan, pengalaman, kebahagiaan, dan semangat yang diberikan, penulis ucapkan *Jazakumullah Khairun Katsiran*, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal shaleh dan diterima oleh Allah SWT, serta mendapatkan balasan yang lebih baik dunia dan di akhirat kelak, Amin. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya, Aamiin.

Kediri, 31 Agustus 2020
Penulis

Alfi ma'rifatul Janah

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
NOTA DINAS	III
NOTA PEMBIMBING	IV
HALAMAN PENGESAHAN	V
MOTTO	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
ABSTRAK	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	15
B. Marketing Syariah	24
C. Air Minum	38
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46

B. Lokasi Penelitian	47
C. Sumber Data	48
D. Pengumpulan Data	49
E. Analisis Data	50
F. Tahap-tahap Penelitian	52

BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data	
1. Sejarah Air Minum Almughist	53
2. Lokasi Air Minum Almughist	62
B. Temuan Penelitian	
1. Strategi Pemasaran Air Minum Al-Mughits di Desa Manten Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar	63
2. Strategi Pemasaran Air Minum Al-Mughits di Desa Manten Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar Dalam Perspektif Marketing Syariah	67

BAB V : PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Air Minum Al-Mughits di Desa Manten Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar	69
B. Analisis Strategi Pemasaran Air Minum Al-Mughits di Desa Manten Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar Dalam Perspektif Marketing Syariah	76

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA 83

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan perbedaan produk almghits dengan yang lain	6
Tabel 1.2 Pendapatan almughits	8
Tabel 4.1 Harga produk almughits	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	I
Lampiran 2 Pedoman Observasi	II
Lampiran 3 Foto Dokumentasi.....	III
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	V
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian	VI
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	VIII