

SKRIPSI

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur)

Oleh:

**AHMAD DANI
NPM. 13102094**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M**

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN
USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

AHMAD DANI
NPM. 13102094

Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
Pembimbing II : Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan**
Saudara Ahmad Dani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____ Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **AHMAD DANI**
NPM : 13102094
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **STRATEGI MEMPERTAHAKAN LOYALITAS KONSUMEN**
USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Juli 2020

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003


Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum
NIP. 19650627 200112 1 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN
USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur)**

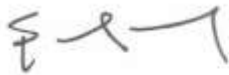
Nama : **AHMAD DANI**
NPM : 13102094
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juli 2020

Pembimbing I,



Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Pembimbing II,



Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum
NIP. 19650627 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : B.2264 / In.28.3 / D / PP.009 / 07 / 2020

Skripsi dengan Judul: STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur), disusun Oleh: AHMAD DANI, NPM: 13102094, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/17 Juli 2020.

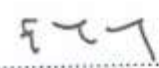
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Penguji I : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

Penguji II : Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

()
()
()
()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur)

**Oleh
AHMAD DANI**

Loyalitas dalam konteks bisnis di jelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk berlangganan pada perusahaan terus menerus, membeli dan menggunakan produk dan jasa perusahaan berulang kali dan merekomendasikan kepada orang lain. Sehubungan dengan strategi mempertahankan konsumen, mempelajari bahwa konsumen terlebih dahulu akan sangat bermanfaat dalam memudahkan pembisnis untuk mendapatkan perhatian dari konsumen. Loyalitas konsumen sangat penting dan di butuhkan semua orang yang memiliki usaha, salah satunya usaha Laundry Arafah yang berada di 38 Banjar Rejo Lampung Timur.

Penelitian ini secara umum membahas mengenai strategi mempertahankan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi syariah dengan menggunakan teori-teori sebagai pijakan dalam menjawab permasalahan yang ada dilapangan. Teori yang digunakan peneliti guna menjawab pertanyaan peneliti ialah loyalitas konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan sifat penelitiannya adalah deskriptif. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi sehingga akan didapatkan data penelitian, yang kemudian data tersebut diolah menggunakan teknis analisis kualitatif dengan pola pikir induktif.

Dalam pelaksanaan strategi mempertahankan loyalitas konsumen antara usaha laundry arafah terhadap konsumennya, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen memiliki kepercayaan untuk menggunakan jasa laundry arafah. Kualitas pelayanan yang baik menjadi hal pokok yang membuat usaha laundry arafah di pilih oleh para pelanggannya. Kemudian selain kualitas pelayanan, laundry arafah juga melakukan promosi sebagai salah satu bentuk strategi mempertahankan loyalitas konsumen. Promosinya ialah dengan menawarkan harga yang bersaing yang selalu di promosikan melalui media sosial secara terus menerus.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AHMAD DANI

NPM : 13102094

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2020
Yang Menyatakan,



Ahmad Dani
NPM. 13102094

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali-Imran: 159)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005),

PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah atas Rahmat Allah SWT yang telah dianugerahkan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas skripsi, dalam rangka memenuhi tugas sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E). Hasil ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Ahmad Dulhadi dan Ibu Jumiati, yang telah mendidik saya dengan penuh kasih sayang dan selalu mendoakan yang terbaik untuk keberhasilan saya.
2. Lisa Sari sebagai istri tercinta yang telah memberi motivasi dan semangat yang luar biasa serta berdoa demi keberhasilan dan kesuksesanku.
3. Almamater Tercinta dan kebanggaan saya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro, sekaligus selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Dr. H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Pemilik dan Karyawan Usaha Laundry Arafah di 38 Banjarrejo yang telah memberikan informasi yang berguna kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juli 2020
Peneliti,



Ahmad Dani
NPM. 13102094

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan	7
 BAB II LANDASAN TEORI	 10
A. Loyalitas Konsumen	10
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	10
2. Loyalitas dan Hak Konsumen	10
3. Asas-asas Perlindungan Konsumen.....	12
4. Pengembangan Loyalitas Konsumen.....	13
5. Karakteristik Loyalitas Konsumen	14

B. Strategi Mempertahankan Konsumen	14
1. Pengeretian Strategi Mempertahankan Konsumen	14
2. Faktor-faktor Mempertahan Konsumen.....	16
3. Program Dalam Pelaksanaan Strategi Mempertahankan Konsumen	19
C. Ekonomi Islam.....	20
1. Pengertian Ekonomi Islam	20
2. Tujuan Ekonomi Islam	21
3. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Sifat Penelitian	26
B. Sumber Data	27
C. Teknik Pengumpulan Data	28
D. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Profil Laundry Arafah	32
B. Strategi Usaha Laudry Arafah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen.....	34
C. Strategi Usaha Laudry Arafah Dalam Melayani Konsumen Perspektif Ekonomi Islam	39
BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Nama Pelanggan Lama Laundry Arafah.....	35
4.2. Omset Laundry Arafah Bulan Januari-Desember 2019	36

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Foto-foto Penelitian
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut untuk dapat mengatur waktunya sebaik mungkin. Sedikit sekali orang memiliki kemampuan manajerial dalam membagi waktunya, apalagi untuk hal-hal yang dianggap sepele namun berpengaruh besar. Aktivitas yang kecil, namun membawa pengaruh besar tersebut yaitu mencuci pakaian. Bila dipikir berapa banyak orang dikota besar yang bisa membagi waktunya untuk mencuci pakaiannya sendiri, sejak pagi sudah bergelut dengan pekerjaannya, pulang dari kantor sudah larut malam, dan hanya ada satu dibenak pikiran yaitu Istirahat.

Hal ini juga terjadi pada kehidupan mahasiswa dimana yang notabene tugasnya adalah belajar. Dengan kesibukan yang padat baik di dalam maupun di luar kampus menjadikan mahasiswa tidak mempunyai waktu untuk mencuci pakaian, karena setiap ada kesempatan dipakai untuk beristirahat ataupun mengerjakan tugas. Ditambah lagi kebiasaan mahasiswa yang selalu menginginkan segala sesuatunya serba cepat.

Laundry kiloan atau binatu kiloan merupakan jasa pencucian pakaian

yang nilai jasanya dihitung berdasarkan berat cucian dalam kilogram.² Laundry merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan, dengan menggunakan jasa *laundry* memudahkan mahasiswa dalam hal mencuci pakaian. Harga yang ditawarkan para pengusaha jasa *laundry* juga terjangkau bagi mahasiswa sehingga banyak mahasiswa yang lebih memilih memakai jasa *laundry* dar Juga dalam al-Qur'an telah dijelaskan tentang *mempertahankan konsumen* yaitu dalam al-Qur'an surat Al- Maidah ayat 2 sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ

Artinya : “...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...”(QS. Al-Maidah : 2)³

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*) konsumen biasanya memiliki kepercayaan atribut suatu produk yang mana atribut tersebut merupakan *image* yang melekat dalam produk tersebut.

Kepercayaan merupakan konstruk multidimensional yang kompleks serta dapat dipengaruhi dengan cara yang berbeda dari rangsangan yang berbeda pula. Jadi dalam mendapatkan kepercayaan konsumen pembisnis harus memberikan stimulus yang bisa merangsang insting kepercayaan, agar

² Cahaya Nur Linda, *Sukses dan Kaya Raya Dari Bisnis Usaha Laundry Kiloan*, (Jakarta: Dan Idea, 2015), h. 9

³ Departemen Agama RI., *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Dipenogoro, 2005), h. 157

konsumen merasa aman akan pembelian yang ia lakukan. Serta dalam membentuk hubungan yang harmonis atau hubungan jangka panjang antara pelaku bisnis dengan konsumen perlu adanya rasa kepercayaan pada diri konsumen kepada pelaku bisnis atas produk yang dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen. Karena suatu produk memiliki ciri-ciri, maka kepercayaan dengan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk biasanya dikaitkan dengan atributnya. Agar dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen maka perusahaan dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Bermitra dengan perusahaan publik atau lembaga-lembaga lain yang sudah dikenal masyarakat.
2. Mencantumkan logo-logo sertifikasi yang diusahakan oleh perusahaan dengan menempuh prosedur-prosedur yang ditetapkan.
3. Mencantumkan alamat kontak dan layanan konsumen secara on line.
4. Memberikan jaminan uang kembali dalam kurun waktu yang ditentukan apabila barang tidak terkirim.
5. Memberi garansi untuk penukaran bahkan pengembalian barang, jika barang yang dikirim rusak atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang tercantum.⁴

Di dalam teori ekonomi kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dinamakan *utility* atau nilai guna. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dikonsumsi tidak haram, menimbun barang, tidak mengandung riba, dan memperhatikan zakat dan infaq. Sehubungan dengan strategi mempertahankan konsumen, mempelajari bahwa konsumen terlebih dahulu akan sangat bermanfaat dalam memudahkan pembisnis untuk mendapatkan perhatian dari konsumen.

⁴ Budi Sutedjo Dharma Oetomo, dkk., *I-CRM Membina Relasi Dengan Pelanggan.Com*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), h. 37

Di kawasan pendidikan kota Metro banyak sekali usaha *laundry* yang dapat dijumpai sehingga mahasiswa sulit untuk memilih jasa *laundry* yang akan dipakai, ditambah dengan jarak yang begitu dekat antar bisnis *laundry* kiloan. Kompetitor yang ada, perusahaan harus dapat menciptakan/ menawarkan/ memberikan sesuatu hal yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

Arafah Laundry adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa cuci kiloan, dalam menjalankan usahanya memaksimalkan kualitas jasa untuk mempertahankan pelanggan terutama di kalangan mahasiswa. Perusahaan Arafah Laundry juga memiliki tujuan untuk memudahkan masyarakat terutama mahasiswa yang sibuk dengan rutinitas sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan menyeterika pakaian. Dengan paket-paket yang disediakan oleh Arafah Laundry, diharapkan mampu memudahkan masyarakat untuk mencuci pakaian dengan tarif kiloan dengan harga yang relatif terjangkau..

Alasan peneliti memilih tempat penelitian di Laundry Arafah adalah mengingat banyaknya usaha *laundry* kiloan yang ada di sekitar kawasan pendidikan 15 a Metro Timur kota Metro. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan selama ini menggunakan *personal selling*, dan *public relation* dan beberapa media cetak berupa brosur untuk mendukung kegiatan pemasaran *personal selling*. Saluran distribusi yang ada di Arafah Laundry bersifat langsung artinya perusahaan menawarkan atau jika ada konsumen yang datang untuk menggunakan jasa *laundry* secara langsung di Arafah Laundry tanpa

melalui agen. Arafah Laundry sangat memperhatikan kebijakan ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Zulfikar selaku manager yang sekaligus pemilik Arafah Laundry itu sendiri, dalam hubungannya dengan pelanggan Arafah Laundry sulit menentukan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Permasalahan tersebut disebabkan belum terdapatnya penentuan jenis pelanggan. Dalam menarik minat calon pelanggan, Arafah Laundry menyebarkan brosur pada awal pembukaan outlet baru dan tidak ada penindaklanjutan setelah proses tersebut selesai.⁵

Permasalahan lainnya adalah sulitnya dalam mempertahankan pelanggan tetap. Pelanggan tetap yang dimaksud yaitu pelanggan yang menjalin keterikatan (melalui member) dengan pihak perusahaan sehingga pelanggan tersebut menggunakan jasa pencucian Arafah Laundry secara berulang. Proses penyampaian keluhan, kritik dan saran dilakukan secara langsung ke perusahaan, ini disebabkan belum adanya layanan yang memudahkan pelanggan terhubung dengan perusahaan setelah proses transaksi selesai. Berdasarkan pernyataan di atas, permasalahan yang dihadapi oleh Arafah Laundry yaitu mengenai management dan hubungan pelanggan, yang dapat mengakibatkan berhentinya penggunaan jasa Arafah Laundry sehingga berpengaruh pada kestabilan profit dari usaha Arafah Laundry itu sendiri. Untuk mencari konsumen atau pelanggan itu mudah di dapat, misalnya dengan cara memberikan harga yang murah atau promo besar besaran di awal, yang sulit adalah bagaimana membuat konsumen atau pelanggan itu setia atau loyal

⁵ Bpk. Muhammad Zulfikar, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada Hari Sabtu, Jam 09.Wib, 19 Mei, 2018

terhadap jasa laundry yang di tawarkan. Tantangan utama yang dihadapi oleh jasa laundry adalah mempertahankan loyalitas konsumen Arafah Laundry.

Seperti pada hasil survei peneliti, diketahui bahwa jumlah usaha laundry yang terletak di Desa Banjarejo terdapat 5 usaha laundry dengan setiap usaha laundry memiliki anggota atau member sebanyak 25-30 anggota dengan jumlah strategi mempertahankan konsumen yang ada pada usaha Loundry Arafah di alamat 38B Banjarrejo Lampung Timur untuk diketahui strategi mempertahankan mempertahankan konsumen Arafah Laundry sehingga sampai pada saat ini Arafah Laundry masih dapat terus bertahan diantara ketatnya persaingan.

Penerapan strategi mempertahankan konsumen pada suatu usaha bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan sebuah usaha agar memperoleh hasil yang maksimal.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai permasalahan tersebut dan memaparkannya kedalam bentuk skripsi dengan judul “STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI KASUS 38B BANJARREJO LAMPUNG TIMUR”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam terhadap

strategi yang dilakukan Laundry Arafah dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Study Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perspektif Ekonomi Islam terhadap strategi yang dilakukan Laundry Arafah dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Study Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada Usaha Laundry Arafah Cara mempertahankan Konsumen.
- b. Secara teoritis bahwa hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi Islam.

D. Penelitian Relevan

Dalam penulisan skripsi ini, ditemukan beberapa skripsi yang dapat dijadikan kajian terdahulu, diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi Noni Wulansary Tri Indra Wijaksana yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Arafah Laundry (Studi Pada Mahasiswa Di Kawasan Yayasan Pendidikan Telkom Dayeuh Kolot Periode Maret 2012 -Juni 2012) Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas

Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom.⁶ Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Data dan informasi diperoleh dari lapangan, data dan info yang telah dikumpulkan dari lapangan. Dengan adanya Strategi Mempertahankan Konsumen dapat membantu kelancaran kegiatan jual beli yang ada di *Wilayah kawsan* Yayasan Pendidikan Telkom Dayeuh Kolot, serta menjadikan konsumen pelanggan tetap.

Diharapkan untuk mempertahankan konsumen salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu strategi pemasaran bisnis melalui pendekatan konsumen. Dengan membangun hubungan baik dengan para konsumen, dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap sebuah pengusaha.

2. Skripsi Endo Wijaya Kartika yang berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5 Asec Surabaya Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi 2015,”.⁷ Pengumpulan data dalam rangka penulisan skripsi ini adalah melalui studi kepustakaan dan studi lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Dalam memperoleh data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan questioner Pemasaran yang tidak mendidik konsumen, hanya

⁶ Noni Wulansary Tri Indra Wijaksana yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan ArafahLaundry (Studi Pada Mahasiswa Di Kawasan Yayasan Pendidikan Telkom Dayeuh Kolot Periode Maret JUNI 2012) Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom, 2012

⁷ Endo Wijaya Kartika yang berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5asec Surabaya Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi 2015

mengunggulkan kelebihan produk tanpa menjelaskan mengapa produk tersebut dianggap lebih unggul.

3. Skripsi M. Zulham Efendi yang berjudul Analisa Harga Penngaruh Promosi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada londre38 di Desa Kanigoro program Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri 2015⁸

Antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini berfokus pada strategi loyalitas pelanggan. Persamaan dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti ini adalah sama-sama membahas loyalitas konsumen. Penelitian di dalam skripsi ini yaitu mengungkap dan mendeskripsikan strategi dalam mempertahankan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi Islam. Setelah peneliti bandingkan dengan skripsi-skripsi sebelumnya dan telah dicantumkan beberapa penelitian sebagai pembanding maka dapat dipastikan skripsi yang berjudul “Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam Study Kasus 38B Banjarrejo Lampung Timur” Tidak ada kesamaan judul jika memang ada kesamaan mungkin hanya beberapa hal saja yang mungkin memang itu semua tanpa disengaja.

⁸ M. Zulham Efendi yang berjudul analisa haraga penngaruh promosi kualitas, pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada londre38 di Desa Kanigoro program Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri 2015

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Konsumen

1. Pengertian Loyalitas Konsumen

Menurut Gremler dan Brown dalam Warnadi dan Aris Triyono berpendapat bahwa loyalitas konsumen adalah konsumen yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan jasa”.⁹

Menurut definisi diatas dapat dimengerti bahwa loyalitas merupakan suatu sikap positif konsumen terhadap suatu produk baik jasa maupun pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen untuk memakai produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikannya pada pihak lain.

2. Loyalitas dan Hak Konsumen

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya adalah jika ada tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya

⁹ Warnadi, Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 35

telah dilanggar oleh pelaku usaha. ada empat hak dasar Konsumen, adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk mendapat atau memperoleh keamanan (*The Right to be Secured*)
- b. Hak untuk memperoleh informasi (*The Right to be Informed*)
- c. Hak untuk memilih (*The Right to Chooese*)
- d. Hak untuk didengarkan (*The Right to be Heard*).¹⁰

Hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak-hak Konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹¹

Hak- hak konsumen yang dipandang sebagai jalan masuk yang tepat dalam masalah etis seputar konsumen sangat diperlukan, Bila diperhatikan dengan seksama, tampak bahwa hak dan kewajiban pelaku

¹⁰ Happy Susanto. *Hak-hak Konsumen Jika Diragukan*, (Jakarta: Visimedia, 2008).h. 24-

¹¹ *Ibid.*, 23-24

usaha bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Bila dibandingkan dengan ketentuan umum di Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, tampak bahwa pengaturan UUPK lebih spesifik. Karena di UUPK pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik, ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha.

3. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen.

- a. Asas manfaat
Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingankonsumen dan pelau usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan
Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknyadan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan
Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen
Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.¹²

Asas ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika di antara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas hal hal diluar yang diperjanjikan. Secara tegas menyatakan, barangsiapa yang mengendalikan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka ia diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

4. Pengembangan Loyalitas Konsumen

Griffin dalam Lili Suryati menyebutkan terdapat dua faktor penting untuk mengembangkan loyalitas:

- a. Keterikatan (*attachment*) yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan terhadap produk atau jasa pesaing potensial, keterikatan yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dibentuk oleh dua dimensi yaitu:
 - 1) Tingkat preferensi yaitu seberapa besar keyakinan pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu.
 - 2) Tingkat diferensiasi produk yang dipersepsikan yaitu seberapa signifikan pelanggan membedakan produk atau jasa tertentu dari alternatif-alternatif lain.
- b. Pembelian berulang yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan dengan produk lain dengan pesaing.¹³

Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang

¹² *Ibid.*, 17-18

¹³ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 95

selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut Konsumen.

5. Karakteristik Loyalitas Konsumen

Menurut Kartajaya Hermawan bahwa karakteristik Konsumen dapat didasarkan pada perilaku pembeli antara lain:

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- b. Membeli antarlini produk dan jasa.
- c. Mereferensikan kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.¹⁴

Konsumen dapat merupakan seorang individu ataupun organisasi, mereka memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumsi, mereka mungkin berperan sebagai initiator, influencer, buyer, payer atau user, Dalam upaya untuk lebih memahami konsumennya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan dapat menggolongkan konsumennya ke dalam kelompok yang memiliki kemiripan tertentu, yaitu pengelompokan menurut geografi, demografi, psikografi, dan perilaku.

B. Strategi Mempertahankan Konsumen

1. Pengertian Strategi Mempertahankan Konsumen

Fokus pada pelanggan merupakan kunci untuk mencapai keunggulan yang kompetitif berkelanjutan dalam persaingan bisnis saat ini. Keunggulan kompetitif dengan fokus pada pelanggan dapat dicapai

¹⁴ Jill Griffin, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 31

dengan mengetahui informasi tentang siapa pelanggan mereka, apa yang pelanggan inginkan, bagaimana kebutuhan pelanggan mereka dipenuhi dan faktor-faktor lain yang terkait.

Strategi adalah peangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan organisasi.¹⁵ Strategi mempertahankan konsumen diartikan dengan *Customer Relation Management* (CRM) merupakan strategi tentang bagaimana mengoptimalkan profitabilitas melalui pengembangan kepuasan pelanggan. CRM merupakan suatu strategi yang menitikberatkan pada semua hal yang terkait dengan fokus pada pelanggan. CRM adalah proses mendapatkan, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan (*profitable customers*).

Menurut Newell yang dikutip oleh Kartika Imasari, *Customer Relationship Management* (CRM) adalah sebuah modifikasi dan pembelajaran perilaku konsumen setiap waktu dari setiap interaksi, perlakuan terhadap pelanggan dan membangun kekuatan antara konsumen dan perusahaan.¹⁶ Menurut Kotler dan Keller, CRM didefinisikan sebagai proses mengelola segala informasi pelanggan secara rinci dan cermat mengelola dengan tujuan untuk mendapatkan kesetiaan yang maksimal dari pelanggan.¹⁷ Secara umum, dapat disimpulkan bahwa CRM

¹⁵ Apiaty Kamaluddin, *Administrasi Bisnis*, (Makassar: CV Sah Media, 2017), 214

¹⁶ Kartika Imasari, Kezia Kurniawati Nursalin, "Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk", *Fokus Ekonomi*, Vol. 10 No. 3 Desember 2011, 185

¹⁷ *Ibid.*, 186

merupakan strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

2. Faktor-faktor Mempertahankan Konsumen

Pada mulanya, perusahaan mengembangkan rencana CRM dalam hubungan kemampuan strategis dari pada strategi di dalam perusahaan. Hal ini membantu untuk memastikan bahwa perusahaan dapat menyesuaikan variasi yang lebih luas dari perubahan pasar dan industri tanpa merusak tujuan utama dari rencana tersebut. Perusahaan yang menerapkan CRM bukan hanya dilihat pada teknologi saja tetapi juga pada pengembangan dan fokus terhadap kemampuan organisasi dalam era lain seperti proses CRM, manusia, dan pengetahuan / wawasan. Tentu saja perusahaan yang menerapkan CRM tidak mengadopsi solusi teknologi CRM terlebih dahulu kemudian membangun CRM disekitar mereka. Melainkan, mereka mengembangkan suatu pendekatan yang lebih seimbang untuk memahami dan menerapkan kemampuan strategis CRM.

Menurut Anton dan Goldenbery yang dikutip oleh Kanaidi dan Ari Kurniawan, CRM memiliki tiga aspek utama yang saling terkait, yaitu:

a. Karyawan (*People*)

Kemampuan dan sikap dari orang yang mengatur CRM. Manusia adalah faktor nomor satu, karena CRM sebenarnya adalah bagaimana mengelola hubungan atau relasi antara manusia sehingga diperlukan “personal touch” atau sentuhan-sentuhan pribadi dan manusiawi. Diperlukan “*attitude*” dan semangat dari dalam pelaku

bisnis untuk lebih proaktif menggali dan mengenal pelanggannya lebih dalam agar dapat lebih memuaskan mereka. Langkah terbaik untuk mengubah perilaku karyawan dan meningkatkan keberhasilan CRM adalah dengan pelatihan yang efektif.

Pelatihan merupakan proses untuk membantu karyawan dalam memperoleh efektifitas dalam pekerjaan mereka sekarang atau masa yang akan datang melalui pengembangan kebiasaan pikiran dan tindakan, kecakapan, pengetahuan dan sikap.

Perusahaan yang menerapkan CRM perlu memiliki pimpinan yang dapat menjelaskan dan menanamkan nilai-nilai yang benar mengenai pentingnya loyalitas pelanggan dengan jelas dan tepat. Dalam CRM diperlukan tim-tim kecil untuk menyederhanakan tanggung jawab dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan sehingga sangat diperlukan kehati-hatian dalam pemilihan karyawan untuk mendapatkan hasil yang terbaik.

b. Proses (process)

Proses atau cara yang digunakan perusahaan dalam mengakses dan berinteraksi dengan pelanggan dalam menciptakan nilai baru dan kepuasan. Disamping itu dibutuhkan proses yaitu sistem dan prosedur yang membantu manusia untuk dapat menjalin hubungan dekat dengan pelanggan. Struktur organisasi, kebijakan operasional serta sistem reward punishment harus dapat mencerminkan apa yang akan dicapai dengan CRM.

Implementasi CRM akan merubah proses usaha yang telah ada sebelumnya. Menurut Hammer dan Champy dalam Anatan dan Ellitan proses didefinisikan sebagai pemikiran kembali desain proses bisnis radikal untuk mencapai perbaikan yang dramatis baik dalam hal biaya, kualitas, pelayanan dan kecepatan. Baik proses usaha yang melibatkan pelanggan secara langsung maupun tidak. Proses dan aplikasi program CRM selain proses kemudahan transaksi yang ditawarkan kepada pelanggannya dan proses mendekatkan diri atau menjaga hubungan dengan pelanggan, perusahaan juga mengantisipasi beberapa langkah dalam hal keluhan pelanggan.

Jika terdapat keluhan dari pelanggan terhadap pelayanan atau produk, perusahaan telah mempunyai beberapa standar prosedur yang dijalankan, untuk memudahkan proses penanganan complain pelanggan. Proses tersebut secara singkat dapat dijelaskan meliputi identifikasi, verifikasi, assess, negoisasi, *action* dan *follow-up*.

Segala complain yang ada dan pernah terjadi, dicatat dan dimasukkan kedalam perusahaan, kemudian dianalisa dan dilihat keluhan mana yang paling sering muncul dan dari situ perusahaan terus melakukan perbaikan-perbaikan meningkatkan kinerja perusahaan. Segala informasi mengenai pelanggan yang didapat tentu saja sangat dijaga kerahasiaannya.

c. Teknologi (*Technology*)

Teknologi merupakan fasilitator dalam implementasi strategi CRM. Teknologi berfungsi untuk memfasilitasi akuisisi pengetahuan pelanggan dan melakukan analisis secara mendalam tentang pelanggan. Pengetahuan yang dimiliki tentang pelanggan digunakan untuk memformulasikan strategi pemasaran dan perencanaan pemasaran sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelanggan.

Strategi ini menjadi faktor penting untuk mencapai keberhasilan perusahaan dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan melalui bermacam metode komunikasi. Melalui interaksi dengan pelanggan, organisasi dapat mempertahankan dan memelihara hubungan dua belah pihak yang saling menguntungkan sehingga pada akhirnya loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan melalui peningkatan nilai-nilai seperti kepercayaan, pengalaman pelanggan, dan keuntungan yang didapat.

3. Program Dalam Pelaksanaan Strategi Mempertahankan Konsumen

Pada dasarnya CRM merupakan strategi yang dilaksanakan untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan dengan mengidentifikasi segmentasi pelanggan secara mendetail, menetapkan strategi komunikasi pemasaran, dan membuat keputusan yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat meningkatkan profit perusahaan.¹⁸

¹⁸ *Ibid.*, 188

Sesuai dengan tujuan utama CRM yang dikemukakan oleh Zikmund, McLeod dan Gilbert dalam Oesmanyaitu untuk mempertahankan dan membangun loyalitas pelanggan, maka untuk memenuhi tujuan tersebut perusahaan berupaya untuk mengembangkan program continuity marketing yang akan memberikan gambaran program continuity marketing untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pelayanan khusus yang bersifat jangka panjang untuk meningkatkan nilai melalui saling mempelajari karakteristik masing-masing.

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Secara sederhana ekonomi Islam berarti sebuah sistem yang di dasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan nilai tersebut sudah tentu Al-Quran, As-Sunnah, *ijma* dan *qiyas*.¹⁹ Ekonomi Islam adalah sekelompok fenomena yang meliputi ajaran Allah SWT dan Rosul-Nya tentang ekonomi berikut pemikiran, doktrin, teori dan ilmu yang menyertainya beserta perekonomian umat Islam sepanjang zaman.²⁰ Definisi lainnya bahwa ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan

¹⁹ Mustafa Edwin Nasution et.al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 11

²⁰ Chandra Natadipurba, *Ekonomi Islam 101 Edisi 2*, (Bandung: Mobidelta Indonesia, 2016), 8

dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah Islam.²¹

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa ekonomi Islam adalah sebuah konsepsi ilmu yang dapat dipraktekkan oleh manusia dalam kegiatan ekonominya dan harus berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist. Ekonomi Islam tidak hanya terfokus kepada kegiatan jual beli namun lebih luas yaitu memberikan gambaran kehidupan dalam bidang ekonomi.

2. Tujuan Ekonomi Islam

Kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam merupakan tuntunan kehidupan. Disamping itu juga merupakan anjuran yang memiliki dimensi ibadah. Tujuan dari sistem ekonomi pada prinsipnya di tentukan oleh pandanganya tentang dunia yang menyangkut tentang makna dari tujuan hidup manusia, prinsip kepemilikan dan tujuan manusia memiliki sumber daya ada dikaitkan kepada hubungannya dalam hal ini setiap agama mempunyai pandangan yang berbeda jika dunia dianggap dan dengan sendirinya, maka konsekuensinya logis yang akan timbul adalah manusia harus bertanggungjawab segala perbuatannya.

Selain itu tujuan ekonomi Islam menurut Eko Suprayitno antara lain:

- a. Menyediakan dan menciptakan peluang-peluang yang sama dan luas bagi semua orang untuk berperan serta dalam kegiatan-kegiatan ekonomi.
- b. Memberantas kemiskinan absolut dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar bagi semua individu masyarakat.

²¹ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics : Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 1

- c. Mempertahankan stabilitas ekonomi dan pertumbuhan, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.²²

Berdasarkan teori-teori mengenai tujuan ekonomi Islam di atas, maka tujuan ekonomi Islam dalam penelitian ini adalah mempertahankan stabilitas ekonomi dan pertumbuhan, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

3. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Menurut penjelesan yang ada di dalam buku Eko Suprayitno, prinsip-prinsip ekonomi Islam secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggungjawabkan di akhirat kelak.
- b. Kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan tidak mengakui pendapatan yang di peroleh secara tidak sah.
- c. Bekerja adalah kekuatan utama penggerak utama kegiatan ekonomi Islam.
- d. Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- e. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaanya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak.
- f. Seorang muslim harus tunduk kepada Allah dan bertanggung jawab diakhirat. Kondisi ini akan mendorong seseorang untuk menjauhi hal-hal yang berhubungan dengan *maisir*, *gharar*, dan berusaha dengan cara yang batil, melampaui batas dan sebagainya.
- g. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab).
- h. Islam melarang riba dalam segala bentuknya.²³

²² Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam : Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005) h. 19 -20

²³ *Ibid.*, 2-3

Dalam kaitanya dengan penjelasan di atas bahwa dalam hal bermuamalah khususnya dalam bidang perdagangan atau jual beli dan dalam hal ini kaitanya dengan sitem timbangan hendaknya seorang muslim harus tunduk dan patuh kepada Allah dan bertanggung jawab di akhirat. Kondisi ini akan mendorong seseorang untuk menjauhi hal-hal yang berhubungan dengan *maisir*, *gharar*, dan berusaha dengan cara yang batil, melampaui batas dan sebagainya.

Selain itu Prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam bukunya Adiwarman A Karim, membentuk keseluruhan kerangka yang jika diibaratkan sebagai sebuah bangunan yang mana bangunan ekonomi Islam tersebut didasarkan atas lima nilai *universal* yaitu Tauhid (*ilahiah*), keadilan (*al-Adl*), kenabian (*al-Nubuwah*), pemerintahan (*al-Khalifah*), dan hasil (*al-Ma'ad*).²⁴

a. Tauhid (Keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Karena Allah adalah pencipta alam semesta dan seisainya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik hakiki. Manusia hanya di beri amanah untuk memiliki sementara waktu sebagai ujian bagi mereka. dan manusia sebagai khalifah di bumi wajib tolong menolong dan saling membantu dalam melaksanakan kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk beribadah kepada Allah.

²⁴ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali pers, 2010), 34

b. Nilai Keadilan (*al-Adl*)

Dalam Islam adil didefinisikan sebagai tindakan tidak menzalimi dan tidak terzalimi, implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa para pelaku ekonomi tidak boleh untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal ini merugikan orang lain. Penegakan nilai keadilan dalam ekonomi dilakukan dengan melarang semua bentuk *maysir*, *gharar riba*, dan *tadlis*.²⁵

c. Nilai kenabian (*al-Nubuwah*)

Nilai ini untuk menjadi model terbaik yang harus di teladani manusia agar mendapat keselamatan dunia akhirat. Nilai ini mencakup sifat-sifat yang harus di teladani dari Rasul oleh manusia dalam kegiatan ekonomi adalah:

- 1) *Shiddiq* (benar, jujur)
Dari konsep *shiddiq* ini muncul konsep turunan khas ekonomi dan bisnis, yakni efektifitas (mencapai tujuan yang tepat dan benar) dan efesien (melakukan kegiatan dengan benar).
- 2) *Amanah* (tanggung jawab, dipercaya, kredibilitas)
Sifat ini membentuk *kredibilitas* yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab serta saling percaya antar masyarakat.
- 3) *Fathanah* (kecerdasan, kebijaksanaan, intelektualitas)
Sifat ini dalam implikasi ekonomi dan bisnis adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada mencapai tujuan.
- 4) *Tabliqh* (komunikatif, keterbukaan, pemasaran)
Sifat ini menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi, iklim keterbukaan atau transparansi dan pemasar pemasar yang tangguh.²⁶

²⁵ *Ibid.*, 35

²⁶ *Ibid.*, 38-39

Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh Rasulullah. Dimana sifat-sifat Rasulullah diatas akan membentuk pribadi-pribadi yang profesional dan prestatif di segala bidang termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.

d. Nilai Pemerintah (*al-Khalifah*)

Dalam Islam, pemerintah memainkan peranan yang kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian agar berjalan sesuai dengan syariah dan untuk memastikan agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hak asasi. Semua ini dalam rangka mencapai tujuan-tujuan syariah.

e. Hasil atau keuntungan (*al-Ma'ad*)

Ma'ad diartikan juga sebagai imbalan atau ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, diformulasikan oleh imam Al-Ghazali yang menyatakan bahwa para pelaku bisnis adalah mendapatkan laba. Laba dunia dan laba akhirat.²⁷

Kaitan atau relevansi antara usaha laundry Arafah dilihat dari strategi mempertahankan loyalitas konsumen dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam adalah dari poin nilai kenabian dan hasil atau keuntungannya. Nilai kenabian meliputi *shiddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*, apabila itu semua di terapkan dengan maksimal maka kepuasan dan kenyamanan pelanggan akan dirasakan dan tentunya pelanggan akan loyal. Prinsip ekonomi Islam hasil dan keuntungan lebih kepada apapun

²⁷ *Ibid.*, 40-41

usaha yang telah kita lakukan maka hasil dan keuntungannya akan mengikuti dan menyesuaikan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan suatu metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.²⁸ Penelitian lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara.²⁹ Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.³⁰

Berdasarkan pengertian di atas, penelitian lapangan merupakan penelitian yang bertujuan untuk meneliti suatu hal yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian Lapangan merupakan suatu pemeriksaan atau pengujian yang teliti dan kritis dalam mencari fakta, atau prinsip-prinsip penyelidikan yang tekun guna memastikan suatu hal. Dalam hal ini adalah mengenai Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry

²⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), 32.

²⁹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014), 26.

³⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), 46.

Arafah Perspektif Ekonomi Islam Study Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu “merupakan format penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek peneliti itu”.³¹

Berdasarkan pengertian di atas, maka penelitian ini bersifat kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif .Penelitian ini akan mendeskripsikan Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam Study Kasus 38 Banjarrejo Lampung Timur.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah semua data atau seorang yang memberikan informasi dan keterangan yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Adapun sumber data tersebut ialah :

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data.³² Sebagai sumber data primer adalah Pemilik Usaha Loundry Arafah itu sendiri dan besrta tiga

³¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), 48.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Cet. Ke-12, 225

karyawannya, juga sepuhuh pelanggan yang terdiri dari lima pelanggan tetap dan lima pelanggan baru.

2. Sumber Sekunder

“Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya, lewat orang lain atau lewat dokumen.”³³

Adapun buku-buku dan jurnal yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan adalah buku-buku dan jurnal yang menjelaskan tentang Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, sumber sekunder adalah bahan yang dijadikan tambahan atau penunjang dalam suatu penelitian yang dapat berupa buku-buku, dokumen atau majalah ilmiah yang berkaitan dan ada relevansinya dengan skripsi ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan Tanya jawab, baik secara terstruktur maupun secara bebas (tidak terstruktur) dengan sumber data.

Hal ini dijelaskan oleh Sugiyono sebagai berikut :

“Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden nya sedikit atau kecil.”³⁴

³³*Ibid.*

³⁴*Ibid.*, 137.

Adapun menurut jenisnya wawancara dibedakan menjadi 3 yaitu; Interview terpimpin, wawancara tidak terpimpin dan wawancara bebas terpimpin.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur yaitu bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengar secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.³⁵

Adapun yang diwawancarai adalah Pemilik Usaha Laundry Arafah Bapak Muhamad Zulfikar, dan karyawan yaitu Evi Oktavia, Wulan Anggraini, dan Sari yang mengetahui informasi tentang Strategi Mempertahankan Konsumen dan dapat diwawancarai agar mendapatkan data yang sesuai dengan skripsi ini, serta Nela, Nana, dan Fitri, Widia, Bapak Mahmud selaku pelanggan lama, dan juga M. Sholeh Suryadi, Bapak Eko Apriyandi, Vivi, Sindi, Bella selaku pelanggan baru yang menggunakan jasa Usaha Laundry Arafah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan bukti-bukti dalam penelitian, dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti meneliti benda-benda seperti buku-buku, dokumen peralatan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.³⁶ Dokumentasi adalah sebagai objek yang

³⁵ *Ibid.*, 233.

³⁶ W Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Grafindo, 2005), 120

diperhatikan dalam memperoleh sumber informasi yang berupa tulisan (*paper*), tempat (*place*), atau orang (*people*).³⁷

Berdasarkan pengertian dokumentasi tersebut di atas, makadokumentasi dalam penelitian ini berupa catatan pembukuan harian, bulanan, dan tahunan. Sedangkan dalam penelitian ini dokumentasinya bisa berupa buku pencatatan laporan harian Usaha Laundry Arafah.

D. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data bersifat kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.³⁸

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif karena dilakukan terhadap data yang berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya, sehingga memperoleh gambaran baru ataupun menguatkan suatu gambaran sudah ada dan sebaliknya. Berikut adalah langkah-langkah dalam analisis data :

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum atau memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan padahal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2010), 206.

³⁸ Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 175.

Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Kajian penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flow chart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan dalam penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.³⁹

Dalam proses analisis data, data dikumpulkan kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisa logika induktif. Pola pikir induktif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat khusus untuk ditarik dan dikembangkan sehingga bersifat umum, dalam hal ini peneliti mengambil data yang bersifat individual, seperti data-data yang diperoleh dari pemilik, karyawan, dan konsumen Usaha Laundry Arafah dan diolah dengan teori-teori yang bersifat umum.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung; Alfabeta, 2014), 246

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Laundry Arafah

1. Sejarah Singkat Laundry Arafah

Arafah *laundry* merupakan salah satu jasa *laundry* yang berkembang di Kota Metro. Arafah *laundry* merupakan unit usaha yang awal berdirinya di lakukan di rumah pada bulan April 2013, kemudian pindah di Jln Terong pada akhir tahun 2014. Usaha *laundry* ini dimulai dengan modal awal Rp. 30.000.000,00 (tiga puluh juta) dengan rincian sebagai berikut, Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta) dipergunakan untuk membeli mesin cuci sedangkan Rp. 10.000.000,00 (sepuluh juta) digunakan untuk kelengkapan lain seperti meja, lemari, kursi, setrika, sabun pewangi, dan atk serta gaji karyawan pada awal bulan.

Pada tahun 2016 bulan Mei pindah ke 38B Jln KH. Dewantara Gang. Patin Banjar Rejo Batanghari Lampung Timur. Pada tahun 2018 pindah tempat lagi di Jln KH. Dewantara sebelah TM. Taqwa Mulya sampai dengan tahun 2019 akhir pindah tempat lagi di dekat lokasi sebelumnya di Jln KH. Dewantara sebelah Mie Jum sampai saat ini.⁴⁰

2. Visi dan Misi Laundry Arafah

a. Visi

Laundry yang terbilang usaha kecil memiliki visi dan misi. Visi

Laundry Arafah adalah menjadi model usaha berbasis syariah,

⁴⁰ Wawancara dengan Bpk. Muhammad Zulfikar selaku Pemilik Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada 13 Maret 2020

berorientasi pada keberkahan dan kepuasan serta menghasilkan silaturahmi yang baik terhadap pelanggan.

b. Misi

Sedangkan untuk misi, dalam Laundry Arafah memiliki beberapa misi yaitu: menjadi tempat untuk karyawan membangun kesejahteraan bersama, menjadi perusahaan yang sanggup dijadikan mitra usaha yang handal dan terpercaya.⁴¹

3. Pelayanan Jasa Laundry Arafah

Ada beberapa tawaran pelayanan jasa *laundry* yang di tawarkan oleh Laundry Arafah diantaranya:

a. Layanan *laundry* kiloan

1) *Regular service* adalah standar layanan biasa yang proses pekerjaannya selama 3 hari dengan beban biaya sebesar Rp 4.800/kg

2) *Ekspres service* adalah layanan cepat dengan proses pekerjaannya selama max 5 jam dengan beban biaya sebesar Rp 10.800/kg

b. Layanan Laundry Satuan

Laundry satuan merupakan layanan yang disediakan untuk pelanggan yang hanya ingin mencuci pakaian satuan misalnya gamis, kebaya, jas dan lain-lain. Harga untuk laundry satuan ditawarkan dengan mulai dari Rp. 10.000,- hingga Rp. 30.000,-.

⁴¹ Wawancara dengan Bpk. Muhammad Zulfikar selaku Pemilik Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada 13 Maret 2020

c. Layanan Laundry Bulanan

Laundry bulanan merupakan layanan yang disediakan untuk pelanggan yang ingin mencuci dengan jumlah yang banyak dan lebih murah. Harga laundry bulanan ada 3 kategori, yaitu:

- 1) Rp. 100.000,- untuk 28kg dalam satu bulan
- 2) Rp. 150.000,- untuk 40kg dalam satu bulan
- 3) Rp. 200.000,- untuk 55kg dalam satu bulan⁴²

4. Peralatan Kerja di Laundry Arafah

Adapun peralatan yang dipakai oleh tenaga kerja dalam melakukan kegiatan mencuci adalah :

- a. Mesin cuci yang terdiri dari :
 - 1) Mesin cuci kapasitas 10 Kg
 - 2) Mesin cuci kapasitas 16 Kg
- b. Setrika uap
- c. Setrika biasa

B. Strategi Usaha Laundry Arafah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Suatu usaha bisa berlangsung atau bertahan lama dipengaruhi dari strategi pendiri usaha dalam menerapkan beberapa cara yang tepat dan sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Pembahasan kali ini ialah usaha Laundry arafah, laundry Arafah mengutamakan dan mempertahankan bahkan menyesuaikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau konsumennya.

⁴² Wawancara dengan Evi Oktavia selaku karyawan Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada 18 Juli 2020

Pelanggan laundry Arafah rata-rata adalah mahasiswa/mahasiswi dan pelajar yang bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi laundry Arafah. Selain dari pelajar, sebagian pelanggan laundry Arafah adalah orang yang sudah berkeluarga yang suami dan istrinya memiliki pekerjaan sehingga memilih untuk menggunakan jasa laundry untuk meringankan pekerjaan di rumah.⁴³ Seperti mendengarkan dan menanggapi kritik dan saran dari konsumen untuk dijadikan sebagai motivasi dan perubahan yang positif. Contoh yang telah di praktikkan adalah jasa dilevery yang di realisasikan oleh laundry arafah sebagai satu permintaan konsumen.

Tabel 4.1
Nama Pelanggan Lama Laundry Arafah

No	Nama	Alamat	Sejak	Jenis	Status
1	Nela	15 polos (samber)	2013	Bulanan	Berkeluarga
2	Nana	Kauman	2013	Bulanan	Berkeluarga
3	Fitri	21 RS Umum	2014	Bulanan	Berkeluarga
4	Widia	21 Polos	2013	Bulanan	Berkeluarga
5	Aldio	21 C (RS Islam)	2017	Bulanan	Berkeluarga
6	Rio	Perum Prasanti	2013	Harian	Berkeluarga
7	Natia	15 A Kampus	2017	Harian	Mahasiswi
8	Sinta	15 A Kampus	2017	Harian	Mahasiswi
9	Anom	15 A Kampus	2017	Harian	Pelajar
10	Diah	15 A Kampus	2015	Harian	Mahasiswi

Pendapatan yang dihasilkan Laundry Arafah sekitar Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 per bulan. Lebih jelasnya mengenai hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

⁴³ Wawancara dengan Wulan Anggraini selaku karyawan Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada 18 Juli 2020

Tabel 4.2.
Omset Laundry Arafah Bulan Januari-Desember 2019

No	Bulan	Omset (Rp)
1	Januari	7.250.000
2	Februari	7.600.000
3	Maret	7.150.000
4	April	7.300.000
5	Mei	7.500.000
6	Juni	7.750.000
7	Juli	7.200.000
8	Agustus	7.450.000
9	September	7.850.000
10	Oktober	7.800.000
11	Nopember	7.850.000
12	Desember	7.900.000

Setiap bisnis pasti memiliki perencanaan tentang strategi yang dilakukan dalam menarik minat dan mempertahankan konsumen dengan tujuan menjaga keberlangsungan bisnis tersebut. Dalam strateginya Laundry Arafah mem-broadcast atau meng-upload gambar beserta keterangan jasa Laundry Arafah di akun facebook, whatsapp, dan instagamnya. Atau juga dengan meng-inbox para konsumennya. Karena selain produk yang menjadi fokus utama dalam bisnis, pelayanan yang baik dan ramah adalah tak kalah pentingnya dari menghasilkan suatu jasa.⁴⁴

Laundry Arafah menerapkan beberapa strategi untuk menarik minat dan mempertahankan konsumen, diantaranya ialah:

⁴⁴ Wawancara dengan Bpk. Muhammad Zulfikar selaku Pemilik Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada Hari Sabtu, Jam 09.WIB, 19 Mei 2020

1. Promosi

Promosi dan pelayanan dalam bisnis dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dan kepuasan konsumennya. Walaupun itu bukanlah hal mudah di tengah ramainya persaingan bisnis Laundry. Setidaknya Laundry Arafah mampu menarik banyak konsumen dan mempertahankannya. Promosi yang dilakukan Laundry Arafah ialah melalui media sosial, diantaranya melalui Instagram, facebook, WhatsAap. Promosi berisi tentang daftar harga jasa laundry terbaru, saat pindah lokasi toko. Ataupun ketika tutup.

2. Dilevery

Laundry Arafah menawarkan layanan delivery untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Jasa dilevery bisa dipergunakan dengan menghubungi pemilik atau karyawan laundry untuk mengirimkan pakaian yang sudah di laundry atau mengambil pakaian yang akan di laundry dengan mengirimkan alamat rumahnya.⁴⁵

3. Jaminan

Laundry Arafah memberikan jaminan berupa jaminan aman, bersih, dan wangi yang akan menjadi keunggulan yang ditawarkan. Jaminan keamanan, di dalamnya terdapat jaminan saat pencucian, jaminan pakaian hilang, dan jaminan kerahasiaan.

Jaminan saat pencucian yaitu jaminan warna tidak akan luntur dan tidak terkena noda ataupun warna dari pakaian lain, serta jaminan

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Nana selaku pelanggan Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada 18 Juli 2020

bentuk dari pakaian tidak akan rusak misalnya pakaian menjadi kendur atau sobek. Seluruh pakaian dalam yaitu bra dan celana dalam akan dicuci secara manual tanpa menggunakan mesin. Di dalam jaminan aman terdapat pula jaminan pakaian tidak hilang yaitu dipastikan seluruh pakaian yang telah diberikan oleh konsumen tidak akan berkurang dan bertambah jumlahnya, melainkan sesuai dengan jumlah dan barang yang telah diberikan konsumen. Adapun jika memang ada yang hilang, laundry Arafah akan mengganti sesuai dengan harga barang yang hilang tersebut.⁴⁶

Jaminan kedua yaitu jaminan bersih, dimana pakaian akan dibersihkan dengan sangat baik, termasuk mengkhilangkan noda-noda yang ada di pakaian misalnya noda bekas makanan, noda bekas bolpoin, dan bahkan noda bekas darah menstruasi yang biasa masih tertinggal di celana dalam. Jaminan bersih tidak hanya membersihkan segala noda, bahkan bahan anti-bakteri juga akan ditambahkan pada seluruh pakaian, supaya lebih bersih dan higienis. Jaminan wangi, yaitu dimana dapat dipastikan hasil dari Laundry akan menghasilkan wangi-wangian yang harum, enak, nyaman, dan tidak menyengat di setiap potong pakaian yang di Laundry. Laundry Arafah juga akan memberikan pilihan aroma atau wewangian bagi para konsumen dengan 2 pilihan aroma, yaitu aroma segar dan aroma mewah atau aroma bunga-bunga.

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Nela selaku pelanggan Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada 19 Juli 2020

4. Harga

Penetapan harga dilakukan atas dasar melihat pesaing ditambah dengan garansi atau jaminan-jaminan yang ditawarkan oleh Laundry Arafah. Jaminan yang ada adalah jaminan aman, jaminan bersih, dan jaminan wangi, sehingga Laundry Arafah dapat memberi tawaran harga yang lebih dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

Biaya bahan baku Laundry pakaian berasal dari bahan baku yang digunakan dan mesin atau peralatan yang digunakan, yaitu sabun cuci cair, molto all-in-one, air, mesin cuci, dan seterika. Untuk Molto all-in-one digunakan produk dengan wangi yang sesuai dengan permintaan konsumen, yaitu molto dengan warna biru untuk wangi fresh dan warna merah muda untuk wangi mewah. Di dalamnya juga sudah termasuk Molto anti-bakteri. Untuk mesin cuci yang digunakan akan membutuhkan 800watt selama 1 jam bekerja yaitu mencuci sekaligus mengeringkan. Sementara itu seterika akan digunakan sekitar 2 jam untuk menyeterika 12kilogram pakaian, seterika membutuhkan 350 watt setiap jam.⁴⁷

C. Strategi Usaha Laundry Arafah Dalam Melayani Konsumen Perspektif Ekonomi Islam

Tujuan dari mempromosikan suatu produk tidak hanya untuk membuat produk tersebut terjual, tetapi melalui produk tersebut perusahaan juga menawarkan kepercayaan dan kepuasan kepada konsumen. Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki

⁴⁷ Wawancara dengan Bpk. Muhammad Zulfikar selaku Pemilik Laundry Arafah, 38 Banjarrejo Lampung Timur, pada Hari Sabtu, Jam 09.WIB, 19 Mei 2020

konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Sedangkan Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewanya seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Laundry arafah mengutamakan kualitas pelayanan dan harga baik jasa laundry kiloan, satuan atau bulanan. Kualitas pelayanan sangat penting ditekankan karena mempengaruhi kenyamanan pelanggan dalam memakai jasa yang ditawarkan. Seperti mendengarkan dan merespon komplain pelanggan saat bertemu, misalnya komplain kerapihan, keharuman dan lain-lain. Kesopanan dan keramahan dalam pelayanan juga diterapkan bahkan ditekankan dalam melayani pelanggan supaya pelanggan merasakan perhatian atau dihargai yang sering kali hal tersebut diabaikan dalam pelayanan suatu usaha.

Harga adalah faktor kedua yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan jasa laundry arafah. Varian jenis jasa pelayanan bulanan yang tentunya lebih murah karena memiliki perbandingan harga dengan jasa laundry kiloan ataupun satuan.

Menambah manfaat produk adalah salah satu kunci mempertahankan pelanggan adalah pemasaran berdasarkan hubungan. Untuk memuaskan pelanggan, para tenaga pemasar dapat menambahkan manfaat produk secara keuangan, sosial, atau menciptakan ikatan struktural antara mereka dan pelanggan. Dari kesadaran tentang kesatuan, keadilan, pertanggung-jawaban dengan otomatis akan melahirkan kebaikan-kebaikan kepada orang lain yang

memberi manfaat saling keuntungan yang bukan semata-mata keuntungan material tetapi juga keuntungan dan kepuasan spiritual.

Dalam melakukan bisnis yang berdasarkan nilai-nilai kejujuran Laundry Arafah sudah melaksanakannya sesuai dengan himbauan Nabi Muhammad SAW. untuk menerapkan nilai-nilai kejujuran dalam setiap transaksi bisnis. Hal tersebut bisa dilihat dari produk-produk yang dijual oleh Laundry Arafah yang sesuai dengan promosi dan iklan di Laundry Arafah. Dan juga tanggung jawab atau kesediaannya untuk mengganti barang cacat yang dikirim oleh Laundry Arafah kepada konsumennya sesuai dengan pesanan sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan menurut hasil penelitian mengenai Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Arafah Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus 38b Banjarrejo Lampung Timur maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan kosumennya, Laundry Arafah menerapkan strategi yang meliputi : memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk-produk di Laundry Arafah, selalu mengupload atau membroadcast jasa Laundry Arafah, menyediakan banyak layanan untuk order yang dapat melalui facebook, WA, Telepon, SMS, dan instagram. Strategi yang lainnya adalah penukaran barang apabila barang yang d laundry cacat, pelayanan jasa pengiriman yang cepat dan gratis, kualitas hasil laundry yang terjamin dan terjaga, diskon untuk member atau diskon saat event tertentu, menampung keluhan dan saran konsumen dan berusaha mencari solusinya. Itulah penerapan strategi-strategi di Laundry Arafah. Jika dilihat dari aspek ekonomi Islamnya, yaitu dapat dilihat dari strategi Laundry Arafah yang mengedepankan kejujuran dan kepercayaan dalam setiap transaksinya entah itu promosi produk Laundry Arafah atau informasi yang diberikan kepada konsumen, bersikap ramah, sopan, adil dan bertanggung jawab kepada setiap konsumennya, memberikan pelayanan jasa dan produk yang dijamin bagus kualitasnya.

B. Saran

Menurut hasil penelitian dan pengamatan peneliti lakukan maka berikut beberapa saran yang dapat penulis berikan :

1. Pengusaha agar lebih fokus dan konsentrasi dalam menjalankan usaha laundry ini. Meskipun pengusaha menjadikan usaha ini sebagai usaha sampingan, akan tetapi usaha ini memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan pendapatan keluarga.
2. Pengusaha agar lebih giat lagi dalam memperluas pemasaran dan harus bisa melihat pasar yang ada, agar hasil dari usaha jasa laundrynya bisa maksimal dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur, “Pengaruh Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Distribution Outlet Realizm Malang Jakarta: Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2010
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. . Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004
- Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Disertasi, Surabaya, Alfa Beta, 2011
- Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez, “*Impact of sevice, quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty*. ABAC Vol. 29, No. 1, January-April, pp.24-38, 2009
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armilo, 1984
- Apiyati Kamaludin, *Administrasi Bisnis*, Makasar: CV. Sah Media, 2017
- Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, Malang: Bayumedia Publishing, 2005
- Basu Swastha dan Hani Handoko, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2004
- Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2014
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013
- Cahaya Nur Linda, *Sukses dan Kaya Raya Dari Bisnis Usaha Laundry Kiloan*, Jakarta: Dan Idea, 2015
- Chandra Natadipurba, *Ekonomi Islam 101 Edisi 2*, Bandung: Mobidelta Indonesia, 2016

- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakart: Bumi Aksara, 2013
- David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2003
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Ed. Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2007
- Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Diragukan*, Jakarta: Visimedia, 2008
- Hermawan Kartajaya, *Boosting Loyalty Marketing Performance*, Bandung: Markplus Inc, Jakarta & Mizan Pustaka, 2011
- Imam Riyadi “Nalisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat (Studi Pada Pelanggan Indosat di Wilayah Semarang Tahun 2012-2013, Yogyakarta; Skripsi UIN Yogyakarta, 2013
- Jill Griffin, *Customer Loyalty*, Jakarta: Erlangga, 2005
- Kartika Imasari, Kezia Kurniawati Nursalin, “Pengaruh Customer Relaitonship Management terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. BCA Tbk”, *Fokus Ekonomi*, Vol. 10 No. 3, 2011
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mnadar Maju, 1996
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV. Dipenogoro, 2012
- Lexy j Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bnadung: PT Remaja Rosadakarya, 2014
- Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 20019
- Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, Malang: UIN Maliki Press, 2010

- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta Kencana, 2006
- S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996
- Siti Mutmainah, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional Jakarta: Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2010
- Sugeng Wahyoedi, saparso, *Loyali Nasabah Bank Syariah*, Yogyakarta: BPFE, 2019
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Renika Cipta, 2010
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Sukirno, sadona. *Mikro Ekonomi teori pengantar sadono sukirno*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Veithzal Rivai dan Andi Buckhori, *Islamic Economis: Ekonomi Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- W Gulo, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Grafindo, 2005
- Warnadi, Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran*, Jakarta: Kencana Predia Media Group, 2007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: lainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-156a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Prof. Dr. Enizar, M.Ag
 2. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
- di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Strategi Mempertahankan Konsumen Toko Rabani Cabang Metro Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan $\pm$ 2/6 bagian.
 - b. Isi $\pm$ 3/6 bagian.
 - c. Penutup $\pm$ 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002

OUTLINE

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDY KASUS 38 BANJAR REJO LAMPUNG TIMUR

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Loyalitas Konsumen
 - 1. Pengertian Loyalitas Konsumen
 - 2. Loyalitas Hak Konsumen

3. Loyalitas Perlindungan Konsumen
 4. Faktor Pendukung Loyalitas Konsumen
 5. Loyalitas Karakteristik Konsumen
- B. Strategi Mempertahankan Konsumen
1. Pengertian Strategi Mempertahankan Konsumen
 2. Urgensi Strategi Mempertahankan Konsumen
 3. Program Dalam Pelaksanaan Strategi Mempertahankan Konsumen
- C. Ekonomi Islam
1. Pengertian Ekonomi Islam
 2. Tujuan Ekonomi Islam
 3. Teori-teori Ekonomi Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknis Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Laundry Arafah
- B. Strategi Usaha Laundry Arafah Dalam Melayani Konsumen
- C. Strategi Usaha Laundry Arafah Menyelesaikan Komplain Komsumen
- D. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Usaha Laundry Arafah

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

B. SARAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Oktober 2019
Peneliti



Ahmad Dani
NPM. 13102094

Mengetahui,

Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
NIP. 19650627 200112 1 001

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDY KASUS 38 BANJAR REJO LAMPUNG TIMUR

A. WAWANCARA

1. Pemilik Arafah Laundry

- a. Bagaimana sejarah berdirinya Usaha Laundry Arafah?
- b. Kenapa Laundry ini dinamakan Laundry Arafah?
- c. Sejak kapan Laundry ini beroperasi?
- d. Bagaimana cara anda dalam meningkatkan pelayanan?
- e. Adakah pelanggan anda yang mempercayai Laundry lebih dari satu tahun, jika ada berapa orang?
- f. Bagaimana anda mempertahankan pelanggan lama?
- g. Bagaimana anda mempertahankan pelanggan baru?
- h. Apa yang anda lakukan untuk pelanggan lama dan pelanggan baru?

2. Konsumen Laundry Arafah

1. Sejak kapan menjadi pelanggan Laundry Arafah?
2. Apakah keunggulan Laundry Arafah?
3. Mengapa anda memilih Laundry Arafah?
4. Mengapa anda tetap setia memilih Laundry Arafah?
5. Apa saja yang anda peroleh dari Laundry sebagai pelanggan?

B. DOKUMENTASI

1. Data Pelanggan Laundry Arafah
2. Foto Laundry Arafah

Metro, Februari 2020
Peneliti


Ahmad Dani
NPM. 13102094

Mengetahui,

Pembimbing I

Prof. Dr. Hi. Enizar, M.Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Pembimbing II


Dr.H. Azmi Siradiuddin, Lc., M.Hum
NIP. 19650627 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0680/In.28/D.1/TL.00/03/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Laundry Arafah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0679/In.28/D.1/TL.01/03/2020,
tanggal 11 Maret 2020 atas nama saudara:

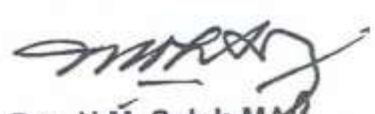
Nama : **AHMAD DANI**
NPM : 13102094
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Laundry Arafah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDY KASUS 38 BANJAR REJO LAMPUNG TIMUR)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Maret 2020
Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0679/In.28/D.1/TL.01/03/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **AHMAD DANI**
NPM : 13102094
Semester : 14 (Empat Belas)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Laundry Arafah, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY ARAFAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDY KASUS 38 BANJAR REJO LAMPUNG TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 11 Maret 2020

Wakil Dekan I,

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Muhammad Zulfikar



Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Topik	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9/28 7		Acc utf & masalah	9

Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Topik	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/2/2020	Profil & APD	Acc utas Revisi ke Dosen	7

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003


Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki, Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Topik	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7/2 2020	Sub III	A. Ranca antara jari & syaf B. hlar dudu lya pukul + pelagi & plegan ig lyg 3 C. - Subr slider ly 2. pldn de pndn ni lye bln fear 19 D. Teknik pnpn & anen bll aplikatif - wgl kan	4

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

4

Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIII/2019

No	Hari/ Tanggal	Topik	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/12/19	Bab I	ACC layout bb II & materi ke tupakusan us by	4
	16/12/20	Bab II	Perbaikan materi aspek	4
	28/12/20 1	Bab II	ACC usy Gyet ke Bab II 2 APD	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,


Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003


Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIII/2019

No	Hari/ Tanggal	Topik	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13/11/19	B6I	- L Bar di Mulya - sewa hotel total - bs. - Substansi baru, surat - laporan fud ① jurnal kondisi di - kota. Puncak ② jurnal pelayanan - teknik kondisi - supaya bisa kondisi - baru. ③ Rumus baru / Penguasaan - sehat buku penerbitan → buku yang layak jual C. Pijin ~ - dalam buku & konversi	4

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,


Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003


Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIII/2019

No	Hari/ Tanggal	^{TOPIK} Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/11/19	Disela	Acc & meng bub <u>TU</u>	4.

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003

Ahmad Dani
NPM. 13102094

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIII/2019

No	Hari/ Tanggal	Tanggal Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	31/6/19	Pembimbing I Outline	1. arak aatar seminar April 2018 - 1 1/2 hr. Simpis sy lupin blo ada judul spt ini - Bab I - Cover - materi proposal. - Bab II (tiori) Buku ada tiori strategi marketing konvensional. - ada buku baca, wa ji tiori kurang maka anda bisa bisa melengkap	G.

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,


Prof. Dr. H. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003


Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : XIII/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I Topik	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	31/10/19	Pembimbing I Outline	Jarak antara seminar April 2018 - 1 1/2 hr. Skrripsi yg lupa blo ada judul spt ini - Bab I - Cover - materi proposal. - Bab II (tiori) Buku ada tiori yg strategi marketing konvensional. - ada bagas baca, kn jika tiori kurang maka anda bisa bisa melengkap	G.

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,


Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag
NIP. 19600918 198703 2 003


Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : X/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30-7-2018		- out line dan app 2: <u>acc</u>	h

Dosen Pembimbing II

H. Azmi Siradjuddin, Lc. M. Hum
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

Ahmad Dani
NPM. 13102094



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Dani
NPM : 13102094

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : X/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29-2-2018		- Bab 2, 3, dan 4 2: acc untuk 2 teruskan ke Pembimbing I	9

Dosen Pembimbing II

H. Azmi Siradjuddin, Lc. M. Hum
NIP. 19650627 200112 1 001

Mahasiswa Ybs,

Ahmad Dani
NPM. 13102094

FOTO PENELITIAN



Logo

Arafah Laundry



garansi
1x24jam



BUKA SETIAP HARI!
08:00-21:00



melayani
laundry
satuan dan kiloan

harga
mulai
Rp. 3.000/kg

cuci
lipat
Rp. 3.000/kg

strika
lipat
Rp. 3.000/kg

komplit
cuci + kering + strika
Rp. 4.000/kg



- Harga mulai 3rb
- Sistem cuci privacy (1 mesin 1 orang)
- Gratis antar jemput dalam kota
- Paket bulanan
- Bergaransi



Usaha Laundry Arafah

 Arafah Laundry <i>Professional Laundry On Wheels</i>			
PAKET LAUNDRY		DAFTAR HARGA SPESIAL	
Reguler (4 hari)	4000/kg	BAD COVER KUCI	Rp. 15.000
Three Day (3 hari)	5000/kg	SEKAR	Rp. 14.000
Two Day (2 hari)	4000/kg	SEKAS	Rp. 14.000
One Day (1 hari)	7000/kg	SILINDR	Rp. 6.000
Express (4 jam)	12000/kg	SEKAS	Rp. 15.000
PAKET LAUNDRY		SEKAS	Rp. 15.000
Reguler (4 hari)	2500/kg	SEKAS	Rp. 15.000
Three Day (3 hari)	3000/kg	SEKAS	Rp. 15.000
Two Day (2 hari)	3500/kg	SEKAS	Rp. 15.000
One Day (1 hari)	4500/kg	SEKAS	Rp. 15.000
Express (4 jam)	6000/kg	SEKAS	Rp. 15.000
PAKET MANJAUWA		SEKAS	Rp. 15.000
E. Rp. 100.000 / kg (Reguler)		SEKAS	Rp. 15.000
PAKET SINGKAPURA		SEKAS	Rp. 15.000
A. Rp. 100.000 / kg (2 Days)		SEKAS	Rp. 15.000
E. Rp. 150.000 / kg (1 Day + extra (normal))		SEKAS	Rp. 15.000
PAKET PRIORITAS		SEKAS	Rp. 15.000
A. Rp. 200.000 / kg (Reguler)		SEKAS	Rp. 15.000
B. Rp. 250.000 / kg (2 Days)		SEKAS	Rp. 15.000
C. Rp. 300.000 / kg (1 Day + extra (normal))		SEKAS	Rp. 15.000
D. Rp. 350.000 / kg (1 Day + extra (normal))		SEKAS	Rp. 15.000



Peneliti bersama Pemilik Laundry Arafah



Pelayanan Konsumen Laundry Arafah



Peneliti bersama Pemilik Laundry Arafah



Peneliti bersama Pemilik Laundry Arafah



Peralatan Laundry Arafah



Hasil Laundry Arafah

RIWAYAT HIDUP



Peneliti dilahirkan di Desa Kauman, Kec. Kota Gajah, Kab. Lampung Tengah pada tanggal 18 September 1995, anak tunggal, yang lahir dari pasangan bapak AhmadDulhadi dan ibu Jumiati. Peneliti tinggal di Desa Bangun Rejo, Kec. Gunung Sugih, Kab. Lampung Tengah

Pendidikan dasar peneliti tempuh di MI NURUL ULUM Desa Kauman, Kec. Kota Gajah di mulai tahun 2000 dan selesai pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan di MTS NURUL ULUM Desa Kauman, Kec. Kota Gajah di mulai tahun 2007 dan selesai pada tahun 2010. Sedangkan pendidikan menengah ke atas di ALIYAH MA'ARIF 09 Kota Gajah di mulai tahun 2010 dan selesai tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah di mulai pada Semester I TA.2013/2014.