

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis merupakan serangkaian kegiatan individu yang terorganisasi dimana dapat menghasilkan dan menjual dalam bentuk barang ataupun jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>1</sup> Bisnis dilakukan manusia untuk memperoleh pendapatan atau rizki dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan dengan cara mengelola sumber daya ekonomi dengan sebaik-baiknya. Dari penjelasan tersebut terlihat bisnis sangat penting untuk memperoleh pendapatan dan pemenuhan kebutuhan.<sup>2</sup>

Adapun dalam islam bisnis merupakan serangkaian aktivitas yang dalam bentuknya tidak terdapat batasan jumlah kepemilikan harta termasuk keuntungan, namun dalam hal ini dibatasi dalam cara memperoleh dan penggunaan harta (dalam konteks halal dan haram),<sup>3</sup> setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu manusia selalu berusaha untuk memperoleh harta salah satunya dengan bekerja, keberagaman bekerja salah satunya yaitu berbisnis,<sup>4</sup> di dalam Al-Qur'an terdapat ayat - ayat yang menjelaskan mengenai petunjuk perniagaan yang bermanfaat, yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan besar dan keberhasilan yang kekal. Perniagaan yang dimaksud di atas adalah tetap dalam keadaan iman, ikhlas beramal kepada Allah Swt. dan berjihad dengan

---

<sup>1</sup> Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Ummul Qura*, vol. 7 no. 1 (2016) 64.

<sup>2</sup> Akhdan Nur Zaroni, "Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Mazahib*, vol. 4 no. 2 (2007) 176.

<sup>3</sup> *Ibid.*, 176.

<sup>4</sup> Iwan Aprianto, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2020), 16.

jiwa dan harta dengan menyebarkan agama, salah satunya pada Al-Qur'an surah An-Nisa (4): 29 yang berbunyi<sup>5</sup>:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Yang artinya:” Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>6</sup>

Pada saat ini dunia bisnis tumbuh sangat pesat, salah satunya yaitu pertumbuhan kedai kopi yang semakin banyak, hal tersebut disampaikan oleh *head of marketing* PT Toffin Indonesia, Ario Fajar bahwa prospek kedai kopi sangat bagus dengan kenaikan bisa mencapai 10 sampai 15 persen, jumlah kedai kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir meningkat tiga kali lipat dari 1.083 outlet pada tahun 2016 menjadi 3.000 outlet pada akhir tahun 2019.<sup>7</sup> Hal ini menjadi tantangan bagi setiap pelaku usaha kedai kopi agar dapat mempertahankan usaha ataupun dapat bersaing secara kompetitif. Pesatnya perkembangan dalam dunia usaha kopi serta semakin kompleks sistem perekonomian yang ada, memunculkan persaingan-persaingan yang sangat ketat diantara pelaku usaha minuman kopi dalam memasarkan produk dan berlomba-lomba untuk menunjukkan kualitas produk yang berkualitas untuk menarik konsumen.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> Akhdan Nur Zaroni, ”Bisnis Dalam Perspektif Islam”, 177 - 178.

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah Al – Muhaimin, (Jakarta: Al – Huda, 2015), 552.

<sup>7</sup> <https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15> di akses pada tanggal 27 Desember 2021

<sup>8</sup> Masnah et. al., ”Strategi Pemasaran Industri Kue Bagea Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Masamba Kabupaten Luwu Utara”, *Equilibrium*, vol. 2 no. 1 (2012), 36.

Kopi di Indonesia saat ini sangat populer, hal ini ditunjukkan dengan adanya pertumbuhan konsumsi kopi di setiap tahunnya. Berdasarkan pusat data dan sistem informasi pertanian pada kementerian pertanian konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2016 – 2021 dapat di prediksi rata rata 8,22% per tahun. Pada tahun 2021 pasokan kebutuhan kopi di prediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga dari perolehan tersebut terjadi surplus 425 ribu ton.<sup>9</sup> Peningkatan pada setiap tahunnya menunjukkan betapa berkembang pesatnya pengonsumsi kopi dan ditunjang dengan banyaknya kedai kopi yang berdiri. Kebiasaan baru yang ada juga ikut meningkatkan kebutuhan konsumen untuk mengonsumsi kopi. Mengingat potensi yang sangat menguntungkan, hal ini dapat menjadi peluang usaha yang bagus untuk berbisnis kopi dengan mendirikan ataupun mengembangkan kedai kopi yang sudah ada. Pencinta kopi menjadi semakin banyak, yang mana tempat kedai kopi semakin banyak didirikan, hal ini menambah persaingan pada bisnis kedai kopi semakin ketat. Setiap pengusaha mempunyai strategi masing-masing dalam mengembangkan bisnisnya salah satunya melalui variasi produk.

Variasi produk merupakan proses menciptakan produk yang beragam baik dari ukuran, harga, maupun tampilannya. Perusahaan perlu mengembangkan variasi produk secara berkesinambungan seiring dengan perubahan kebutuhan ataupun keinginan konsumen yang akan terus berubah

---

<sup>9</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton> di akses pada tanggal 3 oktober 2021

setiap waktu.<sup>10</sup> Tentunya dengan adanya strategi variasi produk diharapkan mampu menjadi solusi dalam melakukan pengembangan usaha melihat semakin banyaknya pesaing yang bermuculan. Jika pengusaha tidak peka terhadap keadaan dan perkembangan kedai kopi daerah sekitar maka menjadi kalah bersaing ataupun menjadi bangkrut. Tentunya hal tersebut merupakan kondisi yang tidak diinginkan bagi semua pelaku usaha.

Dewasa ini, terdapat beberapa kedai kopi di kota Kediri yang menyuguhkan berbagai macam produk kopi dengan campuran yang lainnya yang sangat bervariasi. Salah satunya adalah kedai Titik Tuju *Coffee & Roastery* yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 51, Ngadirejo, Kota Kediri, yang menyuguhkan berbagai olahan produk kopi. Namun disini lain persaingan bisnis kopi di kota Kediri sangat ketat, hal ini ditunjukkan terdapat beberapa kedai kopi yang berada di Kota Kediri.

**TABEL 1.1**

**DAFTAR KEDAI KOPI YANG ADA DI KOTA KEDIRI**

NO	NAMA COFFEE SHOP	ALAMAT	PRODUK KOPI
1.	TITIK TUJU COFFEE & ROASTERY	Jl. Ahmad Yani No. 51, Ngadirejo, Kota Kediri.	Maduwangi (Natural Hydro Honey), Wonosalam Estate (Anaerob Double Wash 96 Hour), Sunda Gulali

<sup>10</sup> Wahyu Nurul Faroh, "Pengaruh Vriasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal *Network Six Store* Cabang Depok 2018" *Pemasaran kompetitif*, vol. 2 no 3 (juni, 2019), 112.

			<p>Honey, Malee (Arjuno X Papua Wamena), Gulang Red Cattura, Frinsa Saccharic Honey, Keida Bali (Tropical Fruit), Pantan Musara (Aceh), Flores Uwu (Anaerob Black Honey), Wonosalam Estate (Natural Anaerob 96 Hour), Pantan Musara Kupas Kismis (Aceh), Tapanga, Panjeran (Buah Buahan Tropis Manis), Ekspresif (Senna, Tansie, Dan Aster), Mewangi (Honey With 168 Hour Controlled Air Fermentation), Ledug (Honey Anaerob), Kamojang Fruit Enzim, Anjasmoro (Jack Fruit Excels), Manglayang Apricot, Panjeran</p>
--	--	--	--

			Santang Orange, Arjuno Green Apple, Kalimutu
2,	FEODAL COFFEE ROASTERY	Jl. Imam Bonjol No.56, Ngadirejo, Kota Kediri.	Magic Marry (Robusta X Arabika), Aceh Gayo, Doctrin, Highland, Kasuga Black Honey, Lestari Carbonic Maceration, Kasuga Natural Eco Enzim, Manggarai Natural, Laksana Extended Natural.
3.	DAMONIKOPI	Jl. Kawi I, Mojoroto, Kota Kediri.	Original Flores Manggarai, Ijen Natural Anaerob, Kerinci Honey Labu, Ijen Natural, Ijen Red Honey.

**Sumber: Hasil observasi kedai kopi di Kota Kediri tanggal 1 April 2022**

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kedai kopi yang berada di Kota Kediri dengan produk hasil *roastery* masing-masing kedai. Tentunya membuat kedai kopi di daerah tersebut terus melakukan upaya untuk menarik konsumen lebih banyak lagi dan berlomba-lomba untuk mengembangkan bisnisnya dengan variasi produk kopi yang ditawarkan.

Kedai kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* memiliki keunikan tersendiri yaitu, memiliki produk kopi sendiri dengan kualitas bagus sebagai ciri khasnya dan terkenal dengan biji kopi hasil dari *roastingannya*, dibuktikan dengan adanya beberapa produk kopi yang dijual seperti yang ada di tabel 1.1. adapun hal yang membedakan produk kopi dari Titik Tuju *Coffee & Roastery* dengan produk kopi di kedai lainnya, yaitu Titik Tuju *Coffee & Roastery* menggunakan jenis biji kopi Robusta, Arabika, Dan Excelsa, selalu berinovasi dalam setiap bulannya menghasilkan variasi produk kopi dengan memberikan cita rasa buah, madu. Dapat dilihat pada *Instagram @titiktuju* terdapat foto produk terbaru dan *e-commerce* Tokopedia dalam menjual produk kopi. Pada kemasan produk kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* sudah memiliki P-IRT.<sup>11</sup>

**TABEL 1.2**

**PENGEMBANGAN VARIASI PRODUK**

NO	BULAN	VARIASI PRODUK BIJI KOPI	VARIASI PRODUK MINUMAN KOPI
1	FEBRUARI 2021	Arjuno Green Apple, Kalimutu.	Mango Series
2	MARET 2021	Manglayang Apricot, Panjeran Santang Orange, Wonosalam Anjasmoro Natural Anaerob 24 Hours, Wonosalam	-

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan barista Titik Tuju *Coffee roastery* pada tanggal 30 November 2021

		Anjasmoro Natural Anaerob 72 Hours.	
3	APRIL 2021	-	Signature Coffee
4	JUNI 2021	-	Midori, pineapple kiss, excelsior
5	JULI 2021	Drip Bag Coffee Beans	-
6	OKTOBER 2021	-	Cold Drip Kalimutu Capricot, Cold Brew Hara Dan Harsa (Susu Dan Mocha).
7	NOVEMBER 2021	Argopuro Natural Anaerob, Argopuro Walida Collection, Argopuro Natural Lactic, Wanoja Honey Anaerob.	-
8	DESEMBER 2021	Ledug (Honey Anaerob), Kamojang Fruit Enzim, Tansie (robusta 50% arabika 50%), Aster (robusta 70% Arabica 30%)	Cold Drip Argopuro Filter Blend
9	JANUARI 2022	Mewangi, Senna, Tansie, Aster, Tapanga, Panjeran Natural Anaerob, Pantan	-



		Musara Anaerob Kupas Kismis, Flores Bajawa Fullwash, Buthak Natural Anaerob.	
10	FEBRUARI 2022	Wonosalam Estate, Flores Uwu.	Cold Drip Ledug Honey Anaerob
11	MARET 2022	Pantan Musara Anaerob Double Wash, Keida Bali, Friansa Saccharic Honey, Gulang Red Caturra.	-
12	APRIL 2022	Malee Arabica Blend (Arjuno X Papua Wamena), Sunda Gulali Honey, Wonosalam Estate, Maduwangi Natural Hydro Honey.	Shuriken

**Sumber: Hasil observasi variasi produk Titik Tuju *Coffee & Roastery* tanggal 22 April 2022**

Dapat dilihat dari tabel diatas dalam pengembangan variasi produk kedai Titik Tuju *Coffee & Roastery* dalam melakukan variasi produk minuman kopi pada Februari, April, Juni Oktober, Desember 2021 dan Februari April 2022, pada pada setiap bulan menciptakan variasi produk baru, namun jumlah variasi produk yang diciptakan pada setiap bulanya tidak menentu dan pada bulan April, Mei, Juni, Agustus, September, Oktober tahun 2021 kedai tersebut tidak mengeluarkan produk baru.

Pengembangan usaha kedai kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* melalui variasi produk yang dilakukan dari beberapa jenis kopi, yaitu Robusta, Arabika, Dan Excelsa.<sup>12</sup>

Adapun pengembangan usaha merupakan rencana dari suatu organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan yang digunakan untuk mempersiapkan ataupun melakukan pekerjaan yang akan mendatang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku pekerja.<sup>13</sup> Suatu pengembangan dapat dikatakan berhasil apabila memenuhi indikator antara lain, adanya pertambahan produksi, meningkatnya penjualan produk, jangkauan pasar lebih luas, pertambahan karyawan, serta meningkatnya omset atau stabil.<sup>14</sup> Pengembangan usaha yang dilakukan Titik Tuju *Coffee & Roastery* yaitu melalui variasi produk biji kopi robusta, arabika, dan excelsa.

Dalam pengembangan usaha kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* telah menerapkan marketing syariah dalam pengembangannya, yaitu menerapkan kejujuran dan keterbukaan mengenai variasi produk yang ditawarkan baik segi rasa dan juga komposisi produk yang digunakan. Adapun marketing syariah yaitu solusi terhadap pasar kebutuhan pasar dengan menerapkan bisnis sesuai dengan kaidah dan nilai agama islam. Sifat yang sudah dicontohkan Nabi Muhammad SAW, antara lain, jujur,

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan barista Titiktuju *Coffee roastery* pada tanggal 22 April 2022

<sup>13</sup> Marihot Tua Efendi, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2002), 168.

<sup>14</sup> Ali Samsuri, "Sinergisitas Bank Indonesia Kantor Perwakilan Kediri Dalam Pengembangan Umkm", *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 13 no. 1 (Desember, 2021), 143.

amanah, fathanah, tabligh.<sup>15</sup> Segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan serta pengoptimalan potensi akal yang telah diberikan dalam rangka untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Jujur, benar, dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam melaksanakan bisnis. Namun harus dibarengi dengan kecerdikan, agar usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif, efisien, dan juga tidak menjadi korban penipuan.<sup>16</sup>

Dari pemaparan di atas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam strategi variasi produk dalam mengembangkan usaha yang digunakan kedai Titik Tuju *Coffee & Roastery* dan strategi variasi produk dalam perspektif marketing syariah, yang selanjutnya untuk peneliti gunakan sebagai judul skripsi “**STRATEGI VARIASI PRODUK DALAM MENGEMBANGKAN USAHA KEDAI KOPI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**” (Studi Kasus di Titik Tuju *Coffee & Roastery* Kota Kediri).

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi variasi produk dalam mengembangkan kedai kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* ?
2. Bagaimana strategi variasi produk dalam mengembangkan kedai kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* perspektif marketing syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi variasi produk dalam mengembangkan kedai kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery*.

---

<sup>15</sup> Khazin Zaki, *Manajemen Syariah Viral Marketing dalam Prespektif Pemasaran Syariah Studi Pada Perusahaan Start Up Sosial* (Purwokerto: Amerta Media, 2020), 8.

<sup>16</sup> Sulistyowati, “Rancang Bangun Dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam” *ISTITHMAR*, vol. 1 no. 2 (Juli 2017), 155.

2. Untuk mengetahui bagaimana strategi variasi produk dalam mengembangkan kedai kopi Titik Tuju *Coffee & Roastery* perspektif marketing syariah.

#### D. Manfaat Penelitian

##### 1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk para pembaca mengenai strategi variasi produk yang diterapkan oleh Titik Tuju *Coffee & Roastery* dalam mengembangkan bisnis kedai kopi.

##### 2. Praktis

###### a) Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori pentingnya variasi produk dalam memenangkan persaingan dalam upaya untuk memperluas pengetahuan dalam usaha kedai kopi.

###### b) Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi mengenai strategi variasi produk dalam mengembangkan usaha kedai kopi.

###### c) Bagi Titik Tuju *Coffee & Roastery*

Sebagai bahan masukan, evaluasi kinerja, dan diharapkan memberikan motivasi pada Titik Tuju *Coffee & Roastery* untuk meningkatkan usahanya serta dapat mengembangkan usahannya dengan baik.

## E. Telaah Pustaka

1. Tesis Kotimah Mahasiswa Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri tahun 2021 yang berjudul “Implementasi Marketing Dalam Pengembangan Usaha Bisnis Laundry Ditinjau Dari Marketing Syariah” yang berisikan 1) implementasi marketing yang dilakukan menitikberatkan pada peningkatan kepercayaan pelanggan, sehingga meningkatkan juga kinerja karyawan Baracks professional laundry untuk memperbaiki kualitas laundry yang diberikan kepada pelanggan serta pengembangan usaha melalui teknologi dan sumber daya manusia yang pada akhirnya dapat meningkatkan omset, (2) implementasi pengembangan usaha ditinjau dari marketing syariah di Baracks professional laundry dapat disimpulkan seperti: ketuhanan, etis, realistis, dan humanistik telah di implementasikan oleh Baracks professional laundry juga telah menerapkan marketing syariah.<sup>17</sup>

Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu di atas yaitu, sama-sama membahas mengenai pengembangan usaha dan marketing syariah, Serta menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam melakukan penelitian. Perbedaannya pada penelitian terdahulu yaitu, meneliti mengenai implementasi marketing, sedangkan peneliti membahas strategi variasi produk dalam pengembangan usaha.
2. Skripsi Maria Nur Afifah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri tahun 2020 yang berjudul “Peran Al-Qardh Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil

---

<sup>17</sup> Kotimah, *Implementasi Marketing Dalam Pengembangan Usaha Bisnis Laundry Ditinjau Dari Marketing Syariah*, IAIN Kediri, 2021.

Menengah Pada Baitul Tamwi Muhammadiyah Surya Melati Cabang Mojo Kabupaten Kediri” yang berisikan pertama, dalam sistem dan prosedur pemberian pinjaman Al-Qardh di BTM Surya Melati Abadi pihak BTM menjelaskan proses pembiayaan kepada calon nasabah yang mengajukan pembiayaan yang sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Begitupula dengan nasabah yang ingin mengajukan pinjaman atau pembiayaan sudah sesuai kriteria yang telah ditentukan. Kedua, peran pinjam Al-Qardh pada pengembangan UMKM bagi masyarakat sangat berperan penting untuk masyarakat mengah kebawah yang ingin mengembangkan usahanya, baik dalam pengembangan usaha baru ataupun pengembangan pada kebutuhan lainnya.<sup>18</sup>

Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu di atas yaitu, membahas mengenai pengembangan usaha, serta menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam melakukan penelitian. Perbedaannya pada penelitian terdahulu yaitu, meneliti mengenai Peran Al-Qardh, sedangkan peneliti membahas strategi variasi produk dalam pengembangan usaha perspektif manajemen bisnis syariah.

3. Skripsi Herlik Meisya Frestywi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri tahun 2022 yang berjudul “Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah” yang berisikan peran inovasi yang dilakukan home industry Pia Latief sangat berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan, hal ini dapat dibuktikan dengan

---

<sup>18</sup> Maria Nur Afifah, *Peran Al-Qardh Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Baitul Tamwi Muhammadiyah Surya Melati Cabang Mojo Kabupaten Kediri*, IAIN Kediri, 2020.

adanya data penjualan Pia Latief pada tahun 2018-2021, hal ini disebabkan oleh inovasi yang dilakukan Pia Latief dalam mengembangkan produknya seperti inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis ukuran, inovasi berbasis kemasan, dan inovasi berbasis pengurangan upaya. Dari inovasi yang telah diterapkan oleh Pia Latief sebelumnya hanya pia kering saja, sekarang berkembang menjadi 4 jenis pia, antarlain pia kering, pia kering numbo, pia basah, dan pia basah jumbo, sehingga terjadi peningkatan volume penjualan dari hasil produksi yang dilakukan. Dan tinjauan dari manajemen syariah home industry Pia Latief telah menerapkan perilaku sesuai dengan aspek manajemen syariah yaitu berupa keimanan, struktur organisasi, dan sistem syariah.<sup>19</sup>

Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu di atas yaitu, membahas mengenai manajemen syariah, serta menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam melakukan penelitian. Perbedaannya pada penelitian terdahulu yaitu, meneliti mengenai peran inovasi produk dan peningkatan volume penjualan, sedangkan peneliti membahas strategi variasi produk dalam pengembangan usaha.

4. Dwi Haryanto dan Hery Prasetyo, jurnal Warta Pengabdian, Vol. 13, No. 1, 30 Maret 2019 yang berjudul “Penguatan Ekonomi Mikro Berbasis Variasi Produk Olahan Sabut Kelapa”, yang berisikan pengolahan limbah sabut kelapa, limbah dalam konteks ini adalah merujuk pada bagaimana masyarakat khususnya pengrajin mampu

---

<sup>19</sup> Herlik Meisya Frestywi, *Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah*, IAIN Kediri, 2022.

memberikan nilai tambah pada sisa buah kelapa yang berfokus pada sabut kelapa. Perlunya pengembangan pada proses penciptaan nilai tambah, inovasi, dan daya saing. Sehingga mampu menguatkan pertumbuhan ekonomi mikro. Melalui pendampingan yang mana dalam pengabdian ini menitik beratkan pada adanya nilai tambah yang kompetitif secara sistematis dapat diarahkan pada penguatan relasi produksi yang menekankan pada aspek modal sosial yang berakar pada struktur masyarakat.<sup>20</sup>

Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu di atas yaitu, membahas mengenai variasi produk, serta menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam melakukan penelitian. Perbedaannya pada penelitian terdahulu yaitu, meneliti mengenai Penguatan Ekonomi Mikro Berbasis Variasi Produk Olahan Sabut Kelapa, sedangkan peneliti membahas strategi variasi produk dalam pengembangan usaha kedai kopi perspektif marketing syariah.

5. Suwarsito, Hindayati Mustafida, dan Ratna Kartikawati, jurnal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat, Vol. 2, No. 2, September 2018 yang berjudul “Peningkatan Pengetahuan Dan Ketrampilan Kelompok Wanita Tani Dalam Mengolah Variasi Produk Ikan Lele Melalui Program Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat”, yang berisikan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan kelompok wanita tani dalam mengolah variasi produk ikan lele melalui program kuliah kerja nyata pembelajaran pemberdayaan masyarakat

---

<sup>20</sup> Dwi Haryanto dan Hery Prasetyo, “Penguatan Ekonomi Mikro Berbasis Variasi Produk Olahan Sabut Kelapa”, *jurnal Warta Pengabdian*, vol. 13 no. 1 (30 Maret, 2019).



menggunakan *good manufacturing practis*. Sasaran program ditujukan kepada kelompok wanita tani yang berjumlah 20 orang. Kegiatan pelatihan diawali dengan penyampain materi, praktek langsung, dan pendampingan selama KKN berlangsung. Variasi produk olahan ikan lele, meliputi abon, nugget, bakso, krupuk, kripik crispy kulit ikan lele.<sup>21</sup>

Persamaan peniliti dengan penelitian terdahulu di atas yaitu, membahas mengenai variasi produk, serta menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam melakukan penelitian. Perbedaannya pada penelitian terdahulu yaitu, meneliti mengenai Peningkatan Pengetahuan dan Ketrampilan Kelompok Wanita Tani Dalam Mengolah Variasi Produk Ikan Lele, sedangkan peneliti membahas strategi variasi produk dalam pengembangan usaha kedai kopi perspektif marketing syariah.

---

<sup>21</sup> Suwarsito, Hindayati Mustafida, dan Ratna Kartikawati, "Peningkatan Pengetahuan Dan Ketrampilan Kelompok Wanita Tani Dalam Mengolah Variasi Produk Ikan Lele Melalui Program Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, jurnal pengabdian dan pemberdayaan masyarakat", vol. 2 no. 2 (September 2018).