

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

Setelah peneliti mengumpulkan data hasil penelitian yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi di BRP Cellular Bandung Tulungagung maka selanjutnya peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai Strategi Relationship Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Prespektif Islam. Pada dasarnya strategi itu penting bagi toko dalam meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan.

1. Strategi Relationship Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung

Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh BRP Cellular Bandung secara maksimal maka BRP Cellular Bandung melakukan pendekatan kepada pelanggannya dengan melakukan program promo mengenai *handphone* yang akan dijual. Selain itu BRP Cellular Bandung terkadang juga melakukan bazaar di depan toko dengan menawarkan berbagai merek *handphone* dengan diskon yang tinggi.

a. Melakukan peningkatan strategi dalam pemasaran produk

Dalam meningkatkan rasa loyalitas kepada pelanggan, pihak perusahaan menerapkan berbagai kebijakan untuk mendorong pelanggan

loyal terhadap karyawan dan perusahaan. Hal ini seperti apa yang telah dipaparkan oleh Fatur selaku Karyawan, yaitu sebagai berikut:

Sekarang itu sudah masuk ke dalam pemasaran secara online jadi kita juga mau tidak mau harus nembak lewat cara online juga sehingga kita tidak hanya fokus pada pemasaran offline saja.⁵⁶

Selain itu perusahaan juga meningkatkan loyalitas dengan cara memberi promo dan informasi terkini kepada pelanggan melalui berbagai media sosial seperti facebook, instagram dan twitter sehingga pelanggan merasakan kenyamanan akan hal tersebut. Hal itu juga di tambah oleh Hafiz selaku Manager bahwa dalam meningkatkan kualitas pembelajaran yaitu sebagai berikut:

kita menggunakan metode pengumuman publik atau koar-koar dan juga mendirikan tenda di tempat keramaian dan juga menggunakan sosial media sebagai senjata pemasaran.⁵⁷

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam proses jual beli karyawan BRP Cellular Bandung melakukan pendekatan kepada pelanggannya dengan melakukan komunikasi pasca beli dan juga pemberian informasi terkini mengenai program promo agar tercipta kesan positif terhadap pelanggan dan juga untuk membangun sebuah komunikasi yang baik dan hubungan yang harmonis.⁵⁸

⁵⁶ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Cellular Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁵⁷ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Cellular Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁵⁸ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Cellular cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.1 Dokumentasi menjalin komunikasi bersama pelanggan.

b. Pengenalan dan promosi produk kepada masyarakat

Dalam pengenalan produk kepada pelanggan, pihak perusahaan melakukan beberapa langkah-langkah yang dinilai efektif untuk dijalankan. Hal ini seperti apa yang telah dipaparkan oleh Fatur selaku Karyawan, yaitu sebagai berikut:

Kita gunakan dua cara yaitu pertama menggunakan offline dan juga pakai offline dengan cara kita menggunakan dan membuat suatu event promo atau membuat support suatu acara di sekolah-sekolah di sebuah kafe atau yang lainnya kira-kira yang offline dan untuk yang online kita menggunakan cara media publik atau memakai marketplace dan yang lainnya.⁵⁹

Hal itu juga di tambah oleh Hafiz selaku Manager bahwa dalam pengenalan dan promosi produk kepada masyarakat perusahaan juga menggunakan cara sebagai berikut:

Untuk perihal promosi itu kita biasanya Selain Kita promosi di dalam buku tersendiri kita juga menggunakan sosial media dan jadi di PRP

⁵⁹ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celular Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

itu kita sudah menggunakan sistem sosial media itu sendiri lewat Instagram Facebook dan juga kita merambah ke YouTube.⁶⁰

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam pemasaran karyawan BRP Cellular Bandung melakukan pendekatan kepada pelanggannya dengan melakukan penyebaran informasi melalui cara offline dan juga dengan cara online seperti penggunaan beberapa media sosial seperti Instagram, Facebook hingga merambah ke Youtube.⁶¹

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.2 Dokumentasi podcast BRP Celullar dalam memberikan iklan di media sosial

c. Evaluasi pada setiap strategi pemasaran

Perihal evaluasi ini perusahaan tidak main-main dalam menyikapinya, hal ini bertujuan sebagai salah satu cara perusahaan mencari data

⁶⁰ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁶¹ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

kekurangan dan poin minus yang kemudian akan dijadikan sebagai bahan inovasi selepas evaluasi. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Kalau soal evaluasi kita mengerjakannya setiap 15 hari sekali jadi kita tidak main untuk satu bulan sekali seperti ketika kita sudah mengadakan suatu acara atau promo jika sudah berjalan 15 hari nanti kita akan mengevaluasi bersama-sama seperti ketika ada sebuah keluhan kita bisa akan memperbaiki atau akan mengeksekusinya.⁶²

Hal ini juga sesuai dengan yang tuturkan oleh Hafiz selaku Manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Untuk evaluasi strategi pemasaran kita biasanya kita melihat dari data dari tahun lalu dan tahun sekarang Lalu strategi pemasaran lagi kita juga gunakan di beberapa daerah yang mendapatkan angka terbaik sebagai contoh kita memberikan strategi tukar tambah di daerah Besuki ternyata kurang bagus di tahun 2020 Katakanlah dan waktu ketika mencoba di daerah papat limo kita menggunakan strategi yang sama ternyata menggunakan akal dari situ kita juga melihat pasar-pasar tersebut kita bisa menganalisisnya .⁶³

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam hal evaluasi perusahaan dan karyawan akan bersama-sama melakukannya secara rutin sekitar kurang lebih 15 hari sekali dan juga dengan cara analisa pasar yang ada di beberapa wilayah dengan cara perbandingan data. Dengan demikian

⁶² Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁶³ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

perusahaan dapat dengan mudah melancarkan inovasi atas hasil dari evaluasi tersebut.⁶⁴

d. Penerapan relationship marketing pada strategi pemasaran

Perihal penerapan relationship marketing pada strategi pemasaran ini perusahaan juga menjalin hubungan relasi dengan beberapa toko dan juga cafe. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Untuk masalah itu kita masuknya ke offline jadi kita menggandeng toko-toko sekolah-sekolah atau cafe dan kita menggandeng koperasi-koperasi yang ada di desa.⁶⁵

Hal ini juga dijelaskan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Untuk relationship marketing kita sudah menerapkan di toko contohnya kita menanyakan kepada pelanggan perihal kendala atau kendala fasilitas yang kita berikan dan lain-lain menjalin komunikasi kepada orang luas.⁶⁶

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam hal penerapan relasi pasar perusahaan sering kali menggandeng dan berafiliasi dengan toko-toko, café hingga koperasi yang ada di sektor pedesaan.⁶⁷

⁶⁴ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

⁶⁵ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁶⁶ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁶⁷ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

e. Menjalin komunikasi kepada pelanggan baru

Dalam hal ini perusahaan bersama karyawan akan menjelaskan dan mengenalkan beberapa fasilitas serta tak lupa untuk senantiasa menerapkan 3S, yakni Senyum, Salam dan Sapa. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Pelanggan baru kita selalu menerapkan 3S yaitu Senyum sapa dan salam jadi user masuk kita selalu memberikan pelayanan yang terbaik yaitu dengan cara yang ramah dan ketika masuk pun kita sudah sabar dengan baik seperti mau mencari handphone apa atau membeli produk apa dan lain-lain.⁶⁸

Hal ini juga dijelaskan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Ketika ada pelanggan baru yang datang kita akan mengenalkan apa saja yang ada di toko kami kemudian kita juga akan mengenalkan apa yang ada dalam fasilitas kami yang kemudian para pelanggan baru itu juga akan diberi penjelasan mengenai apa yang akan dia dapat ketika dia berkunjung ke toko kami kita.⁶⁹

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam hal ini pihak perusahaan akan memberikan pengenalan dan juga tak lupa untuk senantiasa menerapkan 3S, yakni Senyum, Salam dan Sapa.

⁶⁸ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁶⁹ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021



Gambar 4.3 Dokumentasi pelayanan kepada pelanggan baru.

f. Menjalin komunikasi pada pelanggan yang sudah loyal

Dalam hal ini komunikasi menjadi sebuah persoalan yang sangat penting bagi perusahaan baik sebelum hingga sesudah pembelian produk, apalagi dengan pelanggan yang sudah loyal. Perusahaan disini akan memberikan pelayanan terbaik dan juga promo menarik dengan membagikan informasi tersebut melalui pesan whatsapp hingga sosial media. Hal ini sesuai dengan apa yang di paparkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

senantiasa berusaha untuk Bagaimana cara pelanggan baru itu tetap betah di toko kami sehingga kedepannya. Untuk yang terpenting itu yaitu pelayanan dan komunikasi yang terbaik. Sebelum membeli ia akan mendapatkan pelayanan yang terbaik dan Setelah membeli dia akan mendapatkan promo dari kami dan ketika selesai membeli kita akan memberikan suatu pelayanan jika ada pelanggan yang bertanya Mengenai kekurangan dari toko kami dan kami juga akan menjelaskan sehingga kita bisa menjalin suatu hubungan yang baik terhadap pelanggan.⁷⁰

⁷⁰ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celular Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

Hal ini juga sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hafiz selaku manager, yakni sebagai berikut :

Untuk menjaga loyalitas kepada pelanggan yang sudah lama itu kita selalu menanyakan kembali tentang produk kami kepada konsumen perihal promo atau diskon atau kerusakan yang mereka hadapi selain itu kita juga menginformasikan tentang update terkini.⁷¹

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam hal ini pihak perusahaan akan memberikan sebuah keistimewaan dan informasi terkini perihal promo dan diskon menarik yang akan dibagikan melalui media sosial.⁷²

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.4 Dokumentasi promo potongan harga pada produk tertentu

⁷¹ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁷² Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

g. Menjaga kepercayaan kepada pelanggan

Berbicara perihal kepercayaan, perusahaan akan selaku dan senantiasa menjaga kualitas produk. Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Untuk menjaga kepercayaan kita selalu menjaga kualitas produk tersebut dan kita tidak pernah memberikan handphone atau barang yang ibaratnya sudah tidak bergaransi resmi jadi kita selalu menjual produk yang bergaransi resmi.⁷³

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Untuk menjaga kepercayaan kepada pelanggan kita akan memberikan pelayanan terbaik dan komunikasi yang baik ketika selesai membeli jadi ketika ada komplain atau pertanyaan-pertanyaan kita akan mengkomunikasikan dan memantau dengan baik.⁷⁴

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam hal ini pihak perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik dan serta menjaga kualitas produk demi terciptanya kepercayaan dari pelanggan.⁷⁵

⁷³ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁷⁴ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁷⁵ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.5 Dokumentasi pelayanan dengan menunjukkan kualitas produk

h. Menjaga komitmen dengan pelanggan

Dalam hal ini perusahaan senantiasa memberikan sebuah pelayanan yang terbaik demi menjaga komitmen dengan cara memberikan pelayanan terbaik. Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Kita akan tetap terus menerus memberikan perhatian kepada setiap pelanggan baru ataupun pelanggan tetap agar rasa kepercayaan dapat timbul dan melahirkan rasa komitmen antara pelanggan dengan perusahaan.⁷⁶

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Untuk menjaga komitmen dengan pelanggan Biasanya kita memberikan yang terbaik dan kita selalu menjaga barang-barang kita yaitu dengan cara menjaga kualitasnya.⁷⁷

⁷⁶ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁷⁷ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu pihak perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik dan serta menjaga kualitas produk demi terciptanya kepercayaan dari pelanggan.⁷⁸

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.6 Dokumentasi pelayanan dengan menunjukkan kualitas produk

i. Turut serta dalam penyelesaian persoalan pelanggan

Dalam hal ini perusahaan senantiasa memberikan perhatian khusus seperti halnya yang dilakukan perusahaan untuk memantau keluhan kesah yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini sesuai dengan apa yang ditunjukkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Itu pasti jadi ketika contoh pada pelanggan selesai membeli kemudian dia komplain maka kita akan selalu berusaha untuk menjelaskan kemudian memberikan arahan contoh saja ketika menggunakan garansi kita akan melayaninya dengan baik jadi ketika pelanggan sudah membeli kita tidak benar-benar dengan pelanggan jadi kita masih bisa membangun suatu komunikasi yang baik itu tadi.⁷⁹

⁷⁸ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Cellular cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

⁷⁹ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Cellular Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Pelanggan di sini termasuk dalam pasal brp jadi kita selalu memantau persoalan dari konsumen semisal ada pelanggan yang hp-nya rusak arti dari pabrik jika ada kerusakan dari user kita pun juga akan membantu Mas dan kita juga mengadakan service.⁸⁰

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu pihak perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik dan serta menjaga kualitas produk demi terciptanya kepercayaan dari pelanggan.⁸¹ Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut:



Gambar 4.7 Dokumentasi konsultasi keluhan pelanggan terhadap produk

j. Hubungan timbal balik antara perusahaan dengan pelanggan

Dalam hal ini perusahaan senantiasa memberikan beberapa reward atau bonus kepada pelanggan yang sudah loyal sebagai bentuk apresiasi

⁸⁰ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁸¹ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

dan penghargaan oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Untuk kelayakan perusahaan dengan pelanggan yang sudah tetap kita biasanya akan mengadakan sebuah undian namun berhubung ini masih ada pandemi covid kita masih pending dulu agenda tersebut akan tetapi untuk Biasanya kita juga akan mengadakan undian kepada pelanggan yang sudah memiliki hubungan baik atau loyal dengan perusahaan kami itu adalah salah satu Fasilitas yang akan kami berikan kepada mereka yang menjadi pelanggan tetap dan undian tersebut juga memiliki banyak sekali hadiah seperti yang pernah kita lakukan contohnya kita akan memberikan suatu hadiah handphone motor dan lain-lainnya.⁸²

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Disini kita berusaha untuk menjaga hubungan timbal balik sebagai bentuk simbiosis mutualisme kepada konsumen kita dan memberikan kupon atau undian yang akan diundi setiap tahunnya dan beberapa agenda kita juga memberikan bonus kepada pelanggannya sudah loyal.⁸³

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu pihak perusahaan akan memberikan beberapa bonus atau reward kepada pelanggan yang sudah loyal sebagai bentuk apresiasi.⁸⁴

⁸² Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁸³ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁸⁴ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

k. Manfaat yang diperoleh dari strategi pemasaran

Dalam hal ini perusahaan senantiasa memberikan perusahaan akan memberikan umpan positif kepada pelanggan yang kemudian akan menjadikan perusahaan memiliki feedback positif dari beberapa metode pemasaran yang telah dilakukan.

Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Jadi ketika kita memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan, pelanggan kita pun juga akan memberikan suatu umpan balik yang baik juga kepada kita, sebagai contoh ketika kita memberikan suatu pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan Dan ketika pelanggan tersebut membeli produk kepada kita maka secara tidak langsung pelanggan itu kan akan cerita ke temannya atau saudaranya perihal pelayanan di toko kami.⁸⁵

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

yang pertama kita mendapatkan dari kompetitor dan yang kedua kita bisa melihat dari market share kita sendiri lalu apa yang dibutuhkan seorang Pelanggan dari situ kita bisa mengevaluasi juga ditemukan sendiri dan juga memberikan pendataan kepada konsumen seperti kotak saran dan kita juga memiliki database dan kita melihat yang mana pelanggan yang sangat loyal dengan toko kami.⁸⁶

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu pihak perusahaan akan memberikan umpan positif kepada pelanggan yang kemudian akan

⁸⁵ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁸⁶ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

menjadikan perusahaan memiliki feedback positif dari beberapa metode pemasaran yang telah dilakukan.⁸⁷

2. Dampak penerapan strategi relationship marketing dalam peningkatan loyalitas pelanggan

Dalam meningkatkan loyalitas, kepercayaan dan juga kepuasan terhadap pelanggan maka perusahaan melakukan beberapa strategi dalam pemasaran, yakni sebagai berikut.

a. Dampak penerapan strategi pemasaran

Dalam hal ini perusahaan selalu dan senantiasa melakukan sebuah evaluasi guna menciptakan inovasi karena saat ini masih dalam kondisi pandemi maka perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang lebih relevan.

Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Ya karena ini adalah posisinya ppkm Jadi kita itu ada penurunan di beberapa Store. Tapi untuk perihal manfaat Ya saya rasa ya sangat timbanglah apa yang kita berikan kepada para pelanggan Dan apa yang pelanggan berikan kepada kami sebagai hubungan timbal balik jadi Ya kurang lebih ya imbang lah tapi ya karena ini posisinya masih ppkm Walaupun ada sedikit penurunan tapi ya saya anggap itu bukanlah masalah. Walaupun ini posisinya masih ppkm dan ada sedikit penurunan tapi saya rasa itu bukanlah suatu masalah kita masih menggunakan strategi pemasaran seperti yang sudah saya jelaskan tadi dan pemasaran yang paling tepat untuk kondisi seperti ini ya menggunakan cara yang online.⁸⁸

⁸⁷ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Senin 19 Juli 2021.

⁸⁸ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Dampaknya sangat bagus apalagi untuk daerah yang belum terllau dijangkau oleh counter dan nama brp pun juga mulai naik.⁸⁹

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu perusahaan perusahaan mendapatkan sebuah feedback positif melalui metode tersebut.⁹⁰

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.8 Dokumentasi wawancara dengan manajer BRP Celullar mengenai dampak penerapan startegi pemasaran relationship marketing

b. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan

Dalam hal ini perusahaan senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar tidak beralih ke toko lain.

⁸⁹ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁹⁰ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Kamis, 22 Juli 2021.

Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Ada banyak sekali faktor yang mempengaruhi loyalitas para pelanggan dengan cara kita akan terus-menerus apa iki pelayanan kita memperbaharui pelayanan kita kepada para pelanggan agar mereka itu tidak beralih ke toko lain dan memberikan kepercayaannya kepada toko kami dan ini adalah suatu persoalan yang kita perhatikan.⁹¹

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Kita gunakan metode yang diatas tadi namun kita juga lihat hasil dari pembacaan wilayahnya, contoh besuki lebih tinggi dengan cashback dan besole yang lebih dominan dengan tukar tambah, maka kita akan memperbarui metode dagangannya.⁹²

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu perusahaan senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan guna mendapatkan umpan positif pada kedua belah pihak.⁹³

c. Pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang

Dalam hal ini perusahaan mengamati pola pembelian dari beberapa pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang.

Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

⁹¹ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁹² Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁹³ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Kamis, 22 Juli 2021.

Ya sangat banyak sekali ya karena kita selalu memperbaiki layanan kami dan selalu memberikan yang terbaik kepada pelanggan.⁹⁴

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Banyak sekali ada juga pelanggan yang mengajak saudara dan kawan-kawannya.⁹⁵

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu banyak juga dari pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang.⁹⁶

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,



Gambar 4.8 Dokumentasi konsultasi keluhan pelanggan terhadap produk

⁹⁴ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁹⁵ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁹⁶ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Kamis, 22 Juli 2021.

d. Pelanggan yang mengajak orang lain untuk membeli produk

Dalam hal ini perusahaan juga mengamati bahwa beberapa pelanggan juga mengajak orang lain untuk membeli produk ke toko tersebut.

Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Ya terhitung banyak sekali ya mas.⁹⁷

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Ada juga pelanggan yang mengajak satu keluarganya itu membeli produk di toko kami.⁹⁸

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu pelanggan juga mengajak beberapa teman, kerabat hingga keluarga untuk membeli produk di toko yang sama.⁹⁹

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil dokumentasi sebagai berikut,

⁹⁷ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

⁹⁸ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

⁹⁹ Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Kamis, 22 Juli 2021.



Gambar 4.1 Dokumentasi Pembeli mengajak keluarga dan kawan saat membeli produk

e. keuntungan yang diperoleh dari penerapan Relationship marketing

Dalam hal ini perusahaan mendapatkan keuntungan yang diperoleh setelah menerapkan relationship marketing.

Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh Fatur selaku karyawan, yakni sebagai berikut :

Ya di sini kita menambahkan banyak sekali Mitra Karena itu adalah salah satu faktor terpenting dalam menjalankan perusahaan yang terlebih soal itu dengan penambahan nitrat tersebut kan nanti juga bisa menambahkan relasi hubungan pelanggan dengan toko kami.¹⁰⁰

Hal ini juga di benarkan oleh Hafiz selaku manager perusahaan, yakni sebagai berikut :

Keuntungannya sangat banyak, ada juga dari mereka itu akan memberitahu kawannya untuk membeli di brp selular.¹⁰¹

¹⁰⁰ Wawancara dengan Fatur selaku narasumber II sebagai karyawan di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Rabu 21 Juli 2021

¹⁰¹ Wawancara dengan Hafidz selaku narasumber I sebagai Manager di BRP Celullar Bandung Tulungagung, pukul 08.00, Senin 26 Juli 2021

Penjelasan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu perusahaan mendapatkan banyak manfaat dari metode yang telah diterapkan.¹⁰²

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan paparan data diatas maka diperoleh temuan data sebagai berikut:

1. Strategi Relationship Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Prespektif Islam di BRP Cellular Bandung Tulungagung

Berdasarkan hasil temuan di lapangan peneliti menemukan bahwa dalam penerapan strategi relationship marketing untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di BRP Cellular Bandung diantaranya yaitu:

a. Pengenalan Produk

Peningkatan rasa loyalitas kepada pelanggan, pihak perusahaan menerapkan berbagai kebijakan untuk mendorong pelanggan loyal terhadap karyawan dan perusahaan. Untuk itu Dalam pengenalan produk kepada pelanggan, pihak BRP Cellular melakukan beberapa langkah-langkah yang dinilai efektif untuk dijalankan seperti meningkatkan loyalitas dengan cara melakukan pendekatan kepada pelanggan.

¹⁰² Observasi dan dokumentasi pada toko BRP Celullar cabang Bandung Kabupaten Tulungagung. Pada Kamis, 22 Juli 2021.

Pendekatan yang dilakukan kepada pelanggan melalui komunikasi pasca beli dan juga pemberian informasi terkini mengenai program promo agar tercipta kesan positif terhadap pelanggan dan juga untuk membangun sebuah komunikasi yang baik dan hubungan yang harmonis baik secara langsung maupun melalui berbagai media sosial seperti facebook, instagram dan twitter sehingga pelanggan merasakan kenyamanan akan hal tersebut.

b. Penerapan Strategi Pemasaran

Perihal penerapan relationship marketing pada strategi pemasaran ini perusahaan juga menjalin hubungan relasi dengan beberapa toko dan juga cafe. Dalam hal ini perusahaan bersama karyawan akan menjelaskan dan mengenalkan beberapa fasilitas serta tak lupa untuk senantiasa menjalin komunikasi yang baik dan menerapkan 3S, yakni Senyum, Salam dan Sapa.

Selain itu kepada pelanggan yang sudah loyal Perusahaan disini akan memberikan sebuah keistimewaan dan informasi terkini perihal promo dan diskon menarik yang akan dibagikan melalui media sosial terbaik dan juga promo menarik seperti melalui pesan whatsapp hingga sosial media.

Dan ketika ada pelanggan baru yang datang akan mengenalkan apa saja yang ada di toko termasuk juga fasilitas yang kemudian para pelanggan baru itu juga akan diberi penjelasan mengenai apa yang akan didapat ketika berkunjung ke toko.

Selain itu dalam penerapan strategi pemasaran juga melakukan evaluasi. evaluasi ini perusahaan tidak main-main dalam menyikapinya, hal ini bertujuan sebagai salah satu cara perusahaan mencari data kekurangan dan poin minus yang kemudian akan dijadikan sebagai bahan inovasi selepas evaluasi.

Penerapan evaluasi perusahaan dan karyawan akan bersama-sama melakukannya secara rutin sekitar kurang lebih 15 hari sekali dan juga dengan cara analisa pasar yang ada di beberapa wilayah dengan cara perbandingan data. Dengan demikian perusahaan dapat dengan mudah melancarkan inovasi atas hasil dari evaluasi tersebut.

c. Menjaga kepercayaan pelanggan

Menjaga sebuah kepercayaan merupakan hal yang paling utama dalam tiap perusahaan menggait pelanggannya, salah satu hal yang dilakukan perusahaan dalam menjaga kepercayaan pelanggan yaitu dengan selalu dan senantiasa menjaga kualitas produk hal demikian bertujuan untuk terciptanya kepercayaan dari pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal dalam membeli produk tersebut. Selain itu untuk menjaga komitmen yaitu dengan selalu memberikan timbal balik perusahaan dengan pelanggan

Dalam hal ini perusahaan senantiasa memberikan perhatian khusus seperti halnya untuk memantau keadaan yang dirasakan oleh pelanggan. Selain itu perusahaan senantiasa memberikan beberapa

reward atau bonus kepada pelanggan yang sudah loyal sebagai bentuk apresiasi dan penghargaan oleh perusahaan.

Selain itu jika komunikasi dengan pelanggan baik akan memberikan umpan positif yang kemudian akan menjadikan feedback seperti pelanggan tersebut juga menceritakan dan menggait teman atau saudaranya untuk membeli produk di BRP Cellular.

2. Dampak penerapan strategi relationship marketing dalam peningkatan loyalitas pelanggan

Dampak penerapan strategi relationship marketing terlihat ketika perusahaan melakukan sebuah evaluasi guna menciptakan inovasi baru. Berdasarkan hasil temuan di lapangan peneliti menemukan bahwa dampak penerapan strategi relationship marketing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di BRP Cellular Bandung diantaranya yaitu

Meski adanya pandemi covid 19 yang menyebabkan beberapa penurunan store, namun dengan strategi relationship yang digunakan masih menyisakan pelanggan yang loyal hal ini dikarenakan semasa pandemi ini sistem pemasaran yang digunakan yaitu dengan cara online.

Dari sinilah BRP Cellular masih mendapatkan sebuah feedback positif melalui metode tersebut. Selain itu dengan penggunaan sistem pemasaran online keuntungan lain yang didapat yaitu ketika suatu daerah yang tak dapat dijangkau nama BRP cellular ini sudah terkenal melalui mulut kemulut yang dilakukan oleh pelanggan.

Keuntungan yang diperoleh dari loyalitas pelanggan tersebut dipengaruhi beberapa faktor terutama dalam hal memberikan pelayanan kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. perusahaan senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar tidak beralih ke toko lain.

Dengan tercapainya loyalitas pelanggan. Maka pelanggan tersebut senantiasa akan membeli lagi di BRP Celular hal ini karena pelanggan merasa nyaman dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan sehingga pelanggan tersebut melakukan pembelian secara berulang ulang.

Oleh sebab itu loyalitas pelanggan tersebut merupakan hal yang penting sebagai sebuah pencapaian. Selain itu dengan adanya loyalitas dari pelanggan tersebut mereka juga banyak membawa keluarga saudara dan kawan untuk membeli produk. Hal inilah yang memberikan dampak positif bagi perusahaan BPR Celular dalam menjalankan strategi pemasaran produknya.