

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN MEBEL UD SUMBER SARI
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



Oleh :

Destriana Manggala Putri

NIM 401180175

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

**IAIN
PONOROGO**

ABSTRAK

Putri, Destriana Manggala. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mebel UD Sumber Sari Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Muchtim Humaidi, M.IRKH.

Kata Kunci: Strategi, loyalitas pelanggan.

Strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan strategi pemasaran syariah yang menerapkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat variabel yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Dengan menggunakan konsep strategi tersebut, maka perusahaan dapat melayani pelanggan dengan cara memuaskan pelanggannya dengan menggunakan keempat strategi tersebut. Namun, masih terdapat pelanggan yang *complain* dan merasa tidak puas dengan hasil produk yang dihasilkan.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam dan mengetahui loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yang bertujuan untuk memperoleh informasi dalam strategi mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dikatakan sudah baik, karena sudah sesuai dengan teori strategi mempertahankan loyalitas pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam. Sedangkan loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dikategorikan baik karena pelanggan berkomitmen untuk melakukan pembelian secara berulang pada perusahaan. Namun, untuk loyalitas pelanggan Mebel UD Sumber Sari belum sepenuhnya membuat pelanggan puas dengan hasil yang diberikan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari belum sesuai dengan teori loyalitas pelanggan dalam perspektif Islam. Karena, masih terdapat pelanggan yang merasa kurang puas dan dirugikan dengan hasil serta layanan yang diberikan oleh pihak Mebel UD Sumber Sari. Sehingga jual beli yang dilakukan tidak saling menguntungkan antara kedua belah pihak.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1.	Destriana Manggala Putri	401180175	Ekonomi Syariah	Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mebel UD Sumber Sari dalam Perspektif Ekonomi Islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 25 April 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Pembimbing

Mughtim Humaidi, M.IRKH.
NIDN. 2027068103



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mebel UD
Sumber Sari dalam Perspektif Ekonomi Islam
Nama : Destriana Manggala Putri
NIM : 401180175
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji :

Ketua Sidang
Ridho Rokamah, S.Ag., MSI
NIP. 197412111999032002

: ()

Penguji I
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003

: ()

Penguji II
Muchtim Humaidi, M.IRKH.
NIDN. 202706813


: ()

Ponorogo, 8 Juni 2022

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Muthli Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Destriana Manggala Putri

NIM : 401180175

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

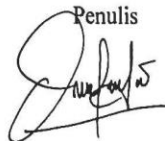
Judul Skripsi/Tesis : Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mebel UD Sumber Sari Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 7 Juni 2022

Penulis



Destriana Manggala Putri

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Destriana Manggala Putri

NIM : 401180175

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
MEBEL UD SUMBER SARI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 25 April 2022

Pembuat Pernyataan,



Destriana Manggala Putri

NIM 401180175

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	8
F. Metode Penelitian.....	12
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	12
2. Lokasi Penelitian.....	13
3. Data dan Sumber Data.....	14
4. Teknik Pengumpulan Data.....	14
5. Teknik Pengolahan Data.....	17
6. Analisis Data.....	17
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	17
8. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN PERSPEKTIF ISLAM DAN LOYALITAS PELANGGAN PERSPEKTIF ISLAM	
A. Strategi	
1. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam	20
2. Sifat – Sifat Nabi dalam Mengelola Bisnis	25
B. Loyalitas Pelanggan	
1. Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam.....	28

2. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam.....	29
BAB III STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MEBEL UD SUMBER SARI	
A. Gambaran Umum Mebel UD Sumber Sari	
1. Sejarah Mebel UD Sumber Sari.....	32
2. Lokasi Mebel UD Sumber Sari.....	32
3. Produk-Produk Mebel UD Sumber Sari.....	33
4. Struktur Organisasi Mebel UD Sumber Sari.....	34
B. Strategi Mebel UD Sumber Sari dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	34
C. Loyalitas Pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari.....	41
BAB IV ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	
A. Strategi Mebel UD Sumber Sari dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	48
B. Loyalitas Pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62
RIWAYAT HIDUP.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi identik dengan pemanfaatan teknologi yang lebih modern, sehingga lebih mempermudah pekerjaan setiap manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Teknologi yang semakin modern menjadi suatu kebutuhan penting untuk kelangsungan hidup terutama dalam bidang perekonomian. Dalam bidang perekonomian, teknologi sangat berperan penting dalam menggerakkan bisnis yang akan dijalankan.¹ Seiring dengan perkembangan teknologi perekonomian di Indonesia yang mengalami kemajuan, begitu pun dalam ekonomi islam. Di Indonesia mayoritas orang muslim yang tentunya menginginkan kegiatan ekonomi yang bersifat islami. Ekonomi islam adalah suatu kegiatan perekonomian yang berlandaskan pada konsep syariah. Dalam perkembangannya, ekonomi islam dilakukan sesuai dengan etika bisnis islam yang tentunya sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW.

Hukum islam merupakan tata aturan yang mencakup dan memberikan ketentuan hukum terhadap semua perbuatan manusia baik dalam hubungan pribadi, hubungan dengan masyarakat maupun hubungan antar agama.² Dalam Al-Qur'an sebagaimana telah dijelaskan bahwa

¹ Titin Srijanjani, Analisis Mempertahankan Konsumen Toko Zoya dalam Perspektif Islam Jurnal Iqtishadi. Vol. 8. NO. 1. 2015.

² Ahmad Hanafi, *Pengantar dan Sejarah Hukum Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1990), cet, ke-1, h.9.

pegangan hidup umat Islam telah mengatur kegiatan bisnis secara jelas dan memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan, sehingga Al-Qur'an mendorong umat Islam untuk bertransaksi bisnis dalam kehidupan. Meskipun demikian dalam melakukan transaksi bisnis, seorang muslim harus memperhatikan keadilan sosial bagi masyarakat luas.³

Persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini merupakan suatu hal yang harus dipertimbangkan bagi suatu perusahaan. Terutama dalam menentukan strategi yang akan digunakan untuk menjalankan usahanya agar dapat bertahan dalam berbagai situasi dan memiliki pelanggan yang banyak. Pemenuhan keinginan dan kebutuhan serta nilai kualitas sangat dipengaruhi oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan sebagai pemakai. Eksistensi pelanggan sangat berarti bagi sebuah perusahaan. Apabila perusahaan dapat mempertahankan pelanggan hal tersebut akan menciptakan hubungan timbal balik atau sama - sama menguntungkan antara kedua belah pihak.

Dalam menjalankan usaha, pelanggan merupakan salah satu faktor yang penting dalam berjalannya usaha. Maka dari itu perusahaan harus mempunyai strategi untuk mempertahankan pelanggan. Di dalam ekonomi Islam dibolehkan menggunakan berbagai strategi untuk memasarkan atau menjual suatu produk, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan

³Veithzal Rivai, Dkk, *Islamic Transaction Law In Business* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011),

segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan mendzalimi pihak lain.⁴

Loyalitas diartikan sebagai kesetiaan. Kesetiaan yang timbul karena kesadaran diri tanpa adanya paksaan dari berbagai pihak atau orang lain. Menurut Ali Hasan, loyalitas pelanggan diartikan sebagai orang yang sudah membeli atau orang yang sudah pernah melakukan transaksi pembelian baik secara teratur atau berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang melakukan pembelian secara berulang-ulang pada suatu tempat yang sama untuk memenuhi kebutuhannya dengan memiliki suatu produk atau jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Schiffman menyatakan bahwa loyalitas merupakan suatu bentuk komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang.⁵

Loyalitas dalam Islam disebut dengan al-wala'. Secara etimologi, alwala' memiliki beberapa makna antarlain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam atau al-wala' adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya. Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling

⁴ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life And General* (Jakarta: Gema Insane, 2004), 440.

⁵ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 61.

menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam.⁶

Loyalitas pelanggan terjadi bukan karena unsur ketidaksengajaan melainkan terdapat berbagai faktor yang menjadikan konsumen menjadi setia pada barang atau jasa tersebut. Menurut Dhammestadan, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas diantaranya faktor harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi.⁷ Seperti yang sudah dijelaskan bahwa pelanggan tidak akan menjadi loyal secara tiba-tiba, akan tetapi terdapat suatu hal yang pastinya dapat mempengaruhi atau menyebabkan pelanggan menjadi loyal. Adapun hal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah bagaimana perusahaan memperlakukan pelanggan yang mempunyai kebutuhan berbeda dengan perlakuan yang berbeda sehingga perusahaan dapat mencapai pelanggan yang loyal.⁸

Dalam agama islam keunggulan yang hakiki adalah ketika kita dapat meraih keuntungan dunia dengan ridha Allah SWT atas usaha yang dijalankan sesuai dengan syariah serta keberkahan di dunia dan di akhirat. Salah satu usaha yang bermanfaat dan usaha yang disukai Rasulullah SAW adalah berdagang yang mana kegiatan tersebut selain mendapat keuntungan juga dapat memberikan manfaat kepada orang lain.

⁶Ririn Tri Ratnasari, Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 2, No. 4, 2015, 6.

⁷Nurullaili, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware", *Administrasi Bisnis*, 1 (Maret 2013), 90.

⁸ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 62.

Seperti halnya dengan Mebel UD Sumber Sari yang berada di Desa Pintu. Tepatnya berada di Jalan Sidoluhur Dusun Desan, Desa Pintu, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi masyarakat sekitar dan yang lainnya. Mebel UD Sumber Sari merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang manufaktur yaitu mengubah barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi atau siap pakai seperti bivet, meja makan, kursi, lemari dan lain sebagainya.

Menurut Dhammesta faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah faktor harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi.⁹ Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti terhadap pemilik UD Sumber Sari, diketahui bahwa UD Sumber Sari kurang dalam melakukan pemasaran atau promosi usaha, hal ini dibuktikan dengan masih digunakannya promosi dari mulut ke mulut dan belum menggunakan media yang lebih modern seperti whatsapp, instagram, facebook maupun website.¹⁰ Selain itu, sering terjadi keterlambatan kayu datang sehingga proses pengerjaan maupun pengiriman barang jadi menjadi terlambat atau tidak sesuai dengan perjanjian awal. Berdasarkan fakta respon dari beberapa pelanggan mebel terdapat beberapa ketidakpuasan terhadap produk yang dihasilkan seperti salah dalam pengukuran, model desain yang berbeda dari yang diinginkan konsumen, bahan produk yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Hal tersebut yang menimbulkan

⁹Nurullaili dan Andi Wijayanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Kosumen Tupperware", *Jurnal Administrasi isnis*, 1 (Maret 2013), 90.

¹⁰ Slamet, *Observasi*, 04 Oktober 2021.

kekecewaan pihak pelanggan yang notabennya sebagai konsumen. Karena merasa dirugikan dalam pelayanan jasa tersebut maka pelanggan tidak merasa puas dengan hasil produk yang diberikan. Dimana hal tersebut dibuktikan dengan adanya pelanggan yang *complain* mengenai hasil produksi.¹¹

Complain atau keluhan adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan dan kemarahan atas *service* jasa atau produk. Dasar utama bolehnya klaim cacat adalah firman Allah :

إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم

Artinya : “Kecuali jika berlangsung perdagangan yang saling ridho di antara kalian”.

Dari ayat diatas dapat diartikan bahwa kebolehan adanya *complain* apabila terdapat ketidak saling ridha dalam transaksi jual beli. Komplain dalam jual beli umumnya adalah disebabkan karena klaim cacat barang. Untuk menjaga agar tidak timbul perselisihan antara penjual dan pembeli, maka para ulama menetapkan definisi cacat menurut kacamata fiqih.¹²

Para ulama umumnya memberikan definisi tentang cacat adalah sebagai berikut :

ما نقص عن الخلقة الطبيعية أو عن الخلق الشرعي نقصانا له تأثير في ثمن المبيع

Artinya: “Sesuatu yang kurang dari watak asal barang produksi, atau

¹¹ Sri Mariati, 04 Oktober 2021.

¹² Muhammad Syamsudin, “Klaim Cacat Barang dan Boleh Dikembalikan dalam Fiqih Jual Beli,” dalam <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/klaim-cacat-barang-dan-boleh-dikembalikan-dalam-fiqih-jual-beli-ceNQy>, (diakses pada tanggal 5 Juni 2022, jam 09.00).

sesuatu yang kurang dari pekerti syara' sehingga berpengaruh terhadap harga barang."

Seharusnya dengan semua permasalahan yang terjadi pada mebel UD Sumber Sari tersebut memberikan dampak terhadap tingkat pelanggan atau konsumen. Dari kekecewaan konsumen terhadap hasil produksi seharusnya konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang kepada mebel tersebut. Namun hal ini justru sebaliknya, kurangnya pemasaran usaha, bahan baku yang sering terlambat, kesalahan dalam pengukuran, ketidaksesuaian bahan produk dan ketidaksesuaian model produk dengan pesanan namun masih banyak pelanggan atau konsumen yang melakukan pemesanan ulang pada mebel UD Sumber Sari.

Untuk itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang faktor-faktor yang menyebabkan loyalitas pelanggan pada mebel UD Sumber Sari mengingat Mebel UD Sumber Sari dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan kurang baik namun pelanggan tetap loyal dengan melakukan pembelian ulang pada Mebel UD Sumber Sari.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul penelitian ini yaitu "Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mebel UD Sumber Sari dalam Perspektif Ekonomi Islam".

B. Rumusan Masalah

Fokus penelitian berdasarkan permasalahan dalam latar belakang di atas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan menurut Perspektif Ekonomi Islam ?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dalam Perspektif Ekonomi Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan menurut perspektif ekonomi islam.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dalam perspektif ekonomi islam ?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji sebuah teori, apakah terdapat perbedaan antara teori dengan masalah yang ada di kehidupan nyata.
- b. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c. Sebagai bahan informasi kepada pembaca.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi pelaku usaha dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi masyarakat dapat memberikan pengetahuan sehingga dapat menambah wawasan.
- c. Bagi peneliti diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian yang sudah ada, maka penulis mencoba melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya antara lain sebagai berikut :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Choirun Nisa', "Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Gribel Mentari Ceria AHE Unit Klitik", dalam penelitian tersebut menggunakan metode induktif dengan hasil penelitian sebagai berikut : strategi mempertahankan loyalitas pelanggan pada Gribel Mentari Ceria AHE dikatakan sudah baik, karena sesuai dengan teori strategi membangun loyalitas pelanggan. Namun pada kenyataannya, dengan strategi yang sudah bagus belum dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Kemudian faktor pendukung dan penghambat pada Gribel Mentari Ceria AHE dalam mempertahankan loyalitas pelanggan disimpulkan bahwa faktor pendukung belum sepenuhnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Sedangkan faktor

penghamat dari pihak eksternal lebih mendominasi terhadap tingkat loyalitas pelanggan.¹³

Persamaan pada penelitian ini adalah kesamaan dalam pengambilan subjek penelitian yaitu mengenai loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Choirun Nisa' dengan penulis yaitu tempat penelitian penulis berada di UD Sumber Sari yang ada di Desa Pintu Kecamatan Jenangan, dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dani, "Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus 38 Banjarejo Lampung Timur)", dalam penelitian tersebut menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan hasil penelitian sebagai berikut: untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan konsumennya, Laundry Arafah menerapkan strategi yang meliputi memberikan informasi yang jelas dan lengkap terhadap produk-produk di Laundry Arafah, selalu mengupload atau membroadcast jasa laundry, menyediakan banyak layanan untuk order yang dapat melalui facebook, WA, telepon, sms dan instagram. Strategi yang lainnya adalah penukaran arang apabila barang yang di laundry cacat, pelayanan jasa pengiriman yang cepat dan gratis, kualitas hasil laundry yang terjamin dan terjaga, diskon untuk member atau diskon saat event

¹³ Choirun Nisa', "Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Gribel Mentari Ceria AHE Unit Klitik", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

tertentu, menampung keluhan dan saran konsumen dan berusaha mencari solusinya.¹⁴

Persamaan pada penelitian ini adalah kesamaan dalam objek penelitian yaitu mengenai loyalitas pelanggan dalam perspektif ekonomi islam. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan penulis yaitu tempat penelitian berada di UD Sumber Sari yang ada di Desa Pintu Kecamatan Jenangan.

Ketiga, penelitian oleh Arief Rohman, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk FAN ELEKTRIK Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan hasil penelitian sebagai berikut : harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, variable independen antara lain harga dan kualitas produk secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variable dependen yaitu loyalitas pelanggan.¹⁵

Persamaan pada penelitian ini adalah kesamaan dalam pengambilan subjek penelitian yaitu mengenai loyalitas pelanggan dalam perspektif ekonomi islam. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Arief

¹⁴Ahmad Dani, “Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus 38 Banjarejo Lampung Timur)”, *Skripsi* (IAIN METRO, 2020).

¹⁵Arief Rohman, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk FAN ELEKTRIK Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi* (Lampung: UIN RADEN INTAN, 2018).

Rohman dengan penulis yaitu tempat penelitian penulis berada di UD Sumber Sari yang ada di Desa Pintu Kecamatan Jenangan.

Keempat, penelitian oleh Hasnah Husaini, “Manajemen Inovasi dan Loyalitas Konsumen Pada UD Hasby Mlarak Ponorogo”, dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan hasil penelitian sebagai berikut : analisa manajemen inovasi UD Hasby dari analisa ditunjukkan pada perubahan tempat atau lingkungan kerja, SDM, modal, peralatan produksi, sistem operasional, waktu kerja konsumen, dan struktur organisasi, kemudian analisa loyalitas konsumen setelah perubahan manajemen menunjukkan bahwa konsumen akan tetap loyal dengan UD Hasby. Adapun faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas produk, kemudahan dan kenyamanan dalam pembelian, dan kepuasan. Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah bonus dan ramah. Sedangkan faktor yang paling dominan yaitu kualitas produk.¹⁶

Persamaan pada penelitian ini adalah kesamaan dalam pengambilan subjek penelitian yaitu mengenai loyalitas konsumen. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Hasnah Husaini dengan penulis yaitu penulis dalam mengumpulkan data menggunakan pespektif ekonomi islam.

¹⁶ Hasnah Husaini, “Manajemen Inovasi dan Loyalitas Konsumen Pada UD Hasby Mlarak Ponorogo”, *Skripsi* (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019).

Kelima, penelitian oleh Lucky Irvansyah, “Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Di Perusahaan Mebel Haji Slamet Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, dalam penelitian tersebut menggunakan metode deduktif dan induktif dengan hasil penelitian sebagai berikut : Mebel Haji Slamet dalam mempertahankan konsumen menggunakan strategi produk dan harga. Karena kedua strategi tersebut dirasakan lebih memiliki peran penting mempertahankan loyalitas konsumen dalam membeli produk di Mebel Haji Slamet.¹⁷

Persamaan pada penelitian ini adalah kesamaan dalam pengambilan subjek penelitian yaitu dalam perspektif ekonomi islam. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Choirun Nisa’ dengan penulis yaitu tempat penelitian penulis berada di UD Sumber Sari yang ada di Desa Pintu Kecamatan Jenangan, dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dari penelitian jika dilihat dari perolehan datanya yaitu termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yang dilakukan dalam penelitian kualitatif menghasilkan data yang diartikan sebagai fakta atau informasi dari aktor (subjek penelitian, informasi, pelaku), aktivitas dan tempat yang menjadi subjek

¹⁷ Lucky Irvansyah, “Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Di Perusahaan Mebel haji Slamet Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi* (IAIN METRO, 2020).

penelitiannya.¹⁸ Penelitian lapangan yang dilakukan yaitu untuk memperoleh informasi dalam strategi mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian jenis ini mendeskripsikan peristiwa atau kejadian yang bersifat faktual, mencari informasi yang dilakukan secara mendetail. Pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena – fenomena yang ada di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang terjadi secara apa adanya dalam situasi yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya.¹⁹

Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti secara langsung kepada pengelola Mebel UD Sumber Sari. Kemudian menafsirkan dan menguraikan data yang berkaitan terhadap strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

2. Lokasi / Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah sebuah tempat dimana peneliti memperoleh data yang diinginkan. Penelitian ini dilakukan langsung dilapangan (*field research*) yaitu berupa sebuah mebel kayu UD Sumber Sari yang beralokasikan di Dusun Desan Desa Pintu Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo. UD Sumber Sari merupakan usaha yang bergerak dalam bidang manufaktur yaitu mengubah barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang

¹⁸Idrus, Muhammad. "Metode Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." *Jakarta: Erlangga* (2009).

¹⁹Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)* (Sukabumi: CV. Jejak, 2017), 36.

siap pakai seperti bivet, meja, kursi, almari, dll. Telah diketahui bahwa UD Sumber Sari kurang dalam melakukan promosi usaha, seringnya keterlambatan pengiriman produk, kesalahan dalam pengukuran, kesalahan model desain produk yang tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen, serta bahan produk yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Hal tersebut menimbulkan kekecewaan pihak pelanggan yang dibuktikan dengan adanya pelanggan yang *complain* mengenai hasil produk. Dengan adanya pelanggan yang kecewa oleh produk yang dihasilkan mebel UD Sumber Sari seharusnya pelanggan tidak akan melakukan pembelian ulang atau menghentikan layanan dengan pihak mebel, namun ketidakpuasan tersebut tidak mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan yang ada di mebel UD Sumber Sari.

3. Data dan Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.²⁰ Sedangkan sumber data merupakan seluruh data yang diberikan oleh informan berupa keterangan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.²¹ Data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah :

²⁰ H. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 123.

²¹ Muchlis Anshori dan Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Perss, 2009), 9.

1. Strategi Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Sumber data ini diperoleh dari pemilik dan pengelola selaku penanggung jawab pada Mebel UD Sumber Sari.
 2. Loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari. Sumber data ini diperoleh dari pelanggan Mebel UD Sumber Sari.
4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat strategis dalam penelitian. Adapaun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data. Secara umum terdapat empat teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan atau triangulasi.²² Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi untuk memperoleh informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi atau data secara mendalam mengenai isu yang diangkat dalam penelitian.²³ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan secara bebas dengan mengajukan pertanyaan secara garis besar pertanyaan yang ditanyakan. Wawancara ini digunakan untuk memperoleh data yang tepat dengan mengajukan pertanyaan

²² Subagiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 104-105.

²³ Rahardjo, Mudjia. "Metode pengumpulan data penelitian kualitatif." (2011).

kepada pemilik, pengelola dan pelanggan dari Mebel UD Sumber Sari.

b. Observasi

Hakikatnya observasi merupakan kegiatan dengan menggunakan panca indra, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Beberapa bentuk observasi yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur dan observasi kelompok.

Pada penelitian ini observasi yang digunakan yaitu observasi tidak terstruktur. Dengan ini observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kepada pemilik dan pengelola serta pelanggan pada Mebel UD Sumber Sari untuk membuktikan kebenaran dari informasi yang didapat dari wawancara yang telah dilakukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu.²⁴ Teknik pengumpulan data secara dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mendapatkan informasi dan berbagai macam sumber tertulis atau dokumen baik berupa gambar, patung ataupun pada subjek tempat tinggal atau

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 124.

yang melakukan kegiatan sehari-hari.²⁵ Penelitian ini menggunakan dokumentasi dalam bentuk foto lokasi penelitian, proses penelitian dan proses wawancara.

5. Teknik Pengolahan Data

Pada jenis penelitian kualitatif, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpul, data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan. Pada saat analisis data, dapat kembali lagi ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap kurang atau perlu dan mengolahnya kembali.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode induktif, yaitu cara berfikir untuk menarik kesimpulan dari suatu fenomena-fenomena atau pendapat yang khusus menuju kesuatu kaidah atau pendapat yang bersifat umum.²⁶ Disini penulis mengamati masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum yaitu dengan cara mengamati dan mengumpulkan data lapangan, kemudian menganalisis strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dalam perspektif ekonomi islam, kemudian ditarik kesimpulan.

²⁵Mardawani, M. "Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif." *Yogyakarta: Deepublish* (2020).

²⁶Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo, STAIN Po Press, 2010), 153.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan atau uji keabsahan data dalam sebuah penelitian merupakan konsep penting sebagai pembaharuan atas konsep kesahihan dan keandalan. Karakteristik utama penelitian dalam kondisi alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti menjadi instrument kunci, menyajikan data dalam bentuk kata atau gambar dan tidak menekankan pada angka-angka, mengutamakan proses dari pada produk, melakukan makna dibalik data yang diamati.²⁷

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi dimana peneliti akan menguji kredibilitas data dengan cara mengecek dan mengklarifikasi data dari beberapa sumber. Teknik ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang disampaikan di depan umum dengan apa yang disampaikan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan.²⁸

²⁷Albi Anggito, dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak Publisher, 2018), 212.

²⁸Moleong, *Metodologi Penelitian*, 321-331.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat memberikan gambaran mengenai penelitian ini, dapat disusun sistematika pembahasan sebagai berikut :

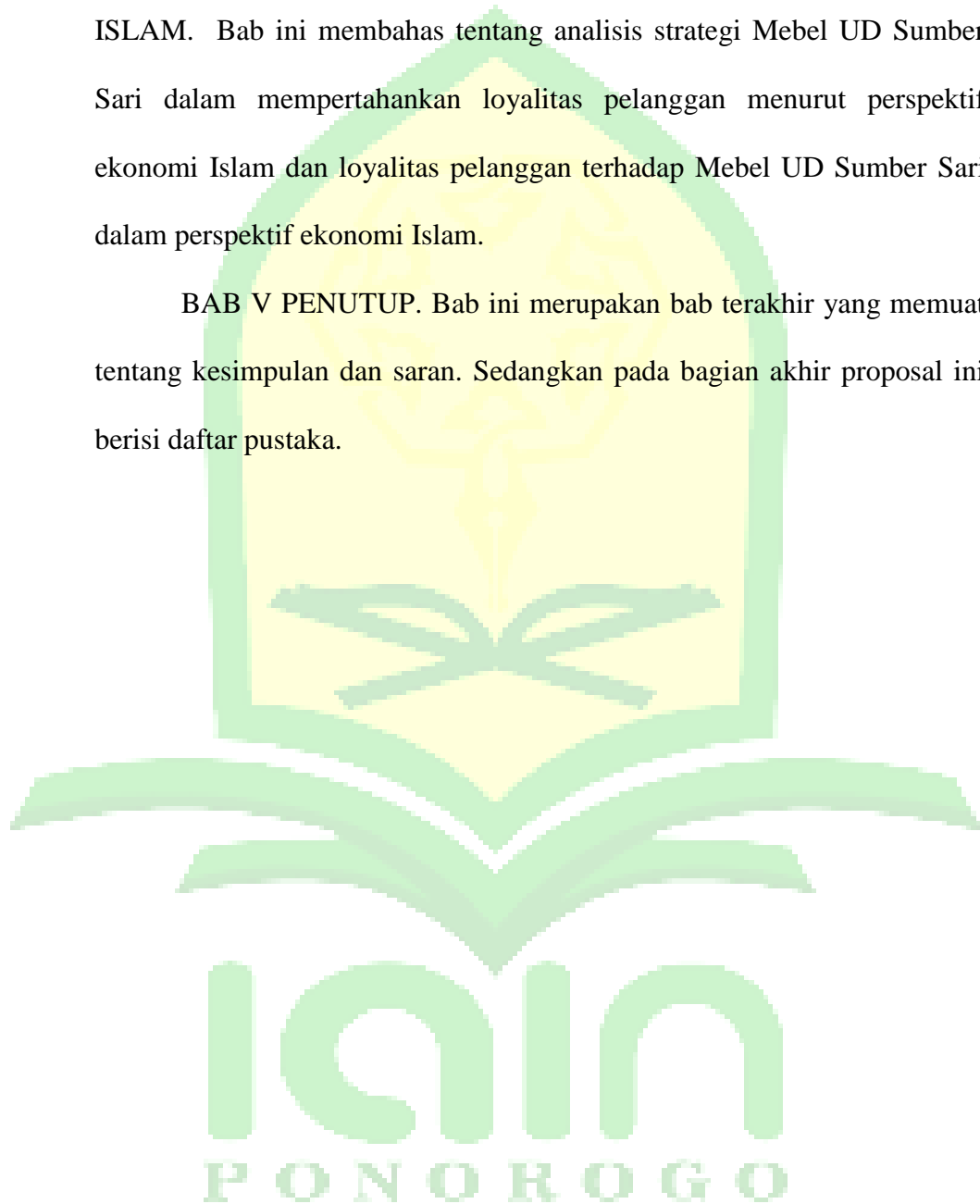
BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini berisi penjabaran tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN PERSPEKTIF ISLAM DAN LOYALITAS PELANGGAN PERSPEKTIF ISLAM. Pada bab ini memuat berbagai hal yang merupakan landasan teori dari bab-bab berikutnya yang terdiri dari pengertian strategi mempertahankan loyalitas pelanggan dalam perspektif ekonomi islam, loyalitas pelanggan perspektif islam dan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan perspektif islam.

BAB III STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MEBEL UD SUMBER SARI. Bab ini berisi mengenai paparan data atau informasi yang terdiri dari data inti dan pendukung yang dijelaskan secara rinci. Data dalam bab ini meliputi pembahasan tentang profil usaha Mebel UD Sumber Sari dan strategi Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Serta faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari.

BAB IV ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MEBEL UD SUMBER SARI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. Bab ini membahas tentang analisis strategi Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan menurut perspektif ekonomi Islam dan loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dalam perspektif ekonomi Islam.

BAB V PENUTUP. Bab ini merupakan bab terakhir yang memuat tentang kesimpulan dan saran. Sedangkan pada bagian akhir proposal ini berisi daftar pustaka.



BAB II

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

PERSPEKTIF ISLAM DAN LOYALITAS PELANGGAN

PERSPEKTIF ISLAM

A. Strategi

1. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam

Menurut Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, strategi mempertahankan pelanggan dalam perspektif ekonomi islam dapat dilakukan dengan menggunakan strategi pemasaran syari'ah yang menerapkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat variabel. Karena dengan menggunakan konsep strategi ini perusahaan dapat melayani pelanggan dengan cara memuaskan pelanggannya melalui produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), serta promosi (*promotion*) yang biasa disebut 4P.¹

a. *Product* (barang/jasa)

Berarti menawarkan produk yang terjamin kualitasnya. Produk yang dijual harus sesuai dengan selera serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Istilah produk dalam islam adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi yang baik, bermanfaat, dapat dikonsumsi, berdaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Sedangkan dalam ekonomi islam adalah barang yang

¹ Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Mizan Pustaka : Bandung, 2006), h.41

dipertukarkan dan juga berdaya guna secara moral.² Nabi Muhammad dalam elemen ini selalu menjelaskan kualitas barang yang dijualnya. Seandainya terjadi ketidakcocokan, beliau mengajarkan, bahwa konsumen memiliki hak khiyar, dengan cara membatalkan jual beli, seandainya terdapat segala sesuatu yang tidak cocok. Sesuai firman Allah QS. An-Nahl ayat 116:

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لَتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يَفْلِحُونَ

Artinya: *“Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.*

b. Price (Harga)

Dalam penetapan harga, tidak selalu mementingkan keinginan pedagang sendiri, akan tetapi juga mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Strategi harga dalam islam mengacu pada firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 :

² Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syari'ah: Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Zikrul Hakim : Jakarta, 2015), 113.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan (jual-beli) yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu...*”³

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam mencari harta diperbolehkan dengan cara berniaga atau jual beli atas dasar suka sama suka (ridha). Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun disertai pembayaran. Dalam ajaran syari’ah tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar besarnya, akan tetapi harus dalam batas kelayakan. Tidak boleh melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing, akan tetapi bersaing secara fair, dengan membuat keunggulan dalam kualitas dan pelayanan yang diberikan

c. *Place* (Tempat)

Perusahaan memilih saluran distribusi atau menetapkan tempat untuk kegiatan bisnisnya. Strategi tempat untuk pemasaran dalam islam yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW ialah di Pasar. Karena pasar ialah tempat untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam pengertian manajemen modern, strategi pemilihan tempat (*place*) ini memiliki makna yang lebih luas dari sekedar pasar dalam bentuk fisik, karena saat ini telah banyak

³ (QS. An-Nisa:29)

pasar online di dunia maya (*virtual market*). Hal ini tidak menjadi persoalan, karena Islam menggariskan, bahwa substansi pasar dalam perniagaan adalah terwujudnya transparansi, adanya para pihak (penjual dan pembeli), adanya barang, kesepakatan/keridhaan, dan *ijab-qabul*. Keberadaan barang tetap menjadi unsur penting agar tidak terjadi praktik penipuan atau penyimpangan yang melanggar kaidah dalam berbisnis serta melanggar syariah.⁴

d. *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi adalah strategi komunikasi produk antara perusahaan dengan konsumen. Tujuannya adalah untuk menjelaskan tentang produk kepada konsumen melalui promosi penjualan, iklan, dan publisitas. Banyak pelaku bisnis yang menggunakan tehnik promosi ini dengan memuji-muji barangnya setinggi langit dan tidak segan-segan mendiskreditkan produk pesaing. Sedangkan promosi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, yang meliputi pemberian pelayanan yang baik, *relationship* dan komunikasi yang terjalin dengan baik, penampilan yang menawan, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, tanggap terhadap masalah, menciptakan keterlibatan dan berintegrasi, serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Promosi dalam pandangan islam dapat melihat ataupun mencontoh bagaimana Rasulullah SAW pada saat berbisnis yaitu beliau

⁴ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syari'ah: Teori, Konsep, dan Aplikasi*, 114.

selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan kualitas sesuai dengan permintaan konsumen.⁵ Firman Allah:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ
وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا نَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena setan itu adalah musuh nyata bagi kamu. Sesungguhnya setan hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.”⁶

Ayat di atas mengandung pengertian bahwa dalam melakukan kegiatan pemasaran hendaklah menjauhi perbuatan yang tidak disukai oleh Allah. Dalam Islam menghendaki setiap manusia untuk mencari makan dengan cara yang halal. Berkaitan dengan hal tersebut, maka dalam melakukan perdagangan hendaklah dilakukan sesuai dengan syariat Islam, tidak boleh melakukan promosi yang bersifat merugikan pihak lain atau pembeli.

Di dalam ekonomi Islam dibolehkan menggunakan berbagai strategi untuk memasarkan atau menjual suatu produk, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, tidak

⁵ Hermawan Kartajaya dan Syarkir Sula, *Syari'ah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 44.

⁶ QS: Al-Baqarah Ayat 168:169

melakukan penipuan dan kebohongan dan mendzalimi pihak lain. Maka, tipu daya dalam strategi pemasaran itu dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan dan kedzaliman. Sementara ketiga hal ini dilarang oleh Allah SWT, karena itu dalam strategi pemasaran haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.⁷

2. Sifat – Sifat Nabi dalam Mengelola Bisnis

Terdapat empat hal yang menjadi faktor kunci sukses dalam menjalankan suatu bisnis, agar mendapatkan nilai-nilai moral yang tinggi. Keempat sifat tersebut merupakan sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yang sudah dikenal di kalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Berikut diantaranya sebagai berikut :⁸

a. Shiddiq (benar dan jujur)

Shiddiq ialah sifat Nabi Muhammad SAW, yang berarti benar dan jujur. Benar dalam mengambil keputusan-keputusan dalam perusahaan yang bersifat strategis, menyangkut visi atau misi, dalam menyusun objektif dan sasaran serta efektif dan efisien dalam implementasi dan operasionalnya di perusahaan.

Sikap jujur berarti selalu berlandaskan pada ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak terdapat pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itu, Allah memerintahkan umatnya yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat

⁷ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life And General* (Jakarta: Gema Insane, 2004), 440.

⁸ Kartajaya dan Sula, *Syariah Marketing*, 120.

shiddiq dan dianjurkan untuk menciptakan lingkungan yang jujur. Dalam dunia bisnis, kejujuran dapat dibuktikan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus menerus, serta menjauhkan diri dari berbohong dan menipu.

b. Amanah (terpercaya)

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab dan kredibel. Amanah bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Integritas seseorang akan terbentuk dari sejauh mana orang tersebut dapat memelihara amanah yang diberikan kepadanya. Pebisnis yang baik adalah yang mampu memelihara integritasnya dan integritas yang terpelihara akan menimbulkan kepercayaan (*trust*) bagi pelanggan, mitra bisnis, bahkan semua *stakeholder* dalam suatu bisnis. Dengan demikian, bisnis yang didasarkan pada nuansa syariah akan bangkit, sepanjang sifat-sifat Nabi Muhammad SAW menjadi jiwa dalam perilaku bisnisnya.

c. Fathanah (cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin perusahaan yang fathanah artinya pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam bisnis, implikasi ekonomi

sifat fathanah merupakan segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan.

Memiliki sifat jujur, benar dan bertanggung jawab tidak cukup dalam menjalankan bisnis secara professional. Para pelaku bisnis juga harus memiliki sifat fathanah yaitu sifat cerdas, cerdik dan bijaksana agar usaha yang dijalankan lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan (*change*) di masa yang akan datang.

d. Thabligh (komunikatif)

Tabligh berarti komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*). Seorang pemimpin dalam dunia bisnis, harus menjadi seorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misi dengan benar kepada karyawan dan *stakeholder* lainnya.

Seorang pebisnis islami harus memiliki gagasan-gagasan baru, juga harus mampu mengomunikasikan gagasan secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkan. Selain itu, juga harus mampu berargumentasi, berdialog dan berdiskusi dengan baik. Karena, sifat tabligh merupakan salah satu *key success factors* dalam mengelola bisnis di masa yang akan datang.

B. Loyalitas Pelanggan

1. Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam

Loyalitas dalam Islam disebut dengan *al-wala'*. Secara etimologi, *alwala'* memiliki beberapa makna antara lain mencintai, menolong, mengikuti dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam atau *al-wala'* merupakan ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya. Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam.⁹

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya. Begitu juga dalam hal muamalah, setiap muslim harus qana'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak sesuai dengan syariah, walaupun dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak dan untuk menghidupi keluarga. Dalam QS. At-Taubah: 59 dijelaskan bahwa :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ
وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: "Jika mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah

⁹ Ririn Tri Ratnasari, Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 2, No. 4, 2015, 6.

Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karuniaNya dan demikian (pula) Rasul-Nya, Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah”, (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).”

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan barang ataupun jasa, Islam juga telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan suatu barang yang berkualitas, serta harga yang adil. Pencapaian kualitas yang terbaik pada perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga dengan “Total Islam Quality (TIQ).¹⁰

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam

Loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar’i yang telah dituntun oleh agama islam. Perhatikan firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 54-55 yang sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٌ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٌ عَلَى
الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, barang siapa di antara kamu yang murtad (keluar) dari agamanya, maka kelak Allah akan

¹⁰ Ibid, 7.

mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Mahaluas (pemberian-Nya), lagi Maha Mengetahui”.

إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا ۗ الَّذِينَ يُعِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ

Artinya: “Sesungguhnya penolong kamu hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan shalat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah)”.

Di sisi lain, seorang Mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam kategori hablum minanas ini, berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal-hal yang berbau riba. Oleh karenanya, dalam beberapa firman-Nya, Allah mengingatkan orang-orang beriman tentang hal ini dalam surat Ali Imran ayat 28 sebagai berikut :

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ ۗ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ ۖ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا ۗ مِنْهُمْ تُقَاتُوا ۗ وَيُحَذِّرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ ۗ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Artinya: “Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barangsiapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali

karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali (mu)”.

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, islam menganjurkan untuk menjaga hubungan dengan berbagai golongan (bukan dalam bentuk aqidah) dengan memberikan kualitas produk yang baik. Sebagai produsen hendaklah memberikan kualitas produk yang baik dengan menjaga hubungan baik kepada pelanggannya agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik untuk membentuk loyalitas pelanggan. Menurut Putra, anjuran Islam mengajarkan bahwa produsen harus memberikan kualitas produknya yang baik kepada pelanggan, agar pelanggan tetap setia menggunakan produknya. Sedangkan menurut Ratnasari keseimbangan dalam hidup akan menciptakan jiwa yang memiliki loyalitas yang merasakan ketenangan lahir dan batin. Jiwa loyalitas mencerminkan sikap konsisten dan teguh pendirian untuk menggunakan sebuah jasa agar pelanggan menuju keadaan yang lebih baik. Loyalitas pelanggan dalam Islam akan kokoh kalau dibangun dari kepuasan Islam.¹¹



¹¹ Mashuri, Analisis Dimensi Loyalitas Penggan Berdasarkan Perspektif Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 9, No.1, Juni 2020, 57-58.

BAB III

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MEBEL UD SUMBER SARI

A. Gambaran Umum Mebel UD Sumber Sari

1. Sejarah Mebel UD Sumber Sari

Mebel UD Sumber Sari merupakan mebel yang didirikan oleh mendiang Alm. Bapak Haji Moh. Suhadi sejak tahun 1989. Awal berdirinya Mebel UD Sumber Sari hanya memiliki 4 karyawan dan masih dalam skala kecil. Mebel UD Sumber Sari dahulunya merupakan perusahaan home industri yang membuat produk sesuai dengan pesanan pelanggan. Seiring dengan perkembangannya Mebel UD Sumber Sari semakin maju dan berkembang dengan mulai memproduksi berbagai produk *furniture* dan lainnya.

Pada saat ini perusahaan Mebel UD Sumber Sari dikelola anak dari Alm. Bapak Haji Moh. Suhadi yang bernama Ibu Agustina Setiyasari dan dibantu dengan Bapak Slamet selaku adik kandung dari Alm. Bapak Haji Moh. Suhadi. Sebagai penerus usaha, Ibu Agustina Setiyasari mengembangkan perusahaan demi menjaga kelestarian usaha yang telah dibangun oleh mendiang ayahnya.

2. Lokasi Mebel UD Sumber Sari

Mebel UD Sumber Sari terletak di Jl. Sidoluhur RT/RW 02/04 Dusun Desan, Desa Pintu, Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo.¹

¹ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

3. Produk - Produk Mebel UD Sumber Sari

Produk yang dihasilkan atau diproduksi Mebel UD Sumber Sari terdiri dari :

a. Lemari

Lemari yang disediakan terdiri dari lemari baju dan lemari kaca untuk menyimpan berbagai hiasan rumah.

b. Tempat Tidur/Ranjang

Tempat tidur atau ranjang diproduksi karena terkesan mewah dan banyak peminatnya.

c. Kursi

Kursi yang diproduksi sebagian besar adalah kursi ruang tamu, kursi kantor dan kursi sekolah.

d. Meja

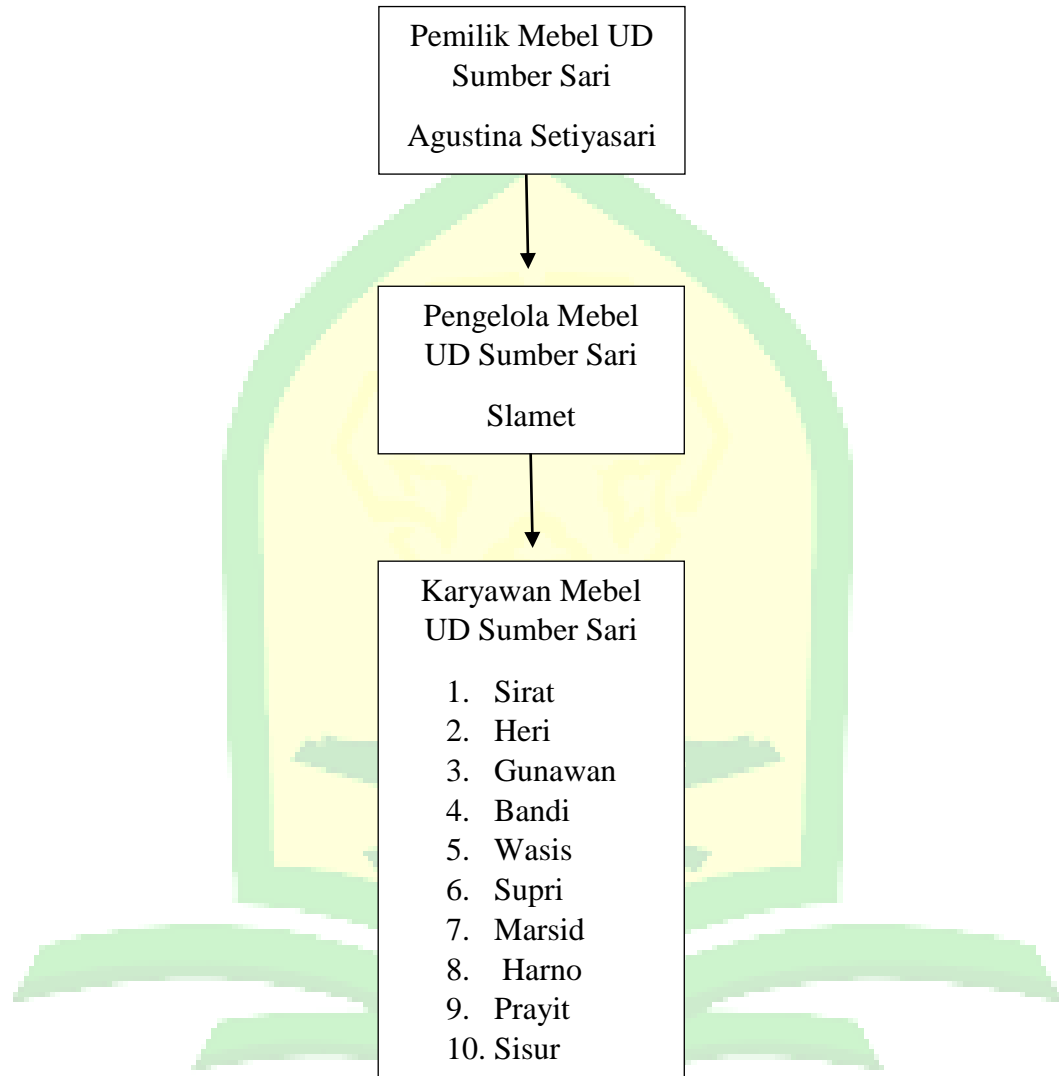
Meja yang diproduksi oleh mebel UD Sumber Sari meliputi meja makan, meja belajar, meja rias dan meja kantor.

e. Rak

Rak yang diproduksi pada mebel UD Sumber Sari adalah rak buku, rak televisi dan rak hias.²

² Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

4. Struktur Organisasi Mebel UD Sumber Sari



Sumber : (Wawancara bersama Bapak Slamet)

B. Strategi Mebel UD Sumber Sari dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan kondisi dimana pelanggan secara berulang-ulang melakukan pembelian terhadap barang atau jasa pada suatu usaha. Dengan adanya loyalitas pelanggan, sebuah usaha dapat bertahan dalam berbagai situasi.

Mebel UD Sumber Sari merupakan usaha yang bergerak dalam bidang *furniture* yaitu mengubah barang mentah menjadi barang siap pakai. Sejak awal berdirinya usaha, Mebel UD Sumber Sari selalu meningkatkan kualitas dari usahanya tersebut agar pelanggan merasa puas dengan produk yang dihasilkan sehingga dari hal tersebut dapat menciptakan loyalitas pelanggan..

Dari hal tersebut Mebel UD Sumber Sari selalu memperhatikan bagaimana strategi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan Mebel UD Sumber Sari untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Berikut langkah-langkah atau strategi yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai berikut :³

1. Membangun Kepercayaan Pelanggan

Hal utama yang perlu dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu dengan membangun kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan merupakan kunci dari kesuksesan berjalannya usaha. Rasa percaya kepada perusahaan tentang produk yang dijual memberikan kesan tersendiri baik untuk pelanggan maupun perusahaan. Beberapa strategi yang telah dibangun Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan salah satunya adalah usaha yang didirikan oleh Alm. Bapak H. Moh Suhadi ini telah

³ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

memiliki izin pendirian usaha. Hal ini disampaikan oleh Bapak Slamet selaku pengelola Mebel UD Sumber Sari.

“Mebel UD Sumber Sari didirikan sejak tahun 1989 dan sudah memiliki surat izin berbadan hukum yang memiliki lisensi untuk pendirian usaha di Desa Pintu. Usaha ini bergerak dalam bidang *furniture* yaitu mengubah bahan mentah menjadi barang siap pakai yang meliputi pembuatan almari, meja belajar, meja makan, tempat tidur.”⁴

Bapak Slamet juga menambahkan bahwa :

“Dalam membangun kepercayaan pelanggan Mebel UD Sumber Sari menggunakan bahan baku kayu jati pilihan. Selain itu, juga menyediakan berbagai jenis bahan baku kayu lainnya seperti kayu mahoni, kayu trembesi, kayu jati belanda (pinus) sesuai dengan bahan baku yang diinginkan pelanggan.”⁵

Penjelasan serupa juga disampaikan oleh Ibu Fitri selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari.

“Saya senang dengan bahan yang digunakan Mebel UD Sumber Sari. Karena kayu jati yang digunakan sudah jelas pilihan dan merupakan kayu jati tua yang sudah jelas awet dan bagus kualitasnya”.⁶

Pernyataan yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Yayuk.

“Ya percaya bahwa kayu jati yang digunakan Mebel UD Sumber Sari untuk proses produksi barangnya menggunakan bahan baku kayu jati pilihan yang tentunya lebih awet dibandingkan dengan jenis kayu jenis lainnya”.

Ibu Utari selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari juga menambahkan bahwa :

“Saya senang melakukan pembelian produk di Mebel UD Sumber Sari karena kayu jati yang digunakan adalah kayu jati yang sudah tua sehingga tidak diragukan lagi untuk keawetan, kekuatan dan

⁴ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

⁵ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

⁶ Fitri, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

keindahan serat dari kayu jati tersebut. Selain itu, kayu jati juga tahan terhadap rayap dan jamur”.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun kepercayaan pelanggan Mebel UD Sumber Sari sudah memiliki legalitas usaha. Selain itu, dengan pemilihan dan penggunaan bahan baku kayu jati pilihan dan berkualitas juga merupakan suatu bentuk strategi yang digunakan Mebel UD Sumber Sari dalam membangun kepercayaan pelanggannya.

2. Memberikan Diskon atau Potongan Harga

Diskon merupakan potongan harga yang ditawarkan oleh pihak perusahaan kepada pihak pelanggan ketika melakukan pembelian produk. Strategi ini mempunyai daya tarik tersendiri untuk menarik minat pelanggan dalam membeli produk. Selain itu, diskon tidak hanya mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian melainkan membantu dalam meningkatkan penjualan perusahaan. Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan pelanggannya menggunakan strategi dengan cara memberikan diskon atau potongan harga. Bapak Slamet menjelaskan bahwa :

“Untuk harga pada setiap produk yang dihasilkan Mebel UD Sumber Sari bermacam-macam. Penentuan harga produk dapat dilihat dari jenis bahan baku yang digunakan dan tingkat kesulitan pembuatannya. Selain itu, disini juga memberikan diskon atau potongan harga untuk pelanggan yang meminta harga produk sedikit dikurangi. Karena pada dasarnya pelanggan akan senang jika diberikan potongan harga dari harga normalnya”.⁷

⁷ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

Ibu Mesiyah selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menjelaskan bahwa :

“Setiap kali saya melakukan pembelian *furniture* dalam jumlah banyak saya selalu diberikan potongan harga. Sebenarnya potongan harganya tidak seberapa, akan tetapi lumayan dapat potongan harga”.⁸

Hal serupa juga ditambahkan oleh Ibu Tikah bahwa :

“Setiap melakukan pembelian produk di Mebel UD Sumber Sari saya selalu diberikan potongan harga dari harga normalnya. Jadi saya selalu melakukan pemesanan produk *furniture* di Mebel UD Sumber Sari”.⁹

Jadi, dari hasil wawancara antara pengelola Mebel UD Sumber Sari dengan pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan loyal terhadap suatu produk apabila mereka mendapatkan potongan harga atau diskon yang diberikan pihak mebel kepada para pelanggannya.

3. Pembelian Bebas DP

DP atau *down payment* dalam dunia ekonomi diartikan sebagai pembayaran uang muka di awal dalam presentase tertentu dari harga total barang. Mebel UD Sumber Sari dalam melakukan transaksi jual beli menggunakan sistem DP, akan tetapi hal tersebut tidak diberlakukan untuk semua transaksi. Terdapat beberapa transaksi yang tidak menggunakan DP hal tersebut dapat terjadi tergantung dengan kondisi ekonomi pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Slamet.

⁸ Mesiyah, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

⁹ Tikah, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

“Apabila pelanggan mempunyai kendala dalam hal keuangan dan menginginkan suatu produk atau *furniture* disini memberikan kemudahan terhadap pelanggan dengan cara memperbolehkannya pelanggan membawa produk yang diinginkan tanpa harus melakukan *down payment* (DP). Namun, ketika pelanggan sudah mempunyai uang segera melakukan pembayaran barang tersebut. Selain itu, jika pelanggan menginginkan atau berkehendak untuk melakukan DP (*down payment*) pembayaran juga diperbolehkan. Untuk pelanggan yang melakukan pembayaran dimuka nilainya tidak ditentukan melainkan terserah pelanggan ingin melakukan DP senilai berapa”¹⁰

Ibu Sirom selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menambahkan bahwa.

“Waktu itu saya melihat-lihat *furniture* yang ada di Mebel UD Sari saya tertarik dengan salah satu produk yang dihasilkan yaitu meja rias. Namun, pada saat itu saya belum memiliki uang untuk melakukan pembelian meja rias tersebut. Akan tetapi pada pengelola Mebel UD Sumber Sari meja rias diperbolehkan untuk dibawa pulang terlebih dahulu tanpa harus melakukan DP atau *down payment* yang harus dibayar dimuka.”¹¹

Pernyataan yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Mesiyah selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari.

“Saya pernah melakukan pembelian meja belajar di Mebel UD Sumber Sari. Ketika itu saya memiliki uang senilai Rp. 300.000,- dan saya mencoba bernegosiasi kepada pihak mebel untuk melakukan pembelian dengan pembayaran uang diawal senilai Rp. 300.000,- Oleh pihak Mebel UD Sumber Sari diperbolehkan membawa meja belajar tersebut dengan syarat apabila sudah memiliki uang segera melunasi kekurangannya.”¹²

Selain itu, Bapak Kaderi menuturkan bahwa :

“Selama saya melakukan pembelian produk di Mebel UD Sumber Sari belum pernah diberikan bebas DP. Saya selalu memberikan uang muka atau DP (*down payment*) sejumlah uang yang saya punya”.¹³

¹⁰ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

¹¹ Sirom, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

¹² Mesiyah, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

¹³ Kaderi, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

Dengan demikian, pemilik Mebel UD Sumber Sari menggunakan berbagai cara diantaranya dengan memperbolehkan pelanggan membawa pulang produk tanpa melakukan pembayaran dimuka atau DP (*down payment*) bagi pelanggan yang tidak atau belum mempunyai uang. Selain itu, Mebel UD Sumber Sari juga memberikan kemudahan kepada pelanggan yang berkeinginan untuk melakukan pembayaran dimuka atau melakukan DP terlebih dahulu. Dimana hal tersebut merupakan cara dalam menarik hati atau minat pelanggan.

4. Dapat Menggunakan Bahan Baku dari Pelanggan

Bahan baku merupakan bahan utama yang ada di suatu perusahaan dan sangat dibutuhkan dalam menciptakan suatu produk. Dalam perusahaan bahan baku merupakan faktor terpenting untuk keberlangsungan pada saat proses produksi. Mebel UD Sumber Sari menciptakan hubungan timbal balik yang dapat menguntungkan kedua belah pihak antara pihak mebel dengan pelanggan guna kelancaran dalam transaksi jual beli yang dijalankan. Bapak Slamet menuturkan bahwa :

“Mebel UD Sumber Sari menerima jasa pembuatan *furniture* dengan bahan dasar atau kayu dari pelanggan. Apabila pelanggan memiliki bahan baku atau kayu sendiri dan berkeinginan untuk memiliki *furniture*, maka pelanggan dapat menggunakan jasa yang ada pada Mebel UD Sumber Sari.”¹⁴

Ibu Poniem selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menambahkan bahwa.

¹⁴ Slamet, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

“Ya sangat senang dengan sistem yang digunakan oleh Mebel UD Sumber Sari yang mana pelanggan bisa memiliki *furniture* yang diinginkan dengan bahan baku milik pelanggan sendiri. Karena tidak semua mebel mau menerima pesanan jika bahan baku berasal dari pelanggan sendiri.”¹⁵

Pernyataan yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Sutin selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari.

“Saya sangat terbantu dengan sistem yang ada di Mebel UD Sumber Sari yang mau menebangkan pohon jati milik pelanggan yang kemudian menggunakan jasa Mebel UD Sumber Sari untuk membuat produk yang diinginkan pelanggan.”¹⁶

Menjaga hubungan dengan pelanggan memang bukan hal yang mudah. Terkadang dibutuhkan kesabaran untuk menghadapi sikap para pelanggan yang berbeda-beda. Untuk itu, apabila terdapat pelanggan yang mempunyai bahan baku atau kayu sendiri. Mebel UD Sumber Sari bersedia digunakan jasanya untuk memenuhi keinginan pelanggannya. Hal tersebut merupakan strategi yang dilakukan oleh Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

C. Loyalitas Pelanggan Terhadap Mebel UD Sumber Sari

Untuk mengetahui loyalitas pelanggan Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan pelanggan, maka peneliti melakukan penggalian data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pelanggan Mebel UD Sumber Sari sebagai berikut :

“Menurut penuturan Ibu Rohmatin bahwa ia sudah menjadi pelanggan Mebel UD Sumber Sari selama kurang lebih 10 tahun

¹⁵ Poniye, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

¹⁶ Sutin, *Wawancara*, 1 Maret 2022.

sejak masih dalam kepemimpinan Haji Moh. Suhadi. Ia menjadi langganan tetap dalam membeli produk Mebel UD Sumber Sari karena kualitasnya awet dan tidak mudah rusak. Ia percaya bahwa bahan baku yang digunakan oleh perusahaan Mebel UD Sumber Sari kualitasnya terjamin dan asli dari bahan kayu jati yang sudah tua sehingga dari teksturnya terlihat sangat kokoh.”¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk maupun citra perusahaan adalah penting. Hal ini karena jika pelanggan sudah percaya maka pelanggan tidak segan-segan untuk kembali datang ke perusahaan untuk melakukan pembelian ulang produknya. Selain itu, perusahaan mendapatkan pelanggan tetap dan dapat mempertahankan pelanggannya.

Untuk selanjutnya, dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Ibu Mariati selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menambahkan bahwa :

“Hampir setiap kali melakukan pembelian produk di Mebel UD Sumber Sari selalu diberikan potongan harga. Entah itu meja belajar, kursi, maupun meja makan selalu diberikan potongan harga dari harga normal. Meskipun tidak banyak akan tetapi dengan adanya potongan harga pelanggan merasa senang membeli perlengkapan *furniture* di Mebel UD Sumber Sari.”¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak pelanggan yang merasa senang dengan adanya potongan harga setiap kali melakukan pembelian produk di Mebel UD Sumber Sari. Sehingga dari hal tersebut mengakibatkan banyak pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan yang dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang-ulang pada Mebel UD Sumber Sari.

¹⁷ Rohmatin, *Wawancara*, 2 Maret 2022.

¹⁸ Mariati, *Wawancara*, 2 Maret 2022.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Anggi selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menjelaskan bahwa :

“Ia sangat senang dengan sistem yang digunakan oleh Mebel UD Sumber Sari yang mana pelanggan bisa memiliki *furniture* yang diinginkan dengan bahan baku milik pelanggan sendiri. Karena tidak semua mebel mau menerima pesanan jika bahan baku berasal dari pelanggan sendiri.”¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menarik pelanggan, Mebel UD Sumber Sari menggunakan strategi bahan baku atau kayu bisa dari pelanggan sendiri atau pelanggan yang mempunyai kayu sendiri. Sehingga pelanggan yang mempunyai bahan baku sendiri dan ingin mempunyai *furniture* yang diinginkan dapat menggunakan jasa UD Sumber Sari dalam mewujudkan keinginannya. Dengan demikian, pelanggan merasa terbantu dengan sistem yang diterapkan oleh Mebel UD Sumber Sari.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Slamet selaku pengelola Mebel UD Sumber Sari mengatakan bahwa :

“Pada Mebel UD Sumber Sari juga menerapkan sistem *down payment* (DP) yang diberlakukan untuk pelanggan yang berasal dari luar Desa Pintu. Untuk sistem *down payment* (DP) itu sendiri tidak ditentukan besarnya akan tetapi terserah pelanggan ingin DP sejumlah berapa.”²⁰

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Mesirah selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menjelaskan bahwa :

“Ya, saya tidak merasa keberatan dengan sistem yang diterapkan Mebel UD Sumber Sari yaitu sistem *down payment* (DP) yang

¹⁹ Anggi, *Wawancara*, 2 Maret 2022.

²⁰ Slamet, *Wawancara*, 3 Maret 2022.

tidak ditentukan besarnya. Sehingga sebagai pelanggan merasa ringan dengan sistem tersebut.”²¹

Jadi, dapat disimpulkan bahwa sistem yang diterapkan oleh Mebel UD Sumber Sari sangat fleksibel yang mana tidak memberatkan pelanggan dan itu semua sesuai dengan kesepakatan antar pihak mebel dengan pelanggan.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Bapak Imam selaku pelanggan menjelaskan bahwa :

“Untuk pembelian di Mebel UD Sumber Sari sangat efisien. Dimana, untuk pembelian barang bisa dibawa pulang terlebih dahulu tanpa adanya transaksi atau *down payment* (DP).”²²

Jadi, dapat dikatakan bahwa untuk membawa pulang atau mempunyai *furniture* yang diinginkan, pelanggan tidak harus melakukan transaksi terlebih dahulu jika memang belum mempunyai uang. Akan tetapi, jika sudah mempunyai uang pelanggan bisa langsung melakukan pembayaran barang tersebut. Selanjutnya, untuk sistem ini berlaku hanya untuk warga masyarakat Desa Pintu dikarenakan hal tersebut untuk mengantisipasi adanya kecurangan pelanggan.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Jumiaty selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menjelaskan bahwa :

“Pelayanan pada Mebel UD Sumber Sari dapat dikatakan sangat ramah. Dibuktikan dengan sikap yang tanggap terhadap pelanggan yang datang. Hal tersebut dibuktikan juga dengan adanya penyajian minuman dan makanan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan disambut kedatangannya dengan baik.”²³

²¹ Mesirah, *Wawancara*, 3 Maret 2022.

²² Imam, *Wawancara*, 3 Maret 2022.

²³ Jumiaty, *Wawancara*, 3 Maret 2022.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa sikap yang ramah dan tanggap terhadap pelanggan benar-benar diterapkan dengan baik oleh Mebel UD Sumber Sari. Karena, pada dasarnya seorang pelanggan adalah raja yang harus disambut kedatangannya dengan sebaik mungkin. Selain itu, hal tersebut juga dapat memberikan pengaruh dalam menciptakan citra atau persepsi yang baik di hati para pelanggan.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Gopan selaku pelanggan menjelaskan bahwa :

“Lokasi yang digunakan untuk menjalankan mebel dikatakan kurang strategis. Dikarenakan tempatnya yang berada di belakang rumah pemilik dan tidak adanya lahan untuk parkir mobil. Sehingga pelanggan harus memarkirkan mobil milik pelanggan di depan rumah dan pelanggan harus jalan kaki dengan jarak yang cukup jauh.”²⁴

Sehingga, dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya memilih lokasi yang strategis dan disertai dengan pendukung berupa adanya lahan yang luas untuk lahan parkir para pelanggan. Karena bagi pelanggan lahan parkir juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan pelanggan.

Ibu Somi selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menambahkan bahwa :

“Sering terjadi keterlambatan pengiriman produk yang mana pengiriman produk tidak sesuai dengan perjanjian awal atau kesepakatan antara pihak mebel dengan pelanggan. Perjanjian awal produk akan dikirim pada minggu pertama namun sampai pada minggu kedua produk belum juga dikirim tanpa adanya konfirmasi dari pihak mebel.”²⁵

²⁴ Gopan, *Wawancara*, 3 Maret 2022.

²⁵ Somi, *Wawancara*, 3 Maret 2022.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebaiknya apabila terjadi kendala terhadap pengirim barang seharusnya pihak mebel memberikan konfirmasi terlebih dahulu kepada pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman dan juga tidak menimbulkan kekecewaan di hati para pelanggan mebel.

Sebagaimana peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Dwi selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menuturkan bahwa :

“Ukuran satu set meja makan yang dipesan pelanggan tidak sesuai ukurannya. Jadi antara meja makan dengan kursi ukurannya tidak seimbang yaitu meja makan yang terlalu tinggi dan kursi yang terlalu pendek. Sehingga ketika digunakan pelanggan merasa kurang nyaman dengan meja makan yang dihasilkan oleh mebel tersebut.”²⁶

Hal yang sama juga dituturkan oleh Ibu Happy bahwa :

“Ia pernah melakukan pembelian satu set meja makan dan ketika barang diantar kerumah ternyata kursinya sangat pendek jadi antara meja dengan kursi ketika digunakan menjadi tidak nyaman”.²⁷

Dari paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa dari pihak mebel seharusnya lebih berhati-hati dan lebih teliti terkait dengan produknya. Selain itu, perlu juga adanya sistem cek produk sebelum dikirim kepada pelanggan untuk memastikan ukuran dan produknya sudah sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.

Kemudian, peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Yayuk selaku pelanggan Mebel UD Sumber Sari menuturkan bahwa :

²⁶ Dwi, *Wawancara*, 5 Maret 2022.

²⁷ Happy, *Wawancara*, 5 Maret 2022.

“Terjadi ketidak sesuaian bahan produk. Dimana pelanggan memesan produk almari kaca dengan bahan full kayu akan tetapi ketika barang jadi dan dikirim ternyata terjadi ketidak sesuaian. Yang mana pada bagian dalam almari diberikan bahan lain yaitu triplek. Sehingga pelanggan merasa dirugikan dengan produk yang dihasilkan.”²⁸

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kasus tersebut seharusnya pihak mebel bertanggung jawab atas ketidaksesuaian produk yang dihasilkan. Dengan cara memberikan servis berupa perbaikan produk agar pelanggan tidak merasa dirugikan dengan produk Mebel UD Sumber Sari.

Dari paparan diatas peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Utari selaku pelanggan menjelaskan bahwa :

“Terjadi ketidaksesuaian antara model ukiran desain dengan apa yang diinginkan pelanggan. Dimana pelanggan sudah memberikan contoh model ukiran diawal pembelian dan pihak mebel juga menerima model desain tersebut. Akan tetapi setelah produk jadi dan dikirim ternyata terjadi ketidaksesuaian dengan contoh ukiran yang diinginkan pelanggan.”²⁹

Sehingga dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila pihak mebel belum terlalu menguasai dalam teknik ukir dengan model terbaru sebaiknya pihak mebel memberi tahu kepada pihak pelanggan. Atau bisa juga dengan bernegosiasi untuk model desain ukiran dibuat tidak sama persis dengan contoh gambar. Melainkan ukiran dibuat sedemikian rupa sesuai dengan tingkat keahlian dari pihak mebel yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

²⁸ Yayuk, *Wawancara*, 5 Maret 2022.

²⁹ Utari, *Wawancara*, 5 Maret 2022.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MEBEL UD SUMBER SARI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Strategi Mebel UD Sumber Sari dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi islam ditekankan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya berprinsip pada kemaslahatan bersama bukan pada kemudharatan yang dapat menyebabkan kerugian bagi sesama. Selalu menjunjung tinggi nilai-nilai agama, sosial dan lingkungan adalah kunci dari bisnis yang islami. Menggunakan bahan yang berkualitas dan aman merupakan salah satu bentuk tanggung jawab kepada pelanggan. Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Mebel UD Sumber Sari menggunakan strategi 4P sebagaimana yang disebut dengan :

1. *Product* (Produk)

Dalam ekonomi konvensional produk merupakan barang yang dapat dipertukarkan atau bernilai ekonomis. Sedangkan dalam ekonomi islam produk merupakan barang yang dapat dipertukarkan dan memiliki daya guna secara moral. Produk yang dijual harus sesuai dengan selera serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.¹

Usaha untuk mempertahankan loyalitas pelanggan Mebel UD Sumber Sari dalam penerapan strategi produk adalah dengan

¹ Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, *Syari'ah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 41.

menggunakan bahan baku yang berkualitas. Dalam perspektif ekonomi islam menyediakan bahan baku yang bagus dan berkualitas merupakan suatu layanan yang baik sebagaimana yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Penjual harus selalu jujur dalam menjual produk, jika terdapat cacat katakanlah dan janganlah menyembunyikannya.² Mebel UD Sumber Sari dalam proses produksi menggunakan bahan baku yang halal. Akan tetapi, produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Jadi, dari teori diatas dapat dianalisis bahwa Mebel UD Sumber Sari dalam menggunakan bahan baku sudah sesuai yaitu bagus dan berkualitas akan tetapi terdapat ketidaksesuaian pada hasil akhir produk yang dipesan oleh pelanggan. Dimana pelanggan memesan produk almari dengan permintaan bahan full kayu akan tetapi pada bagian almari terdapat lapisan dari bahan triplek. Selain itu, adanya kesalahan ukuran produk antara pemesanan awal dengan hasil akhirnya yaitu jarak antara meja makan dengan kursinya terlalu jauh jadi ketika digunakan menjadi tidak nyaman. Sehingga pelanggan merasa kecewa dengan produk yang dihasilkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi mempertahankan loyalitas pelanggan Mebel UD Sumber Sari dalam menggunakan bahan baku sudah sesuai akan tetapi untuk produk yang dihasilkan belum sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Karena,

² Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syari'ah : Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 113.

dalam perspektif ekonomi Islam produk yang dijual harus sesuai dengan selera serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. *Price* (Harga)

Menurut perspektif ekonomi Islam bahwa dalam mencari harta diperbolehkan dengan cara berniaga atau jual beli atas dasar suka sama suka (*ridha*). Artinya tidak ada unsur paksaan dalam melakukan jual beli sehingga tidak ada satu pihak yang dirugikan. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan Mebel UD Sumber Sari disesuaikan dengan ukuran, kualitas dan bahan baku yang digunakan. Harga yang telah disepakati antara pelanggan dan perusahaan akan dibayarkan melalui dua cara yakni bisa melakukan pembayaran diawal atau bisa juga tanpa melakukan pembayaran diawal sesuai dengan perjanjian antara pihak mebel dengan pelanggan. Selain itu, pelanggan juga bisa melakukan pelunasan ketika barang atau produk sudah diantar sampai ke tangan pelanggan.

Jadi, dari teori di atas dapat dianalisis bahwa Mebel UD Sumber Sari dalam menetapkan pembayaran produk dapat dilakukan dengan dua cara yakni pelanggan dapat melakukan pembayaran diawal atau yang biasa disebut dengan DP (*down payment*) dan pelanggan bisa membawa produk terlebih dahulu tanpa harus melakukan pembayaran diawal atau DP (*down payment*). Terkait dengan hal tersebut Mebel UD Sumber Sari untuk proses pembayarannya dilakukan atas dasar suka sama suka dan kesepakatan antara kedua belah pihak. Hal ini

dibuktikan dengan adanya negosiasi tawar menawar antara pihak Mebel UD Sumber Sari dengan pelanggan hingga terjadi kesepakatan harga yang disetujui oleh kedua belah pihak.

3. *Place* (Tempat)

Dalam perspektif ekonomi islam tempat ideal untuk dilakukannya transaksi adalah pasar. Karena dalam islam menegaskan bahwa substansi pasar dalam perniagaan adalah terwujudnya transparansi, adanya para pihak (penjual dan pembeli), adanya barang, kesepakatan dan ijab-qabul. Namun, dalam arti luas tempat melakukan transaksi jual beli tidak hanya dilakukan di pasar akan tetapi boleh dilakukan di tempat lain seperti di toko, kios dan tempat lainnya dimana dapat melakukan transaksi antara penjual dengan pembeli.

Perusahaan Mebel UD Sumber Sari memiliki tempat yang kurang strategis karena lokasinya berada di belakang rumah pemilik dan tidak adanya tempat untuk parkir kendaraan. Akan tetapi untuk tempat produksi dan berjualan mebel merupakan tempat dalam kategori permanen atau tidak berpindah-pindah tempat, sehingga konsumen dapat melihat secara langsung produk yang dibuat di Mebel UD Sumber Sari. Dengan adanya tempat atau lokasi perusahaan akan menunjukkan keberadaan barang atau produk yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan sehingga mengurangi resiko penipuan.

4. *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi merupakan strategi yang dilakukan untuk menawarkan atau mengkomunikasikan produk antara perusahaan dengan pelanggan. Sedangkan promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, yang meliputi pemberian pelayanan yang baik, *relationship* dan komunikasi yang terjalin dengan baik, penampilan yang menawan, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, tanggap terhadap masalah, menciptakan keterlibatan dan berintegrasi, serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Menurut perspektif ekonomi Islam promosi dapat dilakukan dengan melihat atau mencontoh bagaimana Rasulullah SAW pada waktu menjalankan bisnis yaitu perusahaan harus menepati janji mengantarkan produk sesuai dengan kualitas dan permintaan konsumen.

Kegiatan promosi Mebel UD Sumber Sari dilakukan dengan memberikan informasi mengenai bahan baku produk dapat berasal dari pelanggan yang mempunyai pohon jati atau kayu sendiri. Selain itu, pihak mebel juga menerima jasa penebangan pohon kayu jati milik pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan pelanggan yang merasa terbantu dengan sistem atau strategi yang ada di Mebel UD Sumber Sari yang bersedia menebang pohon serta menggunakan jasa pihak mebel untuk para pelanggan yang berkeinginan untuk memiliki *furniture* dengan bahan baku dari pelanggan.

Jadi, dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa Mebel UD Sumber Sari dalam promosi produk sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, terjalin komunikasi yang baik dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh perusahaan Mebel UD Sumber Sari dalam mempertahankan loyalitas pelanggan terletak pada *Price* (harga) dan *Promotion* (promosi). Strategi Harga merupakan strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang mengacu pada kemudahan pada saat transaksi atau pembayaran produk. Pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli pasti mempertimbangkan harga, harga yang cenderung lebih murah atau sistem pembayaran yang mudah dan meringankan pelanggan. Selain itu, harga produk di Mebel UD Sumber Sari telah disesuaikan dengan kualitas produk yang diinginkan pelanggan. Untuk produk dengan bahan baku kayu jati harganya lumayan mahal jika dibandingkan dengan jenis kayu lainnya. Walaupun demikian, pelanggan yang memang mengerti akan kualitas produk tetap membeli produk meskipun mahal. Hal tersebut dikarenakan adanya kemudahan pembayaran atau transaksi berupa pemberian diskon dan pembelian bebas DP (*down payment*) yang ada di Mebel UD Sumber Sari. Dengan demikian, strategi harga dalam mempertahankan loyalitas

pelanggan di Mebel UD Sumber Sari telah berhasil membuat pelanggan untuk loyal dalam melakukan pembelian produk di Mebel tersebut.

Strategi yang berperan penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Mebel UD Sumber Sari adalah *promotion* (promosi). Strategi promosi merupakan strategi dalam mempertahankan pelanggan yang lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, pemberian pelayanan yang baik dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Promosi yang digunakan oleh Mebel UD Sumber Sari berupa pembuatan produk dapat menggunakan bahan baku dari pelanggan. Jadi, pelanggan yang memiliki pohon jati atau kayu sendiri dan berkeinginan untuk memiliki *furniture* atau perabotan rumah bisa menggunakan jasa Mebel UD Sumber Sari untuk mewujudkan keinginannya. Selain itu, pihak mebel juga bersedia menebangkan pohon jati yang dimiliki oleh pelanggan. Dengan demikian, strategi promosi yang digunakan Mebel UD Sumber Sari berhasil dalam mempertahankan pelanggannya untuk menjadi pelanggan tetap.

B. Loyalitas Pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari Dalam Perspektif Islam

Konsep loyalitas dalam islam atau *al-wala'* adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah islam sepenuhnya. Loyalitas pelanggan dalam islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberikan manfaat yang saling menguntungkan

kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai islam.³

Loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dikategorikan baik. Hal tersebut dibuktikan dengan pelanggan yang berkomitmen untuk melakukan pembelian secara terus menerus atau kembali melakukan pembelian produk atau layanan pada Mebel UD Sumber Sari. Selain itu, banyak hal yang dapat menyebabkan pelanggan menjadi loyal terhadap barang yang sama atau pada suatu barang yang berbeda meskipun terdapat potensi yang menyebabkan pelanggan berpindah tempat. Potensi tersebut seperti adanya produk yang tidak sesuai dengan yang diinginkan pelanggan, kesalahan dalam ukuran produk, ketidaksesuaian bahan produk dan keterlambatan dalam pengiriman produk. Dari hal tersebut sangat berpotensi untuk pelanggan menjadi tidak loyal terhadap perusahaan dan memutuskan untuk menghentikan layanan dan berpindah tempat. Namun, banyak dari pelanggan yang menghiraukan akan hal tersebut dan tetap loyal terhadap Mebel UD Sumber Sari dikarenakan strategi yang digunakan sangat membantu para pelanggan, salah satunya yaitu pelanggan yang belum memiliki uang akan tetapi berkeinginan memiliki *furniture* atau perabotan rumah bisa membawa pulang terlebih dahulu tanpa harus melakukan pembayaran di awal atau DP. Selain itu, pelanggan merasa sangat terbantu khususnya dalam hal penetapan harga. Pihak Mebel UD Sumber Sari juga

³ Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Persoektif Islam terhadap Keouasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 2, No. 4, 2015, 6.

akan memberikan diskon atau potongan harga kepada para pelanggan yang sudah menjadi pelanggan tetap pada perusahaan.

Namun, tidak sedikit juga pelanggan yang merasa dirugikan oleh pihak Mebel UD Sumber Sari karena hasil dari produksinya yang sering kali tidak sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Pelanggan yang sudah mengeluarkan uang dan berharap mendapatkan produk dengan hasil yang baik dan bagus akan tetapi seringnya tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Selain itu, pelanggan juga merasa kecewa terkait dengan perjanjian pengiriman barang yang seringkali molor atau tidak tepat waktu dan tidak adanya konfirmasi dari pihak mebel.

Sehingga, dari penjelasan diatas dapat di analisis bahwa loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari belum sesuai dengan teori loyalitas pelanggan dalam perspektif Islam. Karena, jual beli yang dilakukan tidak saling menguntungkan antara pihak pelanggan dengan mebel. Hal tersebut dibuktikan dengan masih adanya pelanggan yang kecewa dan merasa dirugikan dengan hasil produksi maupun layanan yang diberikan oleh Mebel UD Sumber Sari.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

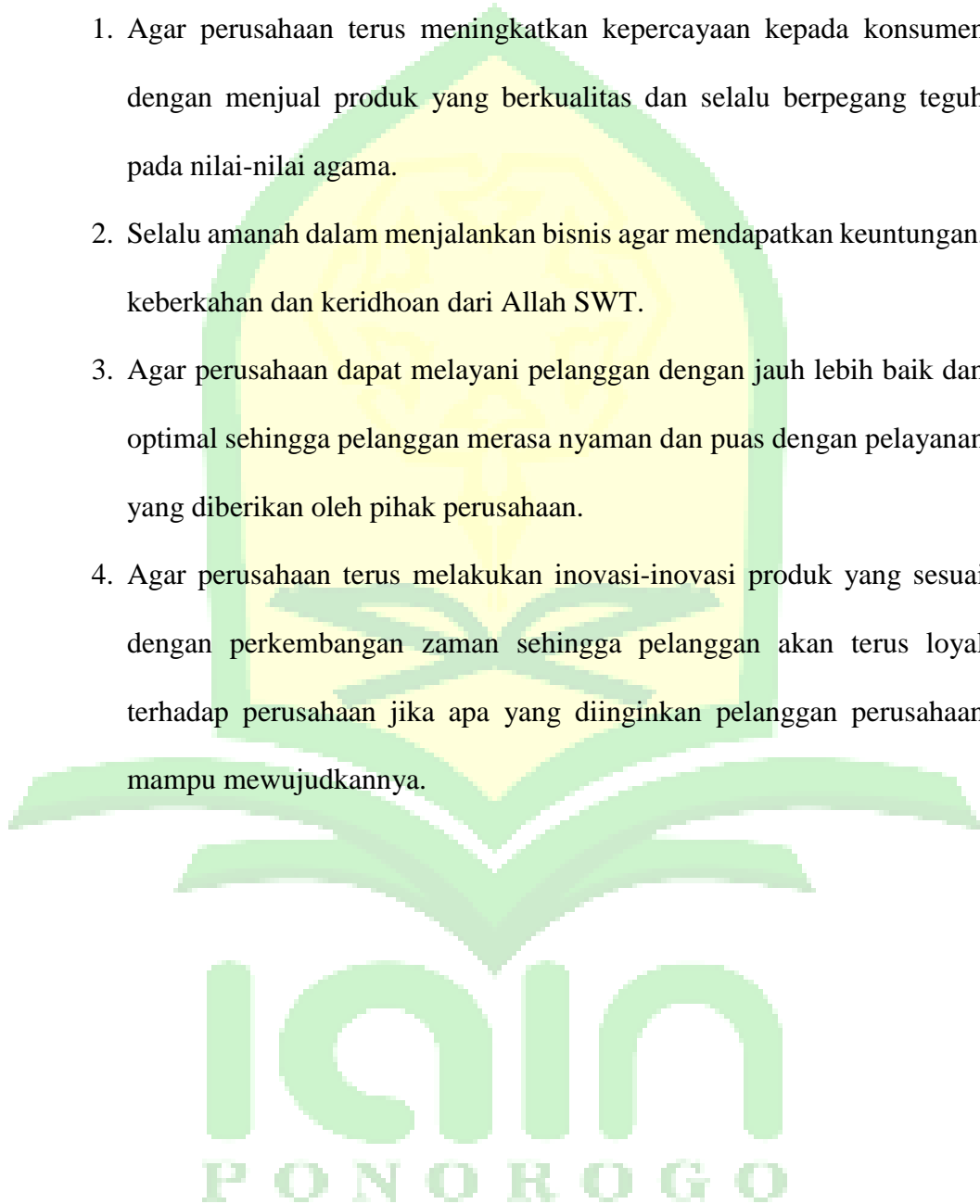
Mebel UD Sumber Sari dalam strategi mempertahankan loyalitas pelanggan menggunakan strategi *Price* (harga) dan *Promotion* (promosi). Pihak perusahaan memberikan kemudahan pembayaran berupa pemberian diskon dan pembelian bebas DP. Promosi yang dilakukan pun sangat menarik yaitu bahan baku dapat berasal dari pelanggan yang memiliki bahan baku sendiri. Dengan demikian, strategi *price* (harga) dan *promotion* (promosi) yang digunakan Mebel UD Sumber Sari sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam dan telah berhasil dalam mempertahankan pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari dikategorikan baik. Hal tersebut dibuktikan dengan pelanggan yang berkomitmen untuk melakukan pembelian secara berulang pada Mebel UD Sumber Sari. Namun, untuk loyalitas pelanggan Mebel UD Sumber Sari belum sepenuhnya membuat pelanggan puas dengan hasil yang diberikan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan terhadap Mebel UD Sumber Sari belum sesuai dengan teori loyalitas pelanggan dalam perspektif Islam. Karena, jual beli yang dilakukan tidak saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Hal tersebut dibuktikan dengan masih adanya pelanggan yang kecewa dan merasa dirugikan dengan hasil produksi maupun layanan yang diberikan oleh Mebel UD Sumber Sari.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka ada beberapa saran yang ditujukan kepada pihak Mebel UD Sumber Sari yaitu :

1. Agar perusahaan terus meningkatkan kepercayaan kepada konsumen dengan menjual produk yang berkualitas dan selalu berpegang teguh pada nilai-nilai agama.
2. Selalu amanah dalam menjalankan bisnis agar mendapatkan keuntungan, keberkahan dan keridhoan dari Allah SWT.
3. Agar perusahaan dapat melayani pelanggan dengan jauh lebih baik dan optimal sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.
4. Agar perusahaan terus melakukan inovasi-inovasi produk yang sesuai dengan perkembangan zaman sehingga pelanggan akan terus loyal terhadap perusahaan jika apa yang diinginkan pelanggan perusahaan mampu mewujudkannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Usman. *Manajemen Strategi Syari'ah: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Zikrul Hakim : Jakarta, 2015.
- Ahmad Dani. "Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus 38 Banjarejo Lampung Timur)". *Skripsi*. IAIN METRO, 2020.
- Ahmad Hanafi. *Pengantar dan Sejarah Hukum Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 1990. cet, ke-1.
- Aji Damanuri. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo. STAIN Po Press, 2010.
- Albi Anggito, dan Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak Publisher, 2018.
- Arief Rohman. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk FAN ELEKTRIK Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*. Lampung: UIN RADEN INTAN, 2018.
- Choirun Nisa'. "Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Gribel Mentari Ceria AHE Unit Klitik". *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.
- H. M. Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Hasnah Husaini. "Manajemen Inovasi dan Loyalitas Konsumen Pada UD Hasby Mlarak Ponorogo". *Skripsi*. Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019.
- Hermawan Kartajaya, dan Syakir Sula. *Syari'ah Marketing*. Mizan Pustaka: Bandung, 2006.
- Idrus, Muhammad. "Metode Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif". *Jakarta: Erlangga, 2009*.

- Lucky Irvansyah. "Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Di Perusahaan Mebel haji Slamet Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*. IAIN METRO, 2020.
- Mardawani, M. "Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif". *Yogyakarta: Deepublish*, 2020.
- Mashuri, Analisis Dimensi Loyalitas Penggan Berdasarkan Perspektif Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 9, No.1, Juni 2020.
- Moleong, *Metodologi Penelitian*.
- Muchlis Anshori, dan Sri Iswati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Perss, 2009.
- Muhammad Adam. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Muhammad Syakir Sula. *Asuransi Syariah Life And General*. Jakarta: Gema Insane, 2004.
- Nurullaili, dan Andi Wijayanto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Kosumen Tupperware". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 Maret 2013.
- Nurullaili. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware". *Administrasi Bisnis*, 1 Maret 2013.
- Rahardjo, Mudjia. "Metode pengumpulan data penelitian kualitatif." 2011.
- Ririn Tri Ratnasari. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 2, No. 4, 2015.
- Ririn Tri Ratnasari. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 2, No. 4, 2015.
- Siti Rochmah. *Responsivitas Pelayanan Studi pada Kebijakan Pelayanan Air Bersih*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2013.
- Subagiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Syamsudin, Muhammad. “Klaim Cacat Barang dan Boleh Dikembalikan dalam Fiqih Jual Beli,” dalam <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/klaim-cacat-barang-dan-boleh-dikembalikan-dalam-fiqih-jual-beli-ceNQy>. diakses pada tanggal 5 Juni 2022, jam 09.00

Titin Srianjani. Analisis Mempertahankan Konsumen Toko Zoya dalam Perspektif Islam Jurnal Iqtishadi. Vol. 8. NO. 1. 2015.

Veithzal Rivai, Dkk. *Islamic Transaction Law In Business*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

