

**ANALISIS STRATEGI KUALITAS PRODUK  
PADA KEDAI KOPI AGP (AREK GRESIK PUNYA)  
DI DINOYO MALANG**

**SKRIPSI**



Oleh

**MOH. NUR KIROM**  
NIM : 08510063

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2012**

**ANALISIS STRATEGI KUALITAS PRODUK  
PADA KEDAI KOPI AGP (AREK GRESIK PUNYA)  
DI DINOYO MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri  
Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**MOH. NUR KIROM**  
NIM : 08510063

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2012**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI KUALITAS PRODUK  
PADA KEDAI KOPI AGP (AREK GRESIK PUNYA)  
DI DINOYO MALANG

SKRIPSI

Oleh  
**MOH. NUR KIROM**  
NIM : 08510063

Telah Dipertahankan di Dewan penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 10 Juli 2012

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>Irmayanti Hasan, ST., MM</u> NIP. 19770506 200312 2 001	( )
2. Sekretaris/Pembimbing <u>Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M,Ag</u> NIP. 19620115 199803 1 001	( )
3. Penguji Utama <u>Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag.</u> NIP. 19711211 199903 1 003	( )

Disahkan Oleh:  
Ketua Jurusan,

**Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si**  
NIP.19720212 200312 1 003

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya fenomenalku ini kepada :

Kedua orang tua ku Bapak Malkan dan Ibu Samiatun, sebagai ungkapan rasa syukur yang mendalam dan ucapan terima kasih yang tulus yang tak ternilai kepada mereka, yang telah menjadi bagian dari hidupku, laksana asset yang berharga, yang senantiasa memberikan modal untuk mengkonstruksi tatanan kehidupan yang lebih dinamis, berwarna, dan bermakna. Dengan Cinta dan kasih sembari memohon doa dan ridho-Nya, semoga semua pengorbanan dan jasa yang engkau berikan menjadi amal yang diterima Allah SWT.

MOTTO

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ ﴿٢٤٦﴾

*Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. dan Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu'.*

ءَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ ءَامَنُوا

مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ ﴿٧٧﴾

*“Berimanlah kamu kepada Allah dan rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan sebagian dari hartanya memperoleh pahala yang besar”.*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT, dengan rahmat serta hidayah-Nya akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar, dengan judul “*Analisis Strategi Kualitas Produk Pada Kedai Kopi AGP (Arek Gresik Punya) Di Dinoyo Malang*”.

Sholawat dan salam semoga tetap terhaturkan kepada baginda agung tercinta dan terkasih Rasulullah Saw yang telah mengajarkan, membimbing, serta mengarahkan kita sehingga dapat mengerti dan membedakan mana yang baik/benar dan yang buruk/salah.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan sempurna tanpa bantuan dan kerjasama dari berbagai elemen. Oleh karena itu, dengan segenap keikhlasan dan kerendahan hati saya sampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

4. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag. selaku Dosen pembimbing yang dengan kesabaran membimbing dan memberi arahan serta masukan yang amat berguna hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Buat Bapak dan Ibu tercinta (Malkan dan Samiatun), yang tiada henti-hentinya mendo'akan, membimbing, dan memotivasi, sehingga Peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
6. Bapak Deni selaku pimpinan kepala Kedai Kopi AGP beserta seluruh karyawannya, yang telah banyak memberikan informasi dan bimbingan selama Peneliti melakukan penelitian di Kedai Kopi AGP.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi angkatan 2008, Kakanda/Adinda PBV unior khususnya dan seluruh anggota UKM UNIOR secara umumnya yang senantiasa memberi motivasi dan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman kontrakan Jl. Gajayana Gang II no 662, serta komunitas aktifis warung kopi dimana pun berada, yang telah membantu proses terselesaikannya skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu-satu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan baik pikiran dan tenaganya mendapat balasan yang bernilai dari Allah SWT, dan menjadi amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat.

Semoga karya penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi dunia pendidikan sebagai referensi penelitian selanjutnya, informasi dan juga pengetahuan baru bagi pembacanya. Amiiien.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa Penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, Peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk kesempurnaan karya ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Malang, 04 Mei 2012

Peneliti

Moh. Nur Kirom



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK.....	xvi

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6

### **BAB II. KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Dahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritis.....	7
2.2.1 Produk .....	10
2.2.2 Kualitas .....	17
2.2.3 Strategi produk .....	24
2.2.4 Kualitas produk perspektif Islam .....	32

2.3 Kerangka Berfikir .....	40
-----------------------------	----

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian.....	41
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
3.3 Data dan Jenis Data.....	43
3.3.1 Data Primer.....	43
3.3.2 Data Skunder.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Metode Analisis Data.....	47

### **BAB IV: PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum Kedai Kopi AGP .....	50
4.1.1 Sejarah Kedai Kopi AGP .....	50
4.1.2 Hari dan Jam Kerja .....	51
4.1.3 Gaji dan Tunjangan .....	52
4.1.4 Visi, Misi, dan Tujuan Kedai Kopi AGP.....	52
4.1.5 Struktur Organisasi Kedai Kopi AGP .....	53
4.1.6 Ruang Lingkup Kegiatan .....	57
4.2 Pembahasan Hasil Data Penelitian .....	59
4.2.1 Produk .....	59
4.2.2 Karakteristik Produk .....	60
4.2.3 Kualitas Produk .....	61
4.2.4 Pentingnya Kualitas Produk .....	63
4.2.5 Strategi Produk .....	65
4.2.5.1 Strategi Kualitas Produk .....	65
4.2.5.2 Strategi Desain Produk .....	71
4.2.5.3 Strategi Diversifikasi Produk .....	76
4.2.6 Implikasi Positif .....	80

**BAB V: PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....83

5.2 Saran .....84

**DAFTAR PUSTAKA.....85**

Lampiran-Lampiran

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir .....	40
Gambar 3.5: Teknik Analisis Data.....	48
Gambar 4.1: Struktur Organisasi .....	53

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 : Persamaan dan perbedaan Penelitian.....	8
---	---

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Pedoman Wawancara .....	87
Lampiran 2: Hasil Wawancara .....	89
Lampiran 3: Bukti Konsultasi .....	94
Lampiran 4: Surat Keterangan .....	95
Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup .....	96

## ABSTRAK

Kirom, Moh. Nur. 2012 SKRIPSI. Judul: “Analisis Strategi Kualitas Produk Pada Kedai Kopi Agp (Arek Gresik Punya) Di Dinoyo Malang.

Pembimbing : Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M,Ag

Kata Kunci : Strategi, Kualitas Produk

---

Seiring dengan tingkat kebutuhan dan permintaan konsumen akan minuman kopi yang semakin beranekaragam jenis dan karakteristiknya, semakin maraknya persaingan usaha kedai kopi yang ada saat ini. Fenomena ini menuntut para pengusaha untuk semakin lebih mengintensifkan serta memprioritaskan strategi produk yang diterapkan di kedainya itu, sehingga produk yang dipasarkan memberikan daya tarik kepada konsumen dan menjadikannya sebagai produk preferensi mereka. Sejalan dengan statemen ini, kedai kopi AGP memilih strategi kualitas produk menjadi strategi yang diprioritaskan dalam memasarkan produknya kepada konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana strategi produk yang diterapkan oleh Kedai Kopi AGP dalam memasarkan produk/minuman kopi agar dapat menjadi minuman kopi pilihan konsumen, serta bagaimana implikasi dari strategi produk yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengembangan validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedai kopi AGP (Arek Gresik Punya) menerapkan strategi kualitas produk sebagai strategi yang diprioritaskan, melalui cita rasa yang tinggi, pemilihan jenis kopi yang asli/murni (tanpa campuran), karakteristik kopi keras dan kental, serta metode racikan, takaran, dan juga pengadukan yang semuanya terkordinir dengan efektif. Selain menerapkan strategi kualitas produk kedai kopi AGP juga menggunakan strategi desain produk. Strategi ini direalisasikan melalui Labelling, pemakaian cangkir cempluk, dan desain konstruksi kedai itu sendiri. Disamping itu juga, strategi diversifikasi produk juga diterapkan oleh kedai kopi AGP. Strategi ini direalisasikan dengan disediakannya berbagai produk minuman tambahan dan juga berbagai makanan. Implikasi dari penerapan ketiga strategi di atas adalah bisa meningkatkan penjualan dan biaya yang rendah, gabungan keduanya menghasilkan profitabilitas dan pertumbuhan.

## ABSTRACT

Kirom, Moh. Nur. 2012. Thesis. Title: "Analysis of Quality Product Strategies At AGP Café (Arek Gresik punya) in Dinoyo Malang.  
Supervisor: Dr. H. Salim Al Idrus, M.M., M. Ag.

Keywords: Strategy, Product Quality

---

Along with the level of need and consumer demand for an increasingly wide variety of coffee drinks, characteristics and types, causing escalating of coffee houses competition that exists today. This phenomenon requires the employers to intensify further and prioritize product strategy was implemented in her stall, so the products are marketed to appeal to consumers and make it as a product of their preferences. In line with this statement, the AGP coffee choose product quality strategy into a prioritized strategy in marketing their products to customers.

The purpose of this study is to describe how the product strategies adopted by the AGP Café in marketing products / drinks coffee to drink coffee to customer choice, and how the implications of product strategy undertaken. This study using qualitative descriptive methods. Data from this study were obtained by conducting interviews, observations, and documentation. Development validity of the data in this study was done by using triangulation. Triangulation techniques used in this study were triangulation and triangulation of data sources.

The results showed that the AGP coffee (Arek Gresik punya) to implement the strategy of product quality as a priority strategy, through a high taste, the selection of the original coffee / pure (without mixture), the characteristics of hard and strong coffee, and the method of mixing, dosing , and also that everything is coordinated effectifly. In addition implementing the strategy of product quality AGP coffee also use the product design strategy. This strategy is realized through Labelling, use *cempluk* cups, and construction design of the shop . Beside that, the product diversification strategy is also applied by the AGP coffee. This strategy is applied by the availability of additional beverage products as well as the variety of foods. The implications of applying the three strategies above are able to increase sales and lower costs, the combination of both are profitability and growth.



## المخلص

كرام, محمد نور. 2012. أطروحة. عنوان: "تحليل الاستراتيجيات على جودة المنتج AGP مقهى (ارك جريسك فونيا) دنوبو مالانغ.  
المشرف: د,حاج. سالم الادروس ، M.M ، M.Ag

الكلمات الرئيسية: الاستراتيجية ، جودة المنتج

جنباً إلى جنب مع مستوى الطلب، والطلب على السلع الاستهلاكية لمجموعة واسعة على نحو متزايد من القهوة والمشروبات وأنواع ، وانتشار المنافسة المقاهي الموجودة اليوم. هذه الظاهرة يتطلب من أصحاب العمل على تكثيف وإعطاء الأولوية وتم تنفيذ استراتيجية المنتجات في محلها، لذلك يتم تسويق هذه المنتجات للناشئ المستهلكين وجعلها كمنتج من تفضيلاتهم. وتمشيا مع هذا البيان، واختيار المنتج AGP قهوة استراتيجية نوعية في استراتيجية ذات أولوية في تسويق منتجاتهم للمستهلكين.

وكان الغرض من هذه الدراسة لوصف كيفية استراتيجيات المنتج الذي اعتمده مقهى AGP في تسويق المنتجات / المشروبات القهوة شرب القهوة على خيار المستهلك، وكيف أن الآثار المترتبة على استراتيجية المنتج بها. هذه الدراسة باستخدام أساليب وصفي نوعي. تم الحصول على بيانات من هذه الدراسة من خلال إجراء المقابلات، والملاحظات، والوثائق. تنمى وقد تم صحة البيانات في هذه الدراسة باستخدام التثليث. وكانت تقنيات المثلثات المستخدمة في هذه الدراسة تثليث وتثليث من مصادر البيانات.

وأظهرت النتائج أن AGP (ارك جريسك فونيا) القهوة لتنفيذ الاستراتيجية من جودة المنتج كاستراتيجية ذات الأولوية، من خلال الذوق الرفيع، في اختيار النص الأصلي القهوة / نقي (بدون خليط) الجرعات خصائص القهوة صعبة وقوية، وطريقة خلط، ، وأيضا يتم التنسيق مع ان كل شيء إثارة فعالا. بالإضافة إلى تنفيذ الاستراتيجية من جودة المنتج AGP القهوة يستخدم أيضا استراتيجية تصميم المنتجات. ويتحقق هذا من خلال استراتيجية ووضع البطاقات التعريفية، واستخدام أكواب ، وبناء متجر التصميم نفسه.

الى جانب ذلك، يتم أيضا تطبيق استراتيجية تنويع المنتجات التي AGP القهوة. وتتحقق هذه الاستراتيجية التي توفر منتجات المشروبات إضافية، فضلا عن مجموعة متنوعة من الأطعمة. الآثار المترتبة على تطبيق الاستراتيجيات الثلاث اعلاه هي قدرة على زيادة المبيعات وتخفيض التكاليف، ومزيج من الاثنين معا الربحية والنمو