

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dan Produksi Kopi Serta Tinjauannya Dalam Islam (Studi Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Azam Asykarulloh, NIM 17402163567, Pembimbing Dyah Pravitasari, S.E. M.S.A. NIP 197701022014032001.

Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri merupakan sebuah lembaga usaha yang mengakomodir para petani kopi di wilayah Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Dalam hal ini, mereka berupaya meningkatkan nilai tambah baik dari segi produknya maupun para petaninya. Pasalnya, para pendiri Omah Kopi Mandiri melihat potensi yang ada pada bagian hulu dan hilir, sedangkan sebelum hadirnya lembaga, pengelolaan yang ada di hulu belum tergarap dengan maksimal. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dan produksi yang dilakukan oleh Omah Kopi Mandiri serta ditinjau dalam perspektif Islam. Fokus dalam penelitian ini adalah 1). Bagaimana strategi pemasaran kopi Omah Kopi Mandiri? 2). Bagaimana produksi kopi Omah Kopi Mandiri? 3). Bagaimana strategi pemasaran kopi Omah Kopi Mandiri ditinjau dalam perspektif Islam? 4). Bagaimana produksi kopi Omah Kopi Mandiri ditinjau dalam perspektif islam?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data-data yang telah diperoleh dari KUB Omah Kopi Mandiri selanjutnya akan dideskripsikan secara terperinci dan sesuai keadaan yang terjadi pada KUB Omah Kopi Mandiri, untuk kemudian dibandingkan dengan teori yang sudah ada termasuk tinjauan dalam perspektif Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Omah Kopi Mandiri menekankan seluruh aspek hulu dan hilir, dikarenakan kualitas produksi sangat mempengaruhi serapan kopi di hilir. Produksi kopi yang dilakukan yakni menyerap kopi dari para petani anggota lembaga, dengan menerapkan standarisasi kualitas kopi yang dipanen. Strategi pemasaran yang dilakukan sesuai dengan tinjauan karakteristik dan juga bauran pemasaran Islami, sementara produksinya juga sudah sesuai dengan tinjauan prinsip-prinsip dan faktor produksi Islami.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produksi, Strategi Pemasaran Islam, Produksi Islam

ABSTRACT

This essay with the title “Marketing Strategy and Coffee Production and Its Perspective in Islam (The study of Omah Kopi Mandiri Joint Business Group in Sendang District, Tulungagung Regency)” is written by Azam Asykarulloh, NIM 17402163567. The writing of this essay is guided by Dyah Pravitasari, S.E. M.S.A. NIP 197701022014032001.

The Omah Kopi Mandiri Business Group is a business organization that accommodates the coffee farmers in Sendang District, Tulungagung Regency. In this case, they are trying to increase the added value both in terms of products and farmers. The reason is that the founders of Omah Kopi Mandiri saw the potential that existed in the upstream and downstream parts, whereas, before the existence of the institution, the management that existed in the upstream had not been fully exploited. Whereas, the purpose of this study is to determine the marketing and production strategy that is carried out by Omah Kopi Mandiri and reviewed in an Islamic perspective. The focuses in this research are 1). How is the marketing strategy of coffee in Omah Kopi Mandiri? 2). How is the coffee production of Omah Kopi Mandiri? 3). How is the marketing strategy of coffee in Omah Kopi Mandiri reviewed in Islamic Perspective? 4). How is Omah Kopi Mandiri's coffee production reviewed in Islamic Perspective?

This research is a type of qualitative research with a descriptive approach. The data that has been obtained is from The Omah Kopi Mandiri Joint Business Group. Furthermore, it will be described in detail and appropriate to the circumstances that have occurred at Omah Kopi Mandiri Joint Business Group, to then be compared with existing theories including reviews in Islamic perspective.

The results showed that the marketing strategy of Omah Kopi Mandiri emphasized all upstream and downstream aspects, the quality of production greatly affected the downstream coffee absorption. Coffee production is carried out, namely absorbing coffee from farmer members of the institution, by implementing standardization of the quality of the coffee harvested. The marketing strategy carried out is in accordance with the characteristics review and also the Islamic marketing mix, while the production is also in accordance with the review of Islamic principles and factors of production.

Keyword: *Production Marketing Strategy, Islamic Marketing Strategy, Islamic Production*