

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK  
MADU AS-SYIFA KOPONTREN AL-MUSYAFFA'  
KECAMATAN NGAMPEL KABUPATEN KENDAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam  
Ilmu Ekonomi Islam**



**Disusun Oleh**

**MUHAMAD YASIN**

**122411133**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UIN WALISONGO SEMARANG**

**2017**

H. Hasyim Syarbani, Drs., MM.  
Jl. Pelem Kweni r.o. 08 Kel. Tambak Aji 07/02 Ngaliyan Semarang 50181

Coirul Huda, M. Ag.  
Perum Bukit Bringin Asri D-20 02/XVI Tambak Aji Ngaliyan Semarang  
50181

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp: 4 (empat) eks.  
Hal : Naskah Skripsi  
A.n. Sdr. Muhamad Yasin

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi dari saudara:

Nama : Muhamad Yasin  
NIM : 122411133  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Produk Madu As-Syifa' Kopontren Al-musyaffa' Kecamatan Ngampel Kabupaten Kendal**

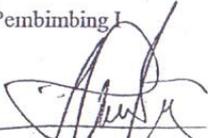
Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut t dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

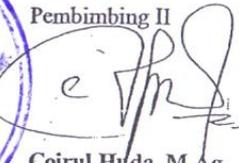
Semarang, 17 Februari 2017

Pembimbing I

  
H. Hasyim Syarbani, Drs., MM.  
NIP. 19570913 198203 1 002



Pembimbing II

  
Coirul Huda, M. Ag.  
NIP. 19760109 200501 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp. 7624691,  
Semarang 50185

### PENGESAHAN

Nama : Muhamad Yasin  
NIM : 122411133  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Produk Madu As-Syifa Kopontren Al-Musyaffa' Kecamatan Nagmpel Kabupaten Kendal.*

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal :

10 Mei 2017

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi program Sarjana Strata Satu (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Semarang, 10 Mei 2017

Mengetahui,

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

Muchammad Fauzi, S.E., M.M.  
NIP. 197302172006041001

Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.  
NIP. 195709131982031002

Penguji Utama I

Penguji Utama II

Dr. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 1973081112000031004



M. Nadzir, M.Si.  
NIP. 197309232003121000

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.  
NIP. 195709131982031002

Choirul Huda, M.Ag.  
NIP. 197601092005011002

## ABSTRAK

Setiap orang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ada. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan menarik manfaat atau kegunaan suatu produk. Sebagian besar pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan dari produk yang ada. Dengan meningkatnya daya guna suatu barang, kebutuhan dan keinginan manusia dapat terpenuhi dengan lebih baik. Sehingga disinilah madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' berusaha untuk dapat menjadi bagian dari kebutuhan mereka tentang memenuhi kebutuhan serta mendapatkan manfaat dari produk madu As-Syifa' yang akan didapatkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan dalam pemasaran produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa'. Secara garis besar yang dilakukan di lapangan adalah melakukan pengamatan atau observasi, dokumentasi foto, wawancara kualitatif (ngobrol-ngobrol), dan melakukan pemeriksaan keabsahan data melalui sejumlah cara seperti data penjualan tahunan, pekerjaan pengemasan madu As-Syifa' dan proses pemasarannya.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pemasaran madu As-Syifa' sendiri. Selain itu strategi yang digunakan cukup unik, terutama dalam strategi lokasi dimana pihak Kopontren tidak membuka Agen atas nama pribadi atau bekerjasama dengan orang luar yang belum dikenal sebelumnya, melainkan bekerjasama dengan para Alumni Pondok Pesantren Al-Musyaffa' yang tersebar di berbagai daerah.

Kata kunci : Strategi produk, harga, lokasi dan promosi

## MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا<sup>ج</sup>

**Artinya : “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri”. (QS. Al- Isra’ ayat 7)**

## PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk:

1. Orang yang tidak pernah letih untuk mengajarku arti kehidupan dan tidak kenal panas maupun hujan untuk menafkahkan. Merekalah yang selalu mendoakanku disetiap waktu tanpa pamrih, menyayangiku tanpa imbal kasih. Semoga Allah Swt selalu memberikan kesehatan dan keselamatan kepadanya yaitu bapak dan ibu tercinta.
2. Adik-adik tersayang yang sering mengomel saat skripsi yang tidak kunjung kelar.
3. UIN Walisongo Semarang dan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
4. Teman-teman seperjuangan, teruntuk prajurit bolu.com (Ihsan, Nurus, Zoana, Ayu, Ifni, Dwi, Ina dan juga Ana)
5. Sahabat organisasi UKMU An-niswa UIN Walisongo, IMAKEN Walisongo serta Bidikmisi Community 2012 Walisongo.
6. Sahabat BPM (Barisan Para Mantan) kepengurusan An-Niswa Periode 2015 yang selalu membuat suasana hening menjadi ramai dalam setiap perkumpulan (Nila, Nisa, Dila, Syamsiah, Khozana, Choiriyah, Tata, Sofiyuna dan Rahmah).
7. Seseorang yang selalu menemani dalam pembuatan skripsi dari awal hingga akhir, mengomel jika tidak segera bimbingan yaitu Ana Lutfiyatul Malichah.
8. Sahabat KKN Mandiri Ke 01 yang paling keren posko IX Kelurahan Rowosari Kecamatan Tembalang Kota Semarang.

9. Seluruh jajaran organisasi madu as-syifa pondok pesantren Al-musyaffa Desa Sudipayung Kecamatan Nganmpel Kabupaten Kendal.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga, skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran dari orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Yang bertanda di bawah ini saya :

Nama : Muhamad Yasin

NIM : 122411133

Prodi : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Strategi Bauran Pemasaran Produk Madu Asyifa Kopontren Al-Musyaffa' Kecamatan Ngampel Kabupaten Kendal

Semarang, 17 Februari 2017

Deklarator,



MUHAMMAD YASIN

NIM. 122411133

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* rabbil'alam, penulis menghaturkan segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam yang telah memberikan ni'mat berupa akal, sehingga dengan ni'mat tersebut dapat menjadikan pembeda antara manusia dengan makhluk lainnya dan dengan rahmatNya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini “pengaruh strategi bauran pemasaran dalam memenangkan persaingan pasar produk madu as-syifa di podok pesantren al-musyaffa' kecamatan Ngampel Kendal” . Sholawat serta salam Allah Swt semoga selalu tercurah kepada baginda nabi agung Muhammad Saw. Nabi akhir zaman yang selalu diharapkan syafaatnya kelak di akhirat. Selanjutnya, dalam penulisan skripsi ini tentunya penulis tidak sendiri berkontribusi melainkan banyak pihak yang telah memberikan bimbingan baik secara langsung maupun tidak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.A. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang beserta sifitas akademika.
3. H. Ahmad Furqon, LC., M.A dan Mohammad Nadzir, S.H.I., M.S.I yang telah memberikan arahan dari pembuatan judul dan proses selanjutnya.
4. H. Hasyim Syarbani, Drs., MM. dan Coirul Huda, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang selalu bersabar untuk meluangkan waktu dan segala tenaga serta pikiran untuk memberikan arahan, masukan serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Ari Kristin selaku dosen wali yang telah sukarela mengarahkan penulis selama dibangku perkuliahan.
6. Segenap Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah memcurahkan ilmunya, sehingga penulis mampu mengarungi segala ilmu.

7. Pegawai perpustakaan UIN Walisongo Semarang.
8. Pengasuh serta Segenap para santri dari Pondok Pesantren Al-Musyaffa Ngampel Kendal teruntuk para pengurus produk Madu As-Syifa yang telah berkontribusi sehingga selesainya skripsi ini.
9. Para informan dan segenap pengurus pengelola madu As-Syifa Kopontren Al-Musyaffa' desa Sudipayung kecamatan Ngampel kabupaten Kendal.

Semoga segala apa yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang setimpal oleh Allah Swt. Akhirnya dari penulis menyadari dengan kerendahan hati, bahwa dalam penulisan skripsi ini ada hal yang pastinya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembaca. Oleh karenanya, penulis dengan lapang dada menerima segala kritik dan saran. Terimakasih.

Semarang, 17 Februari 2017  
Penulis,

Muhamad Yasin  
NIM. 122411133

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ASBTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>DEKLARASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Tinjauan Pustaka.....	11
E. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Sumber Data.....	14
3. Subyek dan Obyek Penelitian.....	16
4. Teknik Pengumpulan Data.....	16
5. Teknik Analisis Data.....	18
F. Sistematika Penulisan.....	19
<b>BAB II STRATEGI BAURAN PEMASARAN</b> .....	<b>21</b>
A. Strategi Bauran Pemasaran.....	21
1. Pengertian Strategi.....	21

2. pengertian bauran pemasaran .....	24
a. Product.....	24
b. Price.....	28
c. Place .....	33
d. Promotion.....	39
B. Tujuan Perusahaan.....	43
<b>BAB III STRATEGI BAURAN PEMASARAN MADU</b>	
<b>AS-SYIFA’ KOPONTREN AL-MUSYAFFA’</b>	
<b>KECAMATAN NGAMPEL KABUPATEN</b>	
<b>KENDAL .....</b>	<b>49</b>
A. Profi Madu As-Syifa Kopontren Al-musyaffa’ .....	49
B. Strategi Bauran Pemasaran Madu As-Syifa’ .....	61
1. Product .....	61
2. Price.....	63
3. Place .....	64
4. Promotion.....	64
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN</b>	
<b>MADU AS-SYIFA’ PONDOK PESANTREN AL-</b>	
<b>MUSYAFFA’ KECAMATAN NGAMPEL</b>	
<b>KABUPATEN KENDAL .....</b>	<b>66</b>
A. Strategi Pemasaran Madu As-Syifa’	
Kopontren Al-Musyaffa’ .....	66
1. Strategi Produk.....	68
2. Strategi Harga.....	71
3. Strategi Lokasi.....	74
4. Strategi Promosi .....	75

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran dan Rekomendasi .....	84
C. Penutup.....	85

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**