

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Konveksi Firdaus Busana

Nama Konveksi : Firdaus Busana
Nama Pemilik : Suyatun
Alamat : Ds. Mantingan Tengah RT01/RW02,
Kec. Jakenan, Kab. Pati
No. Hp : 085803884266
Tahun Berdiri : 2005
Jumlah Karyawan : 7 Orang

2. Sejarah Awal Berdirinya Konveksi Firdaus Busana

Konveksi Firdaus Busana adalah salah satu bisnis konveksi yang bergerak dibidang jasa pembuatan produk dan penjualan produk berupa pakaian maupun pola pakaian. Pakaian yang diproduksi mulai dari pakaian anak-anak hingga dewasa dan juga orang tua. Konveksi Firdaus Busana didirikan oleh Ibu Suyatun pada tahun 2005 di Desa Mantingan Tengah Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati. Dinamakan Konveksi Firdaus Busana karena beliau mempunyai anak laki-laki yang bernama Firdaus. Dari situlah merek Firdaus Busana digunakan untuk produk-produk yang dihasilkan oleh Konveksi Firdaus Busana.¹

Sebelum mendirikan Konveksi, Ibu Suyatun sehari-hari hanya sebagai Ibu rumah tangga, sedangkan suaminya Bapak Yuli Purnomo sebagai Guru. Ibu suyatun merintis usaha tersebut mulai dari nol dimana beliau hanya mempunyai satu mesin jahit dan satu mesin obras. Dari tahun ke tahun hingga saat ini, beliau sudah mempunyai 4 mesin jahit dan 2 mesin obras.

Beliau menuturkan bahwa kendala yang dihadapi dalam merintis usahanya adalah modal, setelah usahanya mulai berjalan beberapa tahun, kendala yang dihadapi selanjutnya adalah persaingan yang semakin banyak penjahit-penjahit pemula yang ada di Desa tersebut. Namun tentunya beliau mempunya strategi sendiri untuk menghadapi persaingan tersebut. Adapun strategi yang digunakan beliau yaitu dengan cara memproduksi barang sesuai dengan

¹ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

permintaan pasar, misalnya gamis untuk kalangan ibu-ibu maupun orang dewasa, blouse lengan Panjang maupun lengan pendek yang dapat digunakan bagi muslim maupun non-muslim, selain itu juga biasanya memproduksi kemeja untuk laki-laki.²

Pada tahun 2015-an usaha tersebut mengalami kemajuan sehingga dikenal banyak orang, dari dalam maupun luar daerah. Kemudian mulai pada tahun 2019 beliau menciptakan lapangan pekerjaan untuk ibu rumah tangga yang beliau kenal dekat. Dari yang hanya mempunyai 2 karyawan hingga saat ini mempunyai 7 karyawan. Tempat yang dijadikan produksi terletak di rumahnya sendiri yakni Desa Mantingan Tengah, Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati.

Pada awal pandemic Covid-19, lebih tepatnya pada tahun 2020 tanggal 17 Agustus bertepatan pada ulang tahun beliau, beliau mulai merintis untuk menghasilkan produk baru, yaitu pola pakaian. Beliau menuturkan bahwa tujuan dari menjual pola pakaian adalah untuk membantu penjahit pemula yang belum pernah berlatih untuk menjahit. Produk pola pakaian yang dihasilkan dari Konveksi Firdaus Busana kini sudah merambak keluar kota bahkan sampai keluar pulau. Pertama kali beliau memasarkan produk pola pakaian melalui Shopee, Tokopedia hingga saat ini juga melalui TikTok Shop. Selain itu, beliau juga membagi ilmunya melalui Channel Youtubanya yaitu Firdaus Busana. Setiap harinya beliau melakukan siaran langsung diTiktokShop untuk mempromosikan produk beliau.³

Konveksi Firdaus Busana telah mengantongi izin usaha dari Pemerintah Kabupaten Pati Kecamatan Jakenan. Prinsip dalam menjalankan usahanya bersifat gotong royong saling tolong menolong antara *Owner* dan karyawan diusahakan untuk tidak ada jarak sehingga terdapat sifat terbuka dengan sendirinya. Dalam mengatasi konflik yang mungkin terjadi adalah dengan cara musyawarah, mempertemukan kedua belah pihak untuk membicarakan jalan keluar terbaik.

² Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

³ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

3. Visi dan Misi Konveksi Firdaus Busana

a. Visi

Menjadi Konveksi yang unggul dan terdepan dalam pelayanan, kinerja serta menjadi wadah pencetak pengusaha baru.

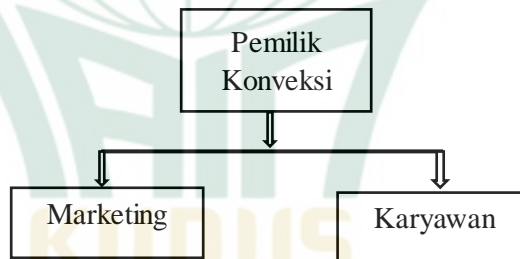
b. Misi

1. Membantu perekonomian keluarga
2. Menjadi perusahaan yang mengedepankan kualitas produk
3. Mengembangkan usaha dan membuka lapangan pekerjaan untuk ibu rumah tangga.

4. Struktur Organisasi Konveksi Firdaus Busana

Struktur organisasi yang digunakan pada Konveksi Firdaus Busana sangat sederhana. Menurut Ibu Suyatun hal ini dikarenakan beliau tidak ingin membuat struktur organisasi yang rumit karena anggapan beliau cukup dikelola sendiri, keluarga serta ditambah beberapa karyawan serta dibantu oleh anaknya.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



5. Job Description

a. Pemilik Konveksi

Bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan yang terdapat pada Konveksi Firdaus Busana serta mengawasi kegiatan produksi yang dilakukan oleh setiap karyawan.

b. Marketing

Pada Konveksi Firdaus Busana sendiri, marketing bertugas sebagai pemasaran melalui live di TikTok Shop, selain itu juga bertugas sebagai penjual.

c. Karyawan

Bertugas sebagai tenaga kerja yang mengerjakan pesanan dari konsumen dengan tanggung

jawabnya masing-masing. Dari 7 karyawan terdiri atas beberapa bagian, seperti menggambar pola, memotong pola, melipat pola serta *packing* atau *finishing*.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Penerapan Strategi *Islamic Relationship Marketing* pada *Konveksi Firdaus Busana*

Setelah dilakukannya observasi melalui wawancara oleh peneliti dengan beberapa pihak yang ada dalam perusahaan tersebut, maka peneliti menemukan informasi tentang strategi hubungan pemasaran yang dilakukan oleh konveksi Firdaus Busana dalam menjaga hubungan ataupun memasarkan produknya dengan strategi *Islamic Relationship Marketing*. *Islamic Relationship Marketing* merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses pembuatan, penawaran serta pertukaran dari produsen ke konsumen, dimana seluruh proses harus dengan prinsip muamalah dalam Islam. Menurut Marhanum Che Mohd Salleh, dkk Strategi *Islamic Relationship Marketing* diantaranya adalah:

a. *Islamic Ethical Behaviour*

Islam menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan atau jual beli dan didalamnya juga termasuk bisnis. Namun untuk seseorang yang menjalankan bisnis secara islam, dituntut menggunakan tata cara khusus yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dibidang bisnis agar mendapat berkah dan ridho Allah SWT. Etika Islam menjamin baik pembisnis maupun konsumen masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islam akhir-akhir ini sedang banyak dibicarakan sehingga Konveksi Firdaus Busana hadir untuk memenuhi kebutuhan pasar, sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Suyatun selaku pemilik serta pengelola Konveksi Firdaus Busana, dalam wawancara beliau mengatakan bahwa :

Saya selalu mengedepankan etika dalam hal apapun. Dari transaksi, pelayanan saya selalu menjaga etika yang baik. Untuk transaksi sendiri, pastinya ada akad jual beli yang jelas. Hal tersebut juga saya terapkan

pada karyawan saya untuk tetap beretika dalam melayani konsumen.⁴

Pemasaran Islam berawal dari kesadaran tentang beretika, dimana tujuan dari pemasaran adalah mencapai kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terkait. Artinya, tujuan pemasaran dalam islam tidak hanya meraih keuntungan yang besar dan menguntungkan satu pihak saja, tetapi juga memberikan mashlahah bagi konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen, selain itu juga dapat menjaga hubungan baik untuk produsen dengan konsumen. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Suyatun selaku pemilik Konveksi Firdaus Busana, bahwa :

Dalam hal pelayanan, kami selalu mengedepankan kenyamanan serta kepuasan pelanggan. Kami selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama maupun pelanggan baru. Hal tersebut juga kami terapkan kepada karyawan kami agar selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.⁵

Pernyataan diatas diperkuat oleh Ibu Sudarni selaku konsumen Konveksi Firdaus Busana, beliau mengatakan bahwa :

Mereka sangat ramah dan sopan. Mereka tau cara memperlakukan pelanggan dengan baik. Saya sangat nyaman ketika berbelanja di Firdaus Busana, maka dari itu saya selalu berlangganan di Firdaus Busana.⁶

Untuk dapat menjalankan hubungan pemasaran jangka Panjang, *relationship marketing* menekankan sikap percaya dan komitmen dengan

⁴ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

⁵ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

⁶ Ibu Sudarni, Wawancara Penulis, 14 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

cara menjaga hubungan melalui pemberian layanan yang baik terhadap pelanggannya.

b. *Knowledge* (Pengetahuan)

Tugas dari seorang pedagang telah berubah yang awalnya hanya menjual produk kini juga menjadi tempat untuk menawarkan solusi untuk masalah pelanggan. Pengetahuan sangat penting untuk menjamin kepuasan pelanggan melalui komunikasi informasi yang efektif. Karyawan yang berpengetahuan akan menunjukkan perilaku yang baik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hal tersebut diperkuat oleh Ibu Lukarmi selaku karyawan, beliau mengatakan bahwa :

Saya sebagai karyawan tentunya akan memperlihatkan suatu produk berdasarkan dari karakteristik produk tersebut. Apabila pelanggan paham dengan pengetahuan produk tersebut, maka dengan sendirinya akan tertarik dan membeli produk tersebut.⁷

Hal diatas juga diperkuat oleh Ibu Sri selaku konsumen konveksi Firdaus Busana, beliau mengatakan bahwa :

Benar, saya sebagai pelanggan tetap Firdaus Busana yang telah lama kenal produk dari Firdaus Busana, membuktikan sendiri bahwa produk yang ditawarkan mereka sangat baik dan modelnya pun mengikuti zaman sekarang. Seperti saat ini, ketika saya mempunyai kain, saya selalu berdiskusi kepada ownernya bagaimana model yang bagus untuk saya dan beliau selalu mempunyai ide-ide yang kreatif dalam membuat produk.⁸

Pengetahuan mengenai suatu produk merupakan hal yang penting untuk dikomunikasikan oleh produsen kepada karyawan maupun konsumen

⁷ Ibu Lukarmi, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

⁸ Ibu Sri, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

dalam memberikan petunjuk atas produk apa yang ditawarkan kepada seorang konsumen. Oleh karena itu pengetahuan sangat penting diterapkan dalam dunia bisnis untuk tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

c. *Technology*

Di era modern seperti saat ini, penggunaan teknologi sangat diperlukan oleh pembisnis sebagai media promosi produk yang dimiliki. Baik produsen maupun konsumen cenderung berinteraksi menggunakan teknologi. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Suyatun sebagai pemilik konveksi, beliau mengatakan bahwa :

Penggunaan teknologi sangat penting bagi kami sebagai pembisnis rumahan. Saya sendiri menggunakan teknologi media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk Firdaus Busana. media sosial yang saya gunakan saat ini adalah Shopee, Tokopedia, Tiktok dan juga Facebook.⁹

Saat ini teknologi sebagai alat yang strategis untuk meningkatkan efektivitas penjualan, meningkatkan penjualan serta mengurangi biaya dalam memasarkan produk. Penggunaan teknologi telah terbukti dapat meningkatkan komunikasi informasi agen penjualan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Suyatun:

Dulu sebelum mengenal teknologi, memasarkan produk saya hanya lewat mulut kemulut, tapi sekarang semua orang telah mengenal teknologi hingga memudahkan saya untuk memasarkan produk yang saya miliki. Saat ini produk yang saya miliki telah mencapai luar pulau.¹⁰

⁹ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

¹⁰ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

Oleh karena itu, teknologi dianggap berperan penting dalam berbagi informasi. Selain itu untuk teknologi juga dapat digunakan untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan jarak jauh. Hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk tetap menjaga hubungan dengan pelanggan meskipun tidak saling tatap muka.

Secara keseluruhan, teknologi dianggap sangat penting dalam pendekatan hubungan pemasaran islam yang diperlukan untuk memastikan keberhasilan bisnis konveksi Firdaus Busana dalam berurusan dengan pelanggan.

d. *Communication of Information* (Komunikasi Informasi)

Dalam komunikasi, pemasaran tidak saja sebagai alat untuk melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi juga digunakan untuk menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Komunikasi merupakan tahapan yang tidak bisa dipandang remeh bagi seorang pembisnis. Hal ini disebabkan sebagai apapun rencana strategi pemasaran yang dirancang sesuai dengan kondisi dan posisi persaingan industry suatu produk, bila komunikasi tidak dijalankan sesuai pasar sasaran, maka tidak akan tau produk apa yang diinginkan oleh konsumen. Hasil wawancara oleh peneliti kepada pemilik konveksi, Ibu Suyatun mengatakan bahwa :

Kita sebagai seorang pembisnis, tentunya harus tau bagaimana minat konsumen. Komunikasi antar konsumen, produsen dan karyawan sangat diperlukan. Seperti mendengarkan keinginan konsumen, menerima saran dan kritikan dari luar. Hal tersebut juga dapat meningkatkan kinerja penjualan kita, terutama dalam menjalin hubungan dengan pelanggan jangka Panjang.¹¹

¹¹ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

Hal diatas juga diperkuat oleh Saudara Elma selaku karyawan konveksi Firdaus Busana, beliau mengatakan bahwa:

Kami sebagai karyawan juga tentunya menjaga komunikasi yang baik kepada pemilik maupun pelanggan kami. Selain untuk tetap menjaga hubungan baik, komunikasi juga diperlukan untuk menunjang keberhasilan penjualan produk kami. Tidak mungkin kami hanya cuek atau diam saja ketika ada pelanggan.¹²

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi hubungan pemasaran yang paling penting adalah adanya komunikasi yang baik antara owner, karyawan maupun konsumen. Ketika ada saran atau kritikan juga dapat dikomunikasikan Bersama-sama guna menunjang keberhasilan usaha yang dijalani konveksi Firdaus Busana.

2. Factor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi Islamic Relationship Marketing pada Konveksi Firdaus Busana

a. Factor Pendukung

Seseorang yang mendirikan bisnis tentunya ada factor pendukung untuk menjaga eksistensi dan mempertahankan bisnisnya. Berikut factor pendukung yang terdapat pada konveksi Firdaus Busana :

1) Produk yang berkualitas

Produk yang berkualitas sangat berpengaruh dalam pemasaran. Kualitas merupakan suatu hal yang sangat penting bagi produsen dalam menghasilkan sebuah produk. Kualitas yang baik tentu akan mempertahankan pelanggan untuk tetap percaya dengan produk yang dibuat. Firdaus Busana selalu memlih bahan-bahan yang bagus dalam pembuatan produknya.

Hal ini disampaikan oleh Ibu Suyatun sebagai pemilik konveksi, yaitu :

¹² Saudara Elma, Wawancara Penulis, 14 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

Kami selalu menjaga kualitas produk kami supaya pelanggan kami selalu puas ketika membeli produk kami. Selain itu juga supaya tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan setia kami. Untuk pemilihan bahan pembuatan pola pakaian yang kami jual, kami memilih bahan kertas karton supaya apabila ada pesanan luar kota tidak mudah sobek.¹³

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Ibu Sri selaku konsumen tetap Firdaus Busana, bahwa:

Betul sekali. Kualitas bahan yang digunakan oleh konveksi ini sangat bagus. Selain bahan pola pakaian yang tebal, dalam pemilihan kain ketika saya memesan pakaian dari sini juga bagus. Jahitannya rapi, kuat dan selalu mengedepankan kepuasan saya.¹⁴

Dari pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa bahan-bahan yang digunakan oleh Konveksi Firdaus Busana selalu bagus. Dengan kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan masyarakat, konsumen menjadi puas dan dapat menjaga hubungan jangka Panjang antara produsen dan konsumen.

2) Kepercayaan Konsumen

Konsumen termasuk salah satu factor pendukung untuk dapat mempertahankan pelanggan. Adanya kepercayaan konsumen membuat pembisnis menjadi lebih mudah untuk memajukan atau memasarkan produk yang dihasilkan. Hasil wawancara peneliti kepada pemilik konveksi, beliau mengatakan bahwa:

Peran konsumen sangat penting bagi kami. Kepercayaan konsumen sangatlah

¹³ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

¹⁴ Ibu Sri, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

berpengaruh besar terhadap kelancaran bisnis yang kami jalani. Dengan adanya kepercayaan dari konsumen membuat bisnis kami dikenal banyak orang sehingga dapat meningkatkan pendapatan kami.¹⁵

Hal tersebut tentunya mendukung perkembangan konveksi Firdaus Busana kedepannya, karena salah satu factor pendukung keberlangsungan usaha adalah adanya kepercayaan konsumen.

Ibu Sri sebagai konsumen juga mengatakan bahwa :

Dengan melakukan pemesanan ulang berarti saya sudah sangat mempercayai produk tersebut dan saya sendiri yang akan mengajak konsumen lain untuk membeli produk dari Firdaus Busana.¹⁶

Kepercayaan konsumen sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran konveksi Firdaus Busana. Kepercayaan konsumen juga dapat menambah omset bagi bisnis yang dijalani.

3) Dukungan Keluarga

Dukungan keluarga merupakan factor pendukung yang utama dalam menjalankan bisnis. Seperti yang dialami konveksi Firdaus Busana. Tanpa adanya dukungan keluarga, bisnis tersebut tidak akan berjalan sejauh ini. Hal tersebut dikatakan langsung oleh Ibu Suyatun sebagai pemilik konveksi, yaitu:

Factor pendukung bisnis yang saya jalani saat ini, yang paling utama adalah dari keluarga. Tanpa adanya dukungan dari mereka, usaha yang saya jalani tidak akan sejauh dan sesukses seperti sekarang. Saya sangat berterimakasih kepada keluarga

¹⁵ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

¹⁶ Ibu Sri, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

karena telah mendukung bisnis saya sampai sekarang.¹⁷

Dengan adanya dukungan dari keluarga, bisnis apapun akan berjalan dengan baik. Usaha yang didukung keluarga akan menjadi berkah bagi pemilik maupun karyawannya.

b. Factor penghambat

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi perusahaan untuk menunjang berhasilnya kegiatan pemasaran pada sebuah usaha. Terdapat beberapa factor penghambat yang terjadi yang dapat memberikaha dampak terhadap kegiatan pemasaran. Factor penghambat pada konveksi Firdaus Busana meliputi :

a. Modal

Menjalankan suatu bisnis atau usaha pada dasarnya membutuhkan modal, karena modal merupakan Langkah awal dalam menjalankan bisnis. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Suyatun selaku pemilik konveksi, beliau mengatakan bahwa:

Langkah awal untuk mendirikan usaha pastinya harus ada modal. Dulu saya mendirikan usaha ini benar-benar dari nol dan menggunakan dana pribadi.¹⁸

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa benar adanya factor penghambat yang utama dalam menjalankan bisnis adalah modal. Modal merupakan factor yang paling penting ketika seseorang mendirikan usaha.

b. Pesaing

Pemasaran tidak akan lepas dari unsur persaingan. Di Desa Mantingan Tengah sendiri banyak yang mata pencahariannya sebagai seorang penjahit atau konveksi. Hal tersebut bisa menjadi penghambat bagi konveksi Firdaus

¹⁷ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

¹⁸ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

Busana karena konsumen memiliki beberapa pilihan terhadap produk yang akan dibeli. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Suyatun selaku pemilik konveksi Firdaus Busana, beliau mengatakan bahwa:

Sejak awal mendirikan usaha ini tentu sudah tahu bahwa akan ada pesaing, tetapi saya tidak pernah berkecil hati untuk terus meneruskan usaha saya ini. Konsumen bebas memilih produk mana yang akan dibeli. Kita pun tetap menjaga hubungan baik dengan pemilik konveksi lain.¹⁹

Persaingan bukan hanya dari persaingan pasar, namun juga dari kualitas dan kuantitas dari produk yang dihasilkan. Berdasarkan wawancara peneliti diatas, bahwasanya pihak konveksi Firdaus Busana tetap menjaga hubungan baik dengan sesama pengusaha konveksi. Hal tersebut diyakini beliau bahwa rezeki tidak akan pernah tertukar.

C. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan Strategi *Islamic Relationship Marketing* pada Konveksi Firdaus Busana

Relationship marketing merupakan proses kelanjutan yang mensyaratkan suatu perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan konsumen guna memastikan tujuan yang hendak dicapai dan memadukan proses *relationship marketing* ke dalam rencana strategi sehingga memungkinkan perusahaan dapat mengelola sumber daya dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen jangka panjang.²⁰ Seperti halnya dengan konveksi Firdaus Busana dalam melakukan pemasaran, pihak konveksi selalu mengedepankan pemasaran dengan strategi *Islamic Relationship Marketing*, diharapkan dengan strategi tersebut,

¹⁹ Ibu Suyatun, Wawancara Penulis, 10 September 2022, pukul 10.15-11.00 WIB.

²⁰ Nurudin, *Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang)*, Vol. 1, No. 1, hal. 21-22

usaha yang dijalani tetap dapat menjaga dan selalu memperbaiki hubungan dengan pelanggan dalam waktu jangka Panjang.

Buchori Alma menyatakan bahwa relationship marketing adalah upaya untuk mengenal konsumen dengan baik, sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. *Relationship* sendiri sangat menekankan untuk menjaga dan selalu memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang ada daripada mencari pelanggan baru. Filosofi tersebut berlandaskan pada asumsi dan kenyataan bahwa jauh lebih murah biayanya untuk mempertahankan daripada menarik pelanggan baru.²¹ Strategi *Islamic Relationship Marketing* yang diterapkan pada konveksi Firdaus Busana adalah:

a. *Islamic Ethical Behaviuor* atau etika Islam.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan untuk melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.²²

Pada dasarnya jenis-jenis etika identic dengan analisis tentang pendekatan-pendekatan ilmiah terhadap tingkah dan Tindakan manusia dalam bermoral. Etika Islam menjamin baik pembisnis maupun konsumen masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islam akhir-akhir ini sedang banyak dibicarakan sehingga Konveksi Firdaus Busana hadir untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Allah memberikan petunjuk melalui Rasulnya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak (moral, etika),

²¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabet, 2016), 271-272

²² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabet, 2013)

maupun syariah. Kesungguhan untuk senantiasa hidup berswih lahir batin merupakan salah satu cara untuk meraih derajat kemuliaan disisi Allah SWT.

Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam bisnis, diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun disisi lain, ia terikat dengan iman dan etika sehingga tidak mutlak dalam menginvestasikan modalnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan sudah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa etika Islam merupakan strategi yang dilakukan oleh konveksi Firdaus Busana dalam hubungan pemasaran secara Islam. Hal tersebut digunakan untuk tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

b. *Knowledge* atau Pengetahuan

Saat ini peran *knowledge* sangat penting di kalangan karyawan dan berpengaruh besar untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam berpikir secara logis yang nantinya akan menghasilkan sesuatu yang kreatif dan inovatif. Untuk mencapai hal tersebut, perlu adanya *knowledge sharing* (berbagi pengetahuan). Keuntungan dari *knowledge* sendiri yaitu pelakunya mampu merespon kesempatan dengan cepat.²³ *Knowledge Strategy* dapat dipandang sebagai penyeimbang antara sumber daya dan kapabilitas yang berbasis pengetahuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menghasilkan produk/jasa yang lebih kompetitif.²⁴

Strategi *knowledge* digunakan konveksi Firdaus Busana untuk tetap menjaga hubungan pemasaran yang dilakukannya. Seperti yang dikutip dari wawancara diatas bahwa *knowledge* sangat berpengaruh dalam hubungan pemasaran. Hal tersebut di perjelas oleh salah satu konsumen konveksi Firdaus Busana bahwa

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2021), 316

²⁴ Yusak Anshori, *Analisis Keunggulan Bersaing Melalui Penerapan Knowledge Management dan Knowledge-Based Strategy Di Surabaya Plaza Hotel*, Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 1, No. 2, (2005), 42.

knowledge sendiri sangat dibutuhkan oleh beliau karena untuk mengetahui produk yang akan dibeli.

Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mengenai suatu produk merupakan hal yang penting untuk dikomunikasikan oleh produsen kepada karyawan maupun konsumen dalam memberikan petunjuk atas produk apa yang ditawarkan kepada seorang konsumen. Oleh karena itu pengetahuan sangat penting diterapkan dalam dunia bisnis untuk tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

c. *Technology*

Persaingan bisnis saat ini sangat meningkat dengan pesat seiring perkembangan zaman. Hal tersebut menyebabkan perusahaan harus dapat mengatasi masalah yang dihadapi dengan cepat. Perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja usahanya dengan memanfaatkan teknologi yang dimiliki semaksimal mungkin, agar dapat unggul dalam persaingan bisnis.²⁵

Di era modern seperti saat ini, penggunaan teknologi sangat diperlukan oleh pembisnis sebagai media promosi produk yang dimiliki. Baik produsen maupun konsumen cenderung berinteraksi menggunakan teknologi. Saat ini teknologi dimanfaatkan oleh konveksi Firdaus Busana sebagai alat yang strategis untuk meningkatkan efektivitas penjualan, meningkatkan penjualan serta mengurangi biaya dalam memasarkan produk. Teknologi yang digunakan oleh konveksi Firdaus Busana dalam pemasarannya adalah media sosial yang meliputi Shopee, Tokopedia dan juga Tiktok Shop. Penggunaan teknologi telah terbukti dapat meningkatkan komunikasi informasi agen penjualan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, teknologi dianggap berperan penting dalam berbagi informasi. Selain itu untuk teknologi juga dapat digunakan untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan jarak jauh. Hal tersebut

²⁵ Indriajat, R. E, *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000).

dapat dimanfaatkan untuk tetap menjaga hubungan dengan pelanggan meskipun tidak saling tatap muka.

d. *Communication of Information*

Komunikasi merupakan sebuah proses yang mana selalu digunakan oleh konsumen dan organisasi pemasaran untuk saling membagi informasi guna mencapai pengertian bersama. Hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan, jika informasi yang diterima baik maka akan menyebar luas kepada sasaran pemasaran terutama dalam mengenalkan produk baru. Informasi yang didapatkan konsumen akan berhubungan dengan keputusan yang akan di ambil. Komunikasi bisnis adalah suatu bentuk hubungan antara komunikator dengan komunikan dimana yang berkaitan dengan pencapaian serangkaian tujuan yang komersial. Kegiatan komunikasi yang dilakukan mengandung unsur ajakan agar seseorang bersedia menerima pemahaman yang telah diberikan serta mau melaksanakan perintah.²⁶

Dalam dunia pemasaran, komunikasi sangat diperlukan. Hal tersebut juga diterapkan oleh konveksi Firdaus Busana. Penerapan strategi komunikasi informasi dilakukan untuk mengkomunikasikan segala macam bentuk kritik maupun saran dalam pemasaran. Selain itu, komunikasi juga sangat diperlukan untuk menjaga hubungan dengan karyawan maupun konsumen.

2. Factor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi Islamic Relationship Marketing pada Konveksi Firdaus Busana

a. Factor Pendukung

1) Produk yang berkualitas

Produk yang berkualitas sangat berpengaruh dalam pemasaran. Kualitas merupakan suatu hal yang sangat penting bagi produsen dalam menghasilkan sebuah produk. Kualitas yang baik tentu akan mempertahankan pelanggan untuk tetap

²⁶ Hatane Samuel, *Customer Relationship Marketing Pengaruhnya terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional*, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, (2012), 35.

percaya dengan produk yang dibuat. Firdaus Busana selalu memilih bahan-bahan yang bagus dalam pembuatan produknya. Bahan baku utama yang digunakan konveksi Firdaus Busana dalam pembuatan pola pakaian adalah kertas karton. Dalam pemilihan kertas karton sendiri, pemilik konveksi yang turun tangan langsung.

Dari pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa bahan-bahan yang digunakan oleh Konveksi Firdaus Busana selalu bagus. Dengan kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan masyarakat, konsumen menjadi puas dan dapat menjaga hubungan jangka Panjang antara produsen dan konsumen.

2) Kepercayaan konsumen

Kepercayaan dipandang sebagai salah satu hal yang mendasar dan penting dalam dunia bisnis. Menurut Singh dan Sirdeshmukh kepercayaan adalah dasar dalam membangun dan memelihara hubungan jangka Panjang. Kepercayaan dalam teori pemasaran merupakan kebijakan dalam mengembangkan serta menjaga hubungan jangka Panjang, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan dapat meningkatkan daya saing. Kepercayaan merupakan factor yang penting dalam mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis, selain itu juga merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka Panjang antar organisasi.²⁷

Konveksi Firdaus Busana selalu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen. Hal tersebut sangat diperlukan ketika menjadi seorang pembisnis atau pengusaha, karena kepercayaan konsumen dapat menjaga hubungan jangka Panjang. Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran konveksi Firdaus Busana. Kepercayaan konsumen juga dapat menambah omset bagi bisnis yang dijalani.

²⁷ Rusdiana, *Manajemen Konflik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)

3) Dukungan keluarga

Dukungan keluarga merupakan factor pendukung yang utama dalam menjalankan bisnis. Seperti yang dialami konveksi Firdaus Busana. Tanpa adanya dukungan keluarga, bisnis tersebut tidak akan berjalan sejauh ini. Keluarga merupakan letak dasar bagi pola tingkah laku, karakter, bakat, minat dan potensi seseorang yang dimiliki untuk dapat berkembang secara optimal, minat berwirausaha akan terbentuk apabila keluarga memberikan dampak positif terhadap minat tersebut.²⁸

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh pada konveksi Firdaus Busana, dukungan keluarga merupakan factor pendukung paling utama dalam strategi hubungan pemasaran. Dengan adanya dukungan dari keluarga, bisnis apapun akan berjalan dengan baik. Usaha yang didukung keluarga akan menjadi berkah bagi pemilik maupun karyawannya.

b. Factor Penghambat

1) Modal

Modal merupakan bagian penting dalam perusahaan yang biasanya berupa sejumlah uang atau barang yang digunakan untuk menjalankan usaha. Modal berkaitan dengan pelaksanaan produksi. Jika modal terbatas, maka pengusaha tidak mampu untuk menaikkan omset yang lebih tinggi.²⁹ Factor penghambat yang terjadi dalam menjalankan usaha konveksi Firdaus Busana adalah modal. Modal yang digunakan untuk oprasional usaha dari dana pribadi. Hal tersebut menjadi hambatan karena modal terbatas.

Dari hasil penelitian melalui wawancara, bahwa modal merupakan factor penghambat yang paling utama dalam mendirikan usaha pada konveksi Firdaus Busana. Untuk mendapatkan modal yang cukup, konveksi Firdaus Busana berusaha untuk tetap memasarkan produk atau jasa melalui media online.

²⁸ Panji Anorga dan Joko Sudantoko, *Koperasi: Kewirausahaan dan Pengusaha Kecil*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 136.

²⁹ Nelly Rafika Nur Intihayah dan Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto, *Mengungkap Kelanggengan UMKM Berbasis Industri Kreatif di Rembang Jawa Tengah*, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, Vol. 9, No. 1, 2022.

Dari pendapatan tersebut, digunakan untuk menambah modal yang digunakan untuk menambah alat mesin jahit.

2) Pesaing

Pemasaran tidak akan lepas dari unsur persaingan. Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan pada perusahaan dalam merebutkan pelanggan. Untuk itu setiap pengusaha perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar usaha yang dijalani dapat mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar.³⁰

Di Desa Mantingan Tengah sendiri banyak yang mata pencahariannya sebagai seorang penjahit atau konveksi. Hal tersebut bisa menjadi penghambat bagi konveksi Firdaus Busana karena konsumen memiliki beberapa pilihan terhadap produk yang akan dibeli. Namun pemilik konveksi Firdaus Busana percaya bahwa produk yang dimiliki tidak akan menghilangkan pelanggannya. Konveksi Firdaus Busana akan tetap memberikan dan menjaga kualitas produk agar dapat meningkatkan daya saing sehingga tetap bertahan dalam usahanya dan mampu meningkatkan laba.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa salah satu factor penghambat yang dialami konveksi Firdaus Busana adalah pesaing. Hal tersebut karena banyak orang yang saat ini terjun ke dunia usaha konveksi. Namun bagi pemilik konveksi sendiri hal tersebut tidak begitu menjadi masalah besar, karena beliau yakin bahwa rezeki yang Allah berikan tidak akan pernah tertukar.

³⁰ M. Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 18.