

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang mengubah dunia usaha yang sedang bersaing ketat di pasar nasional bahkan internasional. Banyak orang-orang memutuskan untuk mendirikan usaha sendiri daripada bekerja dengan orang lain, tidak banyak juga yang tetap bekerja dengan orang lain, atau bahkan menganggur dikarenakan banyak hal. Mungkin menurut para orang awam dimana belum memiliki pengalaman pada dunia usaha, akan mengalami sedikit kesulitan atau bahkan belum mengetahui informasi terkait dengan dunia usaha. Dalam Islam, seorang muslim sangat dianjurkan untuk bekerja atau membuka usaha untuk mendapatkan penghasilan yang halal guna memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarga jika sudah berkeluarga, dengan begitu mereka yang bekerja tidak akan mengemis di jalan, meminta-minta, mencuri, merampok, dan sebagainya untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah kala mereka tidak bekerja. Untuk menghindari tindakan kriminalitas tersebut, hendaknya mereka yang sedang menganggur segera mencari pekerjaan yang baik dan halal. Seperti pada Firman Allah SAW, Al-qur'an surat An-Naba' ayat 11 :

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشٍ

Dan kami jadikan siang untuk mencari penghidupan (bekerja).

Adapun dalil dari hadist, yang menjelaskan tentang anjuran bekerja bagi seorang muslim yang mampu untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, yakni:

عَنِ الْمِقْدَامِ رَضِيَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ . وَأَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ (البخارى)

Dari Al-Miqdam, dari Rosulullah SAW, beliau bersabda, “Tidaklah seseorang memakan makanan yang lebih baik dari pada ia makan dari hasil kerjanya sendiri. Dan Sesungguhnya Nabiyyullah Dawud a.s dahulu makan dari hasil kerjanya sendiri. (HR. Bukhari)

Dari ayat Al-qur’an, dan hadist tersebut, telah dijelaskan bahwa bekerja sebagai suatu bentuk kebaikan yang menghasilkan kebaikan dan mendorong kebaikan yang lain, dengan bekerja atau membuka usaha dengan catatan sesuai dengan prinsip Islam agar mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Akan tetapi, kebanyakan orang saat ini lebih memilih untuk membuka usaha baru, dengan mengeluarkan berbagai jenis produk dengan manfaat dan kegunaan yang ditawarkan dapat mengancam kelangsungan pokok perusahaan karena banyaknya produk yang bersaing ketat berdasarkan keunggulan dan kualitas masing-masing produk. Hal ini akan menimbulkan persaingan dalam dunia pasar bebas. Persaingan baru bukanlah antara apa yang diproduksi berbagai perusahaan, tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada hasil pabrik tersebut dalam bentuk

pengemasan, pelayanan, iklan, konsultasi, bagi pelanggan, pendanaan, persatuan pengiriman dan hal-hal lain yang orang anggap bernilai. Produk yang baik bagi konsumen bukanlah hanya produk yang bermutu tetapi juga produk yang memiliki nilai tambah. Dalam mengembangkan usaha baru perusahaan dituntut bertahan hidup dan mampu bersaing dengan produk lain.²

Dalam memasarkan produknya, seorang pengusaha harus mampu dan pandai membaca situasi perubahan sekarang dan masa yang akan datang. Seorang pengusaha harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen serta kapan dan dimana dibutuhkan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, perusahaan harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Pengusaha yang berhasil adalah mereka yang pandai menyesuaikan diri dengan perubahan.³

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, perlu adanya proses pengembangan agar usaha yang kita bangun tidak stagnan atau hanya diam ditempat, dan supaya usaha yang dirintis dapat bergerak maju dan besar, bahkan sebagai seorang yang memiliki suatu usaha agar usaha yang dijalaninya dapat berkembang hendaknya mengatur

² Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cetakan Pertama, Satu Nusa, 2011), hal.22

³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, Rajawali Pers, 2012), hal.278

strategi dalam mengembangkan bisnisnya agar dapat meningkatkan loyalitas daripada pelanggan yang akan dijadikan pangsa pasar bagi usaha tersebut. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang akan menentukan kesuksesan suatu usaha seseorang, membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan dimulai dengan mengevaluasi posisi perusahaan dihadapan konsumen dan pasar sehingga dapat diketahui apa yang menjadi preferensi konsumen baik terhadap produk perusahaan.⁴ Jika pada perusahaan jasa perlu meningkatkan sikap loyalitas pelanggan. Tanpa peran seorang pelanggan usaha yang kita bangun tidak akan dapat berkembang dan keuntungan yang didapat pun tidak akan dapat menutupi modal awal bahkan usaha yang kita jalani tidak mendapatkan keuntungan, jadi loyalitas konsumen terhadap suatu usaha seorang sangat berperan penting. Pengembangan usaha yang baik di mulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu di butuhkan staregi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.⁵

Suatu usaha dapat berjalan jangka panjang dan dapat maju hendaklah memiliki strategi yang baik dan tepat, strategi adalah proses penentuan rencana pimpinan puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan

⁴ Destri Sonatasia, Onsardi, dan Ety Arini, "*Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong*", Jurnal 2019, hal 3&4.

⁵ Iprah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*, (Medan: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal 1

dapat dicapai, perlunya strategi dalam menjalankan usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan dari pemasaran produk yang dijalankan, maka dari itu sangat penting perannya konsumen dalam kegiatan usaha, loyalitas pelanggan diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Loyalitas merupakan komitmen para konsumen terhadap perusahaan yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian atau transaksi berulang secara konsisten.

Membuka bisnis dapat beragam jenisnya, sesuai dengan kemampuan masing-masing individu, seperti pada daerah Kecamatan Sumobito, tepatnya Desa Palrejo ada bisnis usaha jasa konstruksi yang bernama CV Abdi Jaya, CV Abdi Jaya ini merupakan bentuk badan usaha yang bergerak dibidang jasa konstruksi seperti pada pembanguna proyek atas pasar, kandang ayam, deller dan bengkel, dll. CV Abdi Jaya ini terletak dilokasi Kecamatan Sumobito, dan Kabupaten Jombang. CV Abdi Jaya lahir dari beberapa pencapaian proyek-projek sebelumnya dan mendorong pemilik untuk mengembangkan kemampuannya secara mandiri sebagai perusahaan jasa konstruksi, perusahaan ini bergerak dibidang jasa konstruksi yang telah lama berkontribusi dalam Pembangunan Nasional. Bahkan sampai saat ini telah banyak beberapa proyek yang dikerjakan oleh CV Abdi Jaya.

Beberapa proyek yang telah dikerjakan oleh CV Abdi Jaya terdiri dari berbagai macam jenis pembangunan dari mulai pembangunan gudang seperti gudang ayam sampai dengan pembangunan sekolah dan puskesmas,

dan masih ada beberapa proyek lagi yang telah dikerjakan oleh CV Abdi Jaya sampai saat ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1

Proyek Pembangunan CV Abdi Jaya

No.	Kegiatan Pembangunan	Tahun Pengerjaan
1.	SMKN 3 Jombang	2014
2.	Pasar Belimbing	2015
3.	Gudang Karoseri Krian	2015
4.	Gor Jombang	2016
5.	Bapeda Jombang	2017
6.	Deller dan Bengkel MPM Honda Motor Jombang	2018
7.	Kandang Ayam di Ngoro	2018
8.	Renovasi Musholla Sedati	2019
9.	Puskesmas Tambaksari Jombang	2020

Sumber : Kantor CV Abdi Jaya Kec. Sumobito.

Dari beberapa proyek pembangunan yang telah dikerjakan seperti yang disebutkan pada tabel 1.1 yang berisi terkait proyek apa saja yang dikerjakan beserta dengan tahun pengerjaannya, maka jelas bahwa proyek-proyek tersebut kurang lebih ada 9 yang telah dikerjakan, dan bukanlah proyek bangunan yang kecil, tapi justru itu bangunannya sangat besar, atau dapat dibilang proyek yang besar, bahkan sampai dipercaya untuk membangun proyek sarana dan prasarana seperti sekolah, puskesmas, dan musholla. Dan proyek dari pelanggan ini tidak hanya didalam kecamatan Sumobito saja, bahkan sampai antar kota seperti Sidoarjo. Jadi, Usaha jasa kontruksi ini sangat berkembang dan tentunya dari proyek yang telah dikerjakan, pemilik hanya menerima pesanan sesuai dengan yang telah disepakati dari awal.

Dalam merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, yang terpenting adalah keyakinan dan nilai yang kuat untuk usaha mandiri, kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup. Kemampuan keberanian, dan kesempatan merupakan elemen yang lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha.⁶ Adanya kemajuan baik dibidang ilmu pendidikan dan teknologi dapat menjadi faktor pendukung untuk orang-orang memilih membuka usaha sendiri, walaupun tidak terlalu besar dan dimulai dari 0, tetapi dengan keuletan dan keseriusan menjalani usaha secara bertahap usaha yang dirintis tersebut akan menjadi berkembang dengan baik. Dalam mengembangkan suatu usaha perlu adanya suatu strategi agar usaha yang kita bangun dapat berkembang dengan baik, strategi yang diperlukan pun tidak sembarangan, harus memiliki pengaruh pada jangka pendek maupun jangka panjang terhadap usaha yang kita bangun. Dalam merencanakan strategi merupakan proses untuk memutuskan program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan jumlah sumber daya yang akan dialokasikan ke setiap program selama beberapa tahun ke depan, dalam arti perencanaan strategi merupakan proses untuk memutuskan bagaimana mengimplementasikan strategi tersebut.⁷

Jadi strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan itu memerlukan perencanaan yang matang, dari mulai produksi

⁶ Zuhri M. Nawawi, *Kewirausahaan Islam*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2015), hal. 49

⁷ Robert N. Anthony, dan Vijay Govindarajan, *Management Control System: Sistem Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hal 3&4.

barang, distribusi barang, bahkan agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk bersikap loyal dengan produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan, dan juga proses menganalisis dari mulai kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi kedepannya agar usaha tidak bangkrut dan dapat maju serta berkembang karena pada era yang semakin berkembang dan canggih ini para pengusaha akan mengeluarkan ide-ide dan cara agar produk yang dihasilkan masing-masing perusahaan dapat dikenal banyak oleh pelanggan menjadi produk yang sangat diminati pangsa pasar agar mendapatkan angka permintaan produk yang meningkat serta menghasilkan sebuah keuntungan bagi perusahaan, karena saingan dihadapan pelanggan semakin panas dan semakin banyak peserta dalam bersaing, sangat perlu adanya susunan strategi yang sesuai dan berbeda dengan yang lain untuk meningkatkan rasa loyalitas pelanggan bagi perusahaan kontruksi yakni CV Abdi Jaya.

Oleh sebab itu, dalam menekuni usaha dalam meningkatkan loyalitas pelanggan hendaknya memiliki tak tik strategi yang sesuai dengan sasaran pangsa pasar agar dapat berjalan pada jangka panjang. Melihat permasalahan yang telah di uraikan diatas. Maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul **“Strategi Pengembangan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya (Studi Pada Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang)”**.

B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti fokus pada Strategi Pengembangan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya (Studi Pada Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang), sehingga peneliti dapat merumuskan permasalahan yang dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang?
2. Bagaimana hambatan dan solusi yang dihadapi saat melaksanakan strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang?
3. Bagaimana analisis SWOT strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian yang akan dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang

2. Untuk mendeskripsikan hambatan dan solusi yang dihadapi ketika melaksanakan strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang
3. Untuk mengetahui analisis SWOT strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi CV Abdi Jaya di Kecamatan sumobito, Kabupaten Jombang

D. Batasan/Identifikasi Masalah

Batasan masalah di lakukan dengan harapan pembahasan ini menjadi fokus pada titik permasalahan tertentu dan tidak melebar, melenceng, serta tidak kehilangan arah pada varabel lainnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, adanya pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat karena tersedianya banyak teknologi canggih, menjadi faktor pendukung adanya keputusan untuk mendirikan usaha sendiri, dan merencanakan strategi yang diperlukan agar usaha yang ditekuni dapat berjalan dengan lancar walau dimulai dari modal yang kecil,serta strategi yang dibangun memiliki tujuan sebagai pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha kontruksi tersebut, agar perusahaan memiliki pelanggan yang tetap dan dapat meningkatkan nilai positif pada produksi yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Dengan alasan tersebut peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini pada Strategi pengembangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada

usaha kontruksi CV Abdi Jaya, serta peneliti membatasi obyek penelitian pada lokasi CV Abdi Jaya di Sumobito, kabupaten Jombang.

E. Manfaat Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi keilmuan, khususnya dalam kajian meliputi strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan loyalitas konsumen yang berkaitan dengan mata kuliah bisnis dan dagang, serta tentang usaha kontruksi CV Abdi Jaya yang berkaitan dengan mata kuliah manajemen strategi.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Instansi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan tentang strategi yang sesuai untuk mengembangkan usaha dalam meningkatkan loyalitas konsumen.
- b. Bagi Akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak, terutama yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dalam bidang bisnis dan pembangunan. Serta untuk menambah koleksi baru dipergustakaan IAIN Tulungagung.
- c. Bagi Pihak Lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan menambah ilmu pengetahuan dengan referensi bacaan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sejenis.

F. Penegasan istilah

Penegasan istilah dibagi menjadi 2 yaitu penegasan secara konseptual dan operasional.

1. Penegasan istilah secara konseptual

a. Strategi

Strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁸ Strategi adalah proses penentuan rencana pimpinan puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.⁹

b. Pengembangan

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Jadi, pengembangan adalah suatu proses mendesain pembelajaran secara logis, dan sistematis dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan dengan memperhatikan potensi dan kompetensi peserta didik.¹⁰

⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 1377.

⁹ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), hal. 2.

¹⁰ Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdaknya, 2005), hal

c. Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Secara umum perilaku loyalitas konsumen dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu barang atau jasa tertentu.¹¹ Loyalitas merupakan komitmen para konsumen terhadap perusahaan yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian atau transaksi berulang secara konsisten.

d. Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya

Usaha kontruksi merupakan usaha yang berkecimpung dalam kegiatan pembangunan sarana dan prasarana seperti pembangunan gedung. CV Abdi Jaya ini adalah usaha yang terjun dalam dunia infrastruktur, perusahaan ini bergerak dibidang jasa kontruksi yang telah lama berkontribusi dalam Pembangunan Nasional, perusahaan ini melayani berbagai pekerjaan seperti kontruksi baja untuk gudang, pabrik, pertokohan, masjid, dll.

2. Penegasan istilah secara operasional

Dari penjelasan penegasan istilah di atas dapat diambil pengetahuan bahwa yang dimaksud dalam judul skripsi ini “Strategi Pengembangan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kontruksi CV Abdi Jaya (Studi Pada Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang” adalah untuk mengetahui, mempelajari dan menguraikan terhadap hal-

¹¹ Bagus Nur Hakim,dan Bambang Purwoko, “*Strategi Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Ekuitas Merek Dan Citra Mere*”, JURNAL EKOBISMAN VOL 3 NO. 3, APRIL 2019 E-ISSN : 2597-9302

hal terkait dengan strategi pengembangan dan loyalitas pelanggan pada jenis usaha dibidang kontruksi tepatnya dilokasi Sumobito, Jombang.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk dapat menyampaikan gambaran yang jelas, maka disusunlah suatu sistematika penulisan skripsi yang berisi informasi-informasi dan hal-hal yang di bahas dalam setiap bab. Adapun masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci dan sistematis serta berkesinambungan sehingga dapat dipahami.

Bagian awal ber isi tentang halaman sampul depan judul dan halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak

Bagian isi terdiri dari enam bab, yaitu:

- BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identitas dan batasan masalah, penegasan istilah, sistematika skripsi.
- BAB II Kajian pustaka, menjelaskan dasar teori yang digunakan untuk penelitian, terdiri dari kerangka teori, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.
- BAB III Metodologi penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber

data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil penelitian, terdiri dari gambaran umum paparan data temuan penelitian, dan analisis data.

BAB V Pembahasan, terdiri dari kajian pembahasan dari hasil penelitian terhadap teori yang digunakan dalam kajian pustaka.

BAB VI Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.

Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar rujukan dan lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.