

Analisis Strategi Untuk Menjaga Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah (Studi Pada Laundry Syari.Com Kota Medan)

Nurlaila

¹Fakultas Agama Islam, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

email : nurlaila@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha laundry berlabel syariah. Pendekatan penelitian adalah pendekatan kualitatif. Sumber data berasal dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara kepada bisnis konsultan dan konsumen laundry syari. Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, tidak hanya sekedar perencanaan, tetapi lebih dari perencanaan yang menyeluruh, komprehensif, dan integral. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen, laundry syari menerapkan strategi yaitu dengan memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan (service), promosi (promotion), dan harga (price). Dari aspek ekonomi islam laundry syari merupakan usaha pelayanan jasa yang mengedepankan kejujuran dan kepercayaan dalam setiap transaksinya baik itu promosi ataupun informasi produk yang diberikan kepada konsumen, bersikap ramah, sopan dan bertanggung jawab kepada setiap konsumen dengan memberikan pelayanan jasa dan produk yang dijamin kualitasnya. Karakteristik loyalitas konsumen laundry syari yaitu : (1) Mendaftar sebagai member tetap laundry syari. (2) Melakukan transaksi teratur. (3) Tidak terpengaruh dengan jasa layanan lainnya. (4) Mempromosikan atau merekomendasikan pada orang lain

Kata Kunci : *Strategi, loyalitas konsumen, laundry syariah.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan zaman saat ini kompetisi di sektor bisnis semakin ketat, perusahaan-perusahaan harus mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk/jasa yaitu waktu penyerahan lebih cepat, layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada konsumen agar bisa ikut dalam persaingan. Di manainformasi produk atau layanan berpengaruh terhadap reputasi dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya reputasi dan kepuasan akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Di mana kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Hal ini juga terjadi pada kehidupan mahasiswa di mana 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.

Perusahaan memerlukan cara agar konsumen yang pernah membeli akan datang kembali dan membeli produk (repeat order) di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Tujuan perusahaan terkait dengan pemasaran saat ini telah bergeser dari akuisi pembelian (customer acquisition) menuju loyalitas pelanggan. Banyak perusahaan tidak lagi memfokuskan aktivitas pemasarannya hanya pada pencarian pembeli baru. Akan tetapi, terfokus pada usaha mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Program loyalitas pelanggan merupakan salah satu cara efektif untuk meraih tujuan tersebut.

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian atau transaksi produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang. Loyalitas yang tinggi mencerminkan kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk atau jasa. Loyalitas memiliki hubungan dengan dua kondisi penting, yaitu retensi pelanggan (customer retention) dan total pangsa pasar (total share of customer). Retensi pelanggan menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Tingkat retensi pelanggan adalah presentase pelanggan yang telah memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu yang terbatas. Pangsa pelanggan suatu perusahaan menunjukkan presentase dari anggaran pelanggan yang dibelanjakan ke perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang secara terus menerus dan berulang ke suatu tempat untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau jasa dengan membayar produk atau jasa tersebut. Terdapat beberapa tahapan dalam loyalitas pelanggan yang berkembang, sebagai berikut:

1. Tahap pertama : loyalitas kognitif, di mana konsumen yang mempunyai loyalitas tahap pertama ini menggunakan basis informasi yang memaksa menunjuk pada

satu merk atas merek lainnya, loyalitas hanya didasarkan pada aspek kognisi saja

2. Tahap kedua : loyalitas afektif yaitu didasarkan pada aspek efektif konsumen, sikap merupakan fungsi dari kognisi (penghargaan) pada periode awal pembelian dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya ditambah dengan kepuasan dari periode berikutnya.
3. Tahap ketiga : loyalitas konatif, dimensi konatif (niat melakukan) yang dipengaruhi oleh perubahan-perubahan afektif terhadap merek. Konasi menunjukkan suatu niat/komitmen untuk melakukan sesuatu ke arah tujuan tertentu.
4. Tahap keempat : loyalitas tindakan, pada tahapan ini untuk mengenali perilaku loyal pada tahap ini ialah komitmen pembelian ulang yang ditunjukkan pada suatu produk dalam kurun waktu tertentu secara teratur.

Ukuran loyalitas konsumen tidak didasarkan atas pembelian berulang dimasa lalu tapi juga estimasi pembelian berulang di masa datang yang konsisten. Loyalitas konsumen pada suatu produk karena merk-nya merefleksikan adanya kekuatan atau stimulus yang kuat terdapat pada merek produk tersebut.

Adapun beberapa beberapa karakteristik umum loyalitas konsumen, sebagai berikut :

1. Konsumen yang loyal terdapat merek cenderung lebih percaya diriterhadap pilihannya.
2. Konsumen yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.
3. Kelompok konsumen minoritas cenderung untuk lebih loyal terhadap merek.
4. Konsumen yang loyal terhadap merek juga lebih mungkin loyal terhadap toko dan produsen.

Setiap perusahaan yang menginginkan untuk tetap eksis dipasar harus senantiasa memperhatikan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas bukan hanya akan melakukan pembelian secara berulang (re purchases) akan tetapi juga mampu mendatangkan pelanggan baru (new customer) melalui word of mouth. Oleh karena itu perlu kiranya perusahaan kualitas produk yang baik.

Perkembangan label “syariah” di indonesia banyak bermunculan dan menjadi trend masyarakat indonesia diberbagai bidang produk, perbankan syariah, hotel syariah, dan bahkan laundry syariah. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh dunia usaha agar konsumen tertarik pada produk kita, yaitu aspek pelayanan yang diberikan kepada konsumen, kualitas barang atau jasa yang ditawarkan serta nama atau brand yang menarik konsumen.

Laundry syari.com merupakan laundry syariah pertama yang hadir di kota Medan yang mencuci sesuai dengan tuntunan islam yaitu dengan metode thaharah treatment, dalam menjalankan usahanya memaksimalkan kualitas jasa untuk mempertahankan pelanggan. Kelebihan lainnya yaitu selain harganya yang bersaing, hasil cucian yang bersih juga juga menjadi sebab lirikan konsumen. Perusahaan Laundry syari.com juga memiliki tujuan untuk memudahkan masyarakat yang sibuk dengan rutinitas sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan menyeretika pakaian. Dengan paket-paket yang disediakan, diharapkan

mampumemudahkan masyarakat untuk mencuci pakaian dengan tarif harga yang relatif terjangkau.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian lapangan(field research) karena peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat. Terlibat dengan partisipan atau masyarakat berarti turut merasakan apa yang mereka rasakan sekaligus juga mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi setempat. Peneliti harus memiliki pengetahuan tentang kondisi, situasi dan pengolahan hidup partisipan dan masyarakat yang diteliti. Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, di mana peneliti harus mendeskripsikan suatu objek, fenomena atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Arti dalam penulisannya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka. Dalam penulisan laporan penelitian kualitatif berisi kutipan-kutipan data (fakta) yang diungkapkan dilapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya. Berdasarkan pengertian diatas, maka penelitian ini bersifat kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian ini akan mendeskripsikan Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah (Studi Pada Laundry Syari.Com Kota Medan).

Penelitian ini akan dilakukan di Laundry syari.com, yang terletak di Jl. Darussalam No.101, Babura, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20153. Waktu penelitian dilaksanakan pada semester genap tahun 2020-2021 yang diestimasikan dari bulan maret-juli 2021.

Penelitian kualitatif kehadiran peneliti disini sangat penting dan peneliti diharapkan hadir secara maksimal. Peneliti adalah kunci utama sebagai alat pengumpul data, maka dari itu peneliti harus terlibat langsung didalam kegiatan penelitian dan terjun langsung untuk meneliti dalam bentuk wawancara, peneliti melakukan penelitian pada Laundry Syari.Com di Kota Medan.

Tahapan penelitian akan mempermudah peneliti untuk pelaksanaan penelitian, membahas dan mengulas penelitian secara jelas, runtut dan sistematis, penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

1. Tahap Persiapan, Kegiatan yang dilakukan dalam tahap persiapan adalah memilih judul, konsultasi judul, studi pustaka dan perencanaan penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan, Tahap ini meliputi pengumpulan data-data yang terkait dengan fokus penelitian yaitu tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha laundry berlabel syariah.
3. Tahap Analisis Data Pada tahap ini dilakukan sebuah kegiatan untuk mengelola data yang didapat melalui studi kepustakaan,observasi,wawancara dan dokumentasi.
4. Tahap Penulisan laporan Pada tahap ini dilakukan penyusunan hasil penelitian dari semua kegiatan pengumpulan 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 Sumber Primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data dan Sumber Sekunder, Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya, lewat orang lain atau lewat dokumen.

Penelitian ini dalam mengumpulkan data yang akurat maka peneliti menggunakan beberapa teknik untuk menunjang data yang diteliti, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Studi Kepustakaan Teknik ini digunakan untuk mendapat data dari sumber yang relevan berupa pengumpulan informasi-informasi dari topik yang diteliti oleh para ilmuwan. 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. Observasi dalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data. Dan Dokumentasi Data dalam penelitian kualitatif kebanyakan diperoleh dari sumber manusia atau human resources, melalui observasi dan wawancara.

Teknik Analisis Data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Penelitian

1. Sejarah Laundry Syari.Com

Laundry syari.com merupakan laundry syari pertama di kota Medan yang bergerak di bidang jasa pencucian pakaian berbasis syariah, dengan model bisnis halal yang berkembang dan tumbuh sebagai wadah berbagi ilmu bersuci didalam islam. laundry syari berkomitmen memberikan pelayanan terbaik pada setiap pelanggan dengan mencuci sesuai tuntunan islam dengan metode thaharah treatment yaitu mencuci dengan air mengalir dengan intensitas air lebih dari 200 liter sehingga lebih optimal dalam proses membersihkan pakaian sekaligus mensucikannya. Proses pencucian laundry syari.com ada 4 tahap untuk meyakinkan bahwa pakaian tersebut suci, yaitu:

- a. Memisahkan baju yang terkena najis.
- b. Hilangkan najis yang melekat pada baju.
- c. Bersihkan dengan sabun/deterjen.
- d. Bilasan terakhir, guyur dengan air mengalir.

Laundry syari merupakan unit usaha yang didirikan pada tahun 2016. Secara sejarah sebelum menjadi laundry syari, laundry ini adalah klik laundry yang bergerak di bidang perusahaan laundry kiloan sebagaimana pada umumnya tanpa spesifikasi thaharah. pada tahun 2015 di manatrend syar'i maka disitu pemilik usaha menggebrak usaha laundry berlabel syariah dan melakukan tes pasar, dengan

memperkenalkan laundry syari yang mengedepankan kualitas dan jaminan mencuci pakaian sesuai tuntunan islam karena kebersihan adalah sebagian dari iman.

Owner perusahaan menyatakan bahwa mereka merupakan perusahaan laundry yang berhijrah dari konvensional menjadi perusahaan yang menjalankan usahanya sesuai dengan tuntutan syariah terutama dalam proses pencucian. Perubahan brand perusahaan klik laundry menjadi laundry syari.com dilakukan di tahun 2016. Klik laundry sendiri hadir sejak tahun 2008. Meski laundry ini merubah brandnya menjadi berbasis syariah, akan tetapi perusahaan ini tidak mengkhususkan perusahaan yang mengedepankan konsumen Muslim, namun juga terbuka bagi semua konsumen dari berbagai kalangan. Perusahaan ini mengedepankan kualitas yang lebih baik dibanding dengan produk yang ditawarkan perusahaan lainnya.

2. Lokasi Laundry Syari.Com



Gambar 4.1
Lokasi Laundry Syari.Com

Lokasi Laundry syari.com terletak di Jl. Darussalam No.101 C, Babura, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20153. Merupakan lokasi yang sangat strategis, dekat dengan pusat perdagangan, usaha-usaha industri kecil dan rumah tangga, hotel dan usaha ekonomi lain sehingga bisa menjadi jangkauan perluasan pelanggan laundry syari.

3. Logo Laundry Syari.Com



Gambar 4.2

beberapa makna dan filosofi di mana titik air berwarna biru menandakan simbol air yang mengalir, membersihkan, mensucikan dan memberi edukasi ke customer

dan masyarakat sekitarnya, bahwa suci itu sebagian dari iman. Bentuk huruf syim dari bahasa arab yang merupakan awalan dari huruf syari. Nama merk sekaligus landing page sebagai pusat service dan promosi usaha laundry baik online dan offline. Tagline mencuci sesuai tuntunan islam menunjukkan positioning usaha, sehingga berbeda dengan usaha sejenisnya.

4. Visi Dan Misi Laundry Syari.Com

a. Visi

Laundry syari.com ingin menjadi model usaha berbasis syariah berorientasi pada keberkahan dan thaharah treatment sesuai tuntunan islam serta menjadi pelopor laundry islami terkemuka di indonesia.

b. Misi

Adapun beberapa misi yang dilakukan laundry syari yaitu :

- A. Membentuk tim startegis, manajemen dan operasional yang solid.
- B. Membuat brand laundry syari.com jadi “keren” berkelas dunia.
- C. Memberikan solusi dan kemudahan fasilitas mencuci bagi setiap pelanggannya
- D. Laundry syari pertama dengan metode thaharah treatment yang aktif mendakwahkan kebersihan dan kesucian sesuai syariat islam.

5. Pelayanan Jasa Laundry Syari.Com

Laundry syari memiliki beberapa tawaran jasa pelayanan kepada konsumen, diantaranya :

a) Paket satuan syari premium laundry dan thaharah treatment

Paket satuan merupakan layanan yang disediakan untuk pelanggan yang hanya ingin mencuci pakaian satuan seperti kemeja, kaos, kebaya payet, jas almamater, blazer, mukenah, jilbab, karpet dan lain sebagainya. Harga untuk paket satuan yang ditawarkan mulai dari Rp. 10.000,- hingga Rp. 35.000,-.

b) Paket kiloan syari

1. Regular service adalah standar pelayanan biasa yang proses pengerjaannya selama 2 hari dengan biaya sebesar Rp. 15.000/Kg
2. Ekspres service adalah jenis pelayanan cepat dengan proses pengerjaan 6 jam dengan biaya sebesar Rp. 25.000/Kg dan waktu pengerjaan 4 jam dengan biaya Rp. 30.000/Kg.

c) Paket member Syari

1. Paket Member Aisyah merupakan paket laundry bulanan dengan layanan yang disediakan untuk pelanggan yang ingin mencuci dengan jumlah yang banyak dan lebih murah dengan harga sebesar Rp. 500.000,- untuk 50 Kg jangka waktu dalam 30 hari. Paket tidak akan hangus dan akan diakumulasikan pada bulan berikutnya.
2. Paket member shofiyah merupakan paket laundry bulanan dengan layanan yang disediakan untuk pelanggan yang ingin mencuci dengan jumlah yang banyak dan lebih murah dengan harga sebesar Rp. 350.000,- untuk 30 Kg jangka waktu dalam 30 hari. Paket tidak akan hangus dan akan diakumulasikan pada bulan berikutnya.

6. Peralatan Kerja Laundry Syari.Com

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

1. Mesin cuci

2. Mesin pengering
3. Setrika uap
4. Setrika biasa
5. Timbangan
6. Komputer kasir

Temuan Penelitian

Berdasarkan dengan tujuan penelitian diatas, untuk menganalisis strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha laundry berlabel syariah studi pada laundrysyari.com menggunakan teknik dan metode pengumpulan data yang telah dilakukan penulis. Deskripsi data ini merupakan upaya yang dilakukan penulis dalam mengungkapkan data dengan benar melalui proses wawancara secara langsung. Penelitian dilakukan pada tanggal 16 Juni 2021 di Laundry Syari.Com di Jl. Darussalam No.101 C, Babura, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20153. Adapun hasil wawancara sebagai berikut:

1. Strategi usaha laundry berlabel syariah untuk 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 syari, laundry syari mengutamakan dan mempertahankan bahkan menyesuaikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau konsumennya.

Usaha laundry sebenarnya hanya menjual jasa pelayanan berkaitan dengan cuci pakaian, yang paling penting yaitu pelayanan atau service yang diberikan pada konsumen. Adapun beberapa service yang diberikan laundry syari yaitu jasa ekspres hanya beberapa jam dapat diselesaikan, layanan antar jemput dan beberapa layanan diskon dalam bentuk voucher.

Untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen, pertama yaitu dengan cara bersikap ramah karena banyak pemilik usaha yang kehilangan pelanggan hanya karena konsumen tidak merasa nyaman dengan service yang diberikan. Kedua, pelayanan yang cepat dan tanggap. Ketiga, menerima dan mendengarkan keluhan pelanggan dengan memberikan tanggapan yang baik dan berikan solusi untuk keluhan pelanggan.

Pelanggan laundry syari rata-rata adalah orang yang sudah berkeluarga yang bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi laundry dan memiliki pekerjaan sehingga memilih untuk menggunakan jasa pelayanan laundry untuk meringankan pekerjaan di rumah.

Omset laundry syari sekitar Rp. 20.000.000.00 lebih, akan tetapi pada tahun 2020 tepatnya mulai dari bulan april terjadi penurunan yang sangat signifikan karena dampak dari wabah virus Covid-19 penurunan omset ini tidak bisa dihindari.

Setiap bisnis pasti memiliki perencanaan tentang strategi yang dilakukan dalam menarik minat dan mempertahankan konsumen dengan tujuan menjaga keberlangsungan bisnis tersebut. Dalam strateginya laundry syari mem-broadcast atau meng-upload gambar beserta keterangan jasa pelayanan di akun facebook, whatsapp dan instagram. Karena fokus dalam usaha bukan hanya produk saja akan tetapi pelayanan juga penting untuk menghasilkan suatu jasa yang baik.

Laundry syari memiliki beberapa strategi untuk menarik minat dan mempertahankan konsumen agar loyal terhadap laundry, diantaranya ialah :

- a. Kualitas produk, di manasegmen pasarnya masyarakat muslim tidak hanya sekedar bersih dari kotoran namun bersih dari kotoran dan najis dengan menggunakan thaharah treatment. Hal ini sangat penting, karena kaum muslim diwajibkan menjalankan sholat lima waktu dengan menggunakan pakaian bersih dari kotoran ataupun najis.
- b. Service (pelayanan), kecepatan dan ketanggapan dalam melayani konsumen menjadi prioritas dalam menciptakan kenyamanan dalam menggunakan suatu jasa pelayanan.
- c. Promotion (Promosi), teknik promosi merupakan strategi untuk menawarkan dan mengkomunikasikan suatu jasa pelayanan antara perusahaan dengan konsumen.
- d. Price (harga), harga yang diberikan relatif mahal dibandingkan jasa sejenisnya namun penetapan harga dilakukan atas dasar melihat persaingan pasar ditambah dengan garansi atau kualitas yang di tawarkan oleh laundry syari yaitu dengan value di titik suci dengan metode pencucian thaharah treatment.

Berdasarkan hasil wawancara yang dikemukakan diatas , maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen sangat berpengaruh terhadap suatu usaha agar bisa berlangsung lama. Maka, startegi untuk mempertahankan loyalitas konsumen yang dilakukan laundry syari yaitu kualitas produk , service (pelayanan) , promotion (promosi), dan harga. Karena strategi yang tepat sangat mempengaruhi keuntungan yang didapatkan perusahaan.

Karakteristik Loyalitas Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Laundry

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis dalam hal karakteristik loyalitas konsumen terhadap penggunaan jasa laundry, terdapat beberapa karakteristik yang penulis temukan yaitu :

- a. Mendaftar sebagai member tetap laundry syari.
- b. Melakukan transaksi teratur.
- c. Tidak terpengaruh dengan jasa layanan lainnya.
- d. Mempromosikan atau merekomendasikan pada orang lain.

Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah

Kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap berlangsungnya sebuah bisnis barang/jasa. Banyak perusahaan berlomba-lomba mempertahankan loyalitas dan kepuasan konsumen untuk memperluas jaringan bisnis. Kepuasan konsumen tidak dapat tercipta dengan mudah karena membutuhkan proses yang cukup panjang. Namun, selain proses yang panjang, loyalitas dan kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pelayanan, kualitas produk, maupun harga. Untuk menjaga sebuah loyalitas, terdapat beberapa startegi yang bisa dilakukan.

Fokus pada pelanggan adalah kunci untuk mencapai kesuksesan yang kompetitif berkelanjutan dalam persaingan bisnis pada saat ini. Keunggulan kompetitif dengan fokus pada konsumen dapat dicapai dengan mengetahui informasi tentang siapa pelanggan mereka, apa yang pelanggan inginkan, bagaimana kebutuhan yang pelanggan inginkan dan faktor-faktor lainnya. Strategi

pemasaran laundry syari memanfaatkan berbagai media yang saat ini dapat digunakan oleh sejumlah kalangan guna menarik minat konsumen, serta memudahkan konsumen untuk mengenal berbagai produk pelayanan jasa yang ditawarkan oleh laundry syari.

Tujuan dari promosi suatu produk tidak hanya untuk membuat produk tersebut terjual, tetapi melalui media promosi perusahaan juga dapat menawarkan kepercayaan dan kepuasan kepada konsumen. Kepercayaan konsumen (consumer beliefs) adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Sedangkan kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi dengan baik.

Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, tidak hanya sekedar perencanaan, tetapi lebih dari perencanaan yang menyeluruh, komprehensif, dan integral. Menyeluruh artinya melibatkan semua bagian atau unit kerja yang ada dalam perusahaan secara bersama-sama. Komprehensif berarti mencakup semua aspek utama organisasi. Integral artinya semua bagian dari perencanaan harus saling terkait satu sama lain.

Karakteristik Loyalitas Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Laundry

Pelanggan yang loyal merupakan asset bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik yang dimilikinya. Oleh karena itu, loyalitas konsumen merupakan suatu ukuran yang bisa diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan di mana yang akan data bagi suatu perusahaan. Adapun beberapa karakteristik loyalitas konsumen, sebagai berikut :

a. Mendaftar sebagai member tetap

Konsumen yang loyal akan mendaftarkan diri sebagai member tetap di suatu brand atau merk yang mereka percayai. Konsumen akan menilai suatu produk/jasa pada kesan pertama pembelian, hal ini sangat penting untuk memelihara loyalitas konsumen karena dari pembelian awal akan timbul kesan yang positif atau negatif terhadap produk/jasa sehingga terdapat kesempatan untuk menumbuhkan konsumen yang loyal pada suatu produk/jasa.

b. Melakukan transaksi teratur.

Konsumen yang loyal akan melakukan transaksi secara teratur diartikan sebagai konsumen yang hanya menggunakan jasa pelayanan laundry secara berulang-ulang dan konsisten dimasa yang akan datang karena timbul rasa kepercayaan terhadap suatu brand yang memberikan kepuasan yang dibutuhkan konsumen.

c. Tidak terpengaruh dengan layanan jasa pesang.

Konsumen yang loyal tidak akan tertarik untuk menggunakan jasa dari pesaing. Karena, jasa yang dikonsumsi telah memberikan kepuasan bagi konsumen. Maka dari itu sangat penting suatu perusahaan mengedepankan kualitas produk/jasa yang ditawarkan.

d. Mempromosikan atau merekomendasikan pada orang lain.

Konsumen yang memiliki loyalitas terhadap suatu produk/jasa akan bersedia menceritakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, teman dan keluarga yang pengaruhnya jauh lebih besar dibandingkan iklan promosi dari perusahaan. Konsumen yang merekomendasikan produk/jasa kepada orang

lain membuktikan bahwa konsumen memperoleh kepuasan terhadap produk/jasa dari brand yang bersangkutan, sehingga mengajak orang lain untuk ikut serta dalam mengkonsumsi produk/jasa dari brand tersebut.

e. Dapat mengurangi biaya kegagalan seperti biaya penggantian.

Berdasarkan beberapa defenisi loyalitas konsumen maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, tidak hanya sekedar perencanaan, tetapi lebih dari perencanaan yang menyeluruh, komprehensif, dan integral.menggunakan strategi pemasaran syari'ah yang menerapkan konsep bauran pemasaran (marketing mix).
2. Strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumenyaitu dengan memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan (Service), Promosi (Promotion), dan Harga (Price). Dari aspek ekonomi islam laundry syari merupakan usaha pelayanan jasa yang mengedepankan kejujuran dan kepercayaan dalam setiap transaksinya baik itu promosi ataupun informasi produk yang diberikan kepada konsumen, bersikap ramah, sopan dan bertanggung jawab kepada setiap konsumen dengan memberikan pelayanan jasa dan produk yang dijamin kualitasnya.
3. Loyalitas konsumen merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memproduksi pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan dapat didefinisikan berdasarkan pembelian yang konsisten. Ada beberapa karakteristik dari loyalitas konsumen yaitu mendaftar sebagai member tetap laundry syari, melakukan transaksi teratur, tidak terpengaruh dengan jasa layanan lainnya dan mempromosikan atau merekomendasikan pada orang lain.

5.REFERENSI

- Aang Curatman et.al, Program Loyalitas Pelanggan (Yogyakarta : Group Penerbitan CV Budi Utama, 2012)
- Ahmad Rijali, " Analisis Data Kualitatif ", Jurnal Alhadarah, vol.17
- Akrim, A., & Sulasmi, E. (2020). Student perception of cyberbullying in social media. Kumpulan Makalah, Jurnal Dosen.
- Akrim, A., Nurzannah, N., & Ginting, N. (2018). Pengembangan Program Pembelajaran Tematik Terpadu Bagi Guru-Guru SD Muhammadiyah Di Kota Medan. JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2).
- Albi Anggito dan Johan Setiwan, Metodologi Peneitian Kualitatif (Jawa Barat : CV Jejak, 2018)
- Amini, N. R., & Fanreza, R. (2021, February). THE EFFECTIVENESS OF ONLINE KAJIAN AL-ISLAM AND KEMUHAMMADIYAHAN ASSESSMENT IN THE TIME OF COVID-19

- UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, pp. 859-863).
- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam dan Kemuhmadiyah dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 359-372.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, pp. 141-150).
- Aprihatiningrum Hidayat et.al, *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik (Tangerang Selatan : CV Cipta Media Nusantara,2021)*
- Butar-Butar, A. J. R. (2017). Khazanah Peradaban Islam di Bidang Turats Manuskrip (Telaah Karakteristik, Konstruksi dan Problem Penelitian Naskah-naskah Astronomi). *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam dan Ilmu-Ilmu Berkaitan*, 1(1).
- Butar-Butar, A. J. R. (2017). Mengenal Karya-Karya Ilmu Falak Nusantara; Transmisi, Anotasi, Biografi. *LKIS PELANGI AKSARA*.
- Butar-Butar, A. J. R. (2020). Esai-Esai Astronomi Islam. *KUMPULAN BUKU DOSEN*.
- Butar-Butar, A. J. R., & Raisal, A. Y. *ASTRONOMI ISLAM*.
- Butar-Butar, A. J. R., & Setiawan, H. R. (2018). Pengakurasian Arah Kiblat Di Lingkungan Cabang Muhammadiyah Medan Denai. *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam dan Ilmu-Ilmu Berkaitan*, 4(1).
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007)*
- Daulay, M. Y., & Amini, N. R. (2019). PKMPembinaan Kader Mubaligh/Mubalighat Muhammadiyah 'Aisyiyah Dalam Kemajuan Dakwah Muhammadiyah Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Kec. Pegajahan. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1).
- Dwi Aliyyah dan Sunarti, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol.51,
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 2(2), 220-228.
- Hasanuddin, H., & Mushlihuddin, R. (2021). PKPM PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DATABASE DAN KEAKTIFAN ANGGOTA MUHAMMADIYAH BERBASIS WEB. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 38-42.
- Hasanuddin, H., Irvan, I., Dachi, S. W., & Mushlihuddin, R. (2019). PKM PELATIHAN RETORIKA DAN FARDHU KIFAYAH UNTUK ANGGOTA MUDA MUHAMMADIYAH DI KOTA BINJAI. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(2), 140-145.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019, October). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137)*.
- Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan(Jakarta : Erlangga, 2005)*
- Naimi, N., & Amini, N. R. (2021, February). STRENGTHENING MUHAMMADIYAH IDEOLOGY THROUGH WEBINER' AISIYIAH, NORTH SUMATRA, FACES COVID 19 NEW NORMAL. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, pp. 700-706).
- Nasrudin, N., Agustina, I., Akrim, A., Ahmar, A. S., & Rahim, R. (2018). Multimedia educational game approach for psychological conditional. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.9), 78-81.

- NASUTION, I. PERAN PENYIDIK POLRI DALAM PENANGANAN TINDAK PIDANA PENGUASAAN TANAH DIATAS TANAH MILIK ORANG LAIN.
- Nasution, S., & Mujiatun, S. (2020, February). Influences Of Collective Action And Communication On Welfare Of Muhammadiyah Members (A Case Study Of Muhammadiyah Charity Institutions' Leaders In Medan). In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, pp. 446-452).
- Nasution, S., Silalahi, P. R., & Hafiz, M. (2021, February). THE VISUAL INVESTOR: HOW ARE NOVICE INVESTORS TRANSACTING SHARIA STOCK. In Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, pp. 324-336).
- Qorib, M., Akrim, A., & Gunawan, G. (2018). Pluralisme Buya Syafii Marif. Kumpulan Buku Dosen, 1(1).
- Rudy Haryanto, Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori dan Praktik (t.t.p : Duta Media Publishing),
- Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (Bandung : Alfabet, 2011),
- Sulasm, E., & Akrim, A. (2020). Management construction of inclusion education in primary school. Kumpulan Makalah, Jurnal Dosen.