

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Mengenai Strategi Pengelolaan UD. AGUS Tulungagung Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Strategi pengelolaan adalah hal utama yang diperhatikan oleh pelaku usaha. Strategi pengelolaan usaha yang baik dapat menjadi salah satu upaya guna mencapai tujuan perusahaan dan menjadi upaya agar usaha bisa tetap berjalan atau bertahan lama. Hal tersebut juga diperhatikan dengan baik oleh UD. AGUS Tulungagung yang merupakan usaha industri yang bergerak dibidang industri kayu.

UD. AGUS Tulungagung telah memproduksi bermacam-macam produk selama ±26 tahun. Produk-produk tersebut meliputi peti buah, tongkat pramuka, saringan pasir, profil kayu, lis kayu, dan papan kayu. Pada saat ini UD. AGUS Tulungagung dipimpin oleh seorang pemilik usaha yang dibantu oleh 9 (sembilan) karyawan, yaitu 8 (delapan) karyawan yang bertugas dalam bidang produksi dan 2 (dua) karyawan yang bertugas dalam bidang pendistribusian produk ke tangan konsumen.

Dalam menjalankan usahanya, UD. AGUS Tulungagung menerapkan strategi pengelolaan yang memperhatikan aspek kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga guna meningkatkan loyalitas pelanggan. UD. AGUS Tulungagung selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada konsumen, dengan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan dan selalu memperbaiki hal-hal yang kurang memuaskan harapan dan keinginan konsumen.

Dengan melihat usia UD. AGUS Tulungagung yang sampai saat ini tetap berjalan dengan baik dan mampu bersaing dengan kompetitor serta memiliki konsumen yang tersebar dari dalam kota maupun luar kota merupakan dampak positif dari strategi pengelolaan yang selama ini UD. AGUS Tulungagung terapkan dalam usahanya.

Strategi pengelolaan merupakan suatu rangkaian tindakan atau keputusan mengenai perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi untuk mengarahkan perusahaan pada perkembangan suatu strategi perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan.¹¹⁴ Strategi pengelolaan pada industri kayu UD. AGUS Tulungagung dibuat dan diputuskan oleh pemimpin usaha yaitu Bapak Agus yang harus dilaksanakan oleh seluruh jajaran pada UD. AGUS Tulungagung, mulai dari pemimpin serta karyawan yang bekerja. Dengan menjalankan strategi pengelolaan yang efektif dan efisien maka tujuan perusahaan yang telah direncanakan sebelumnya akan lebih mudah tercapai.

Berikut adalah strategi pengelolaan yang diterapkan oleh UD. AGUS Tulungagung dalam upayanya meningkatkan loyalitas pelanggan:

1. Kualitas pelayanan

Menurut Wykof, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut

¹¹⁴ Siti Aminah Chaniago, "Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat", Jurnal Hukum Islam (JHI), Vol. 12 No. 1, Juni 2014, hal. 84

adalah memenuhi keinginan konsumen.¹¹⁵ UD. AGUS Tulungagung selalu berusaha memenuhi keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik, serta memperbaiki pelayanan yang kurang memuaskan atau berdampak mengecewakan harapan konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono adalah adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan di UD. AGUS Tulungagung ditunjukkan dengan 5 (lima) indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono, sebagai berikut:¹¹⁶

- a) Keandalan (*reliabilty*), yaitu suatu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal pelayanan secara cepat, akurat dan tepat waktu. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana UD. AGUS cepat tanggap dalam menerima pesanan dari konsumen, akurat dalam mengukur setiap produk yang dipesan oleh konsumen, serta selalu berusaha tepat waktu dalam menentukan kapan pesanan konsumen akan siap untuk diantar ke tangan konsumen.

¹¹⁵ Johanes, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT Daya Adicipta Wisesa Maumbi Manado”, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 3 No. 011, 2015, hal .3

¹¹⁶ Erni Setyowati dan Wiyadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi”, Daya Saing, Vol. 18, No. 2, Desember 2016, hal. 104

- b) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu inisiatif dari karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap kepada konsumen. Hal ini dilakukan oleh karyawan UD. AGUS Tulungagung dengan cara menerima konsumen saat pemilik sedang tidak berada di tempat. Salah satu karyawan akan menggantikan pemilik dalam menerima dan mencatat pesanan konsumen, yang kemudian akan disampaikan langsung kepada Bapak Agus selaku pemilik UD. AGUS.
- c) Jaminan (*assurance*), yaitu sikap dan sifat dari karyawan yang meliputi kesopanan, berpengetahuan, berkompeten dan dapat dipercaya sehingga konsumen akan merasa aman dan nyaman terhadap pelayanan dari perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan karyawan yang melayani konsumen dengan ramah dan sopan, dengan menjelaskan mengenai produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Selain itu karyawan juga memproduksi barang pesanan sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen dengan teliti, cermat dan rapi, seperti mengenai ukuran produk yang dipesan dan rapi dalam pemotongan dan *finishing*.
- d) Perhatian (*emphaty*), yaitu bentuk perhatian yang ditujukan kepada konsumen berupa pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dan perhatian dengan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berkomunikasi dengan pihak perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan UD. AGUS

Tulungagung yang memperhatikan kebutuhan konsumen, contohnya seperti Bapak Agus akan menjelaskan berapa banyak produk yang dibutuhkan dalam pembuatan bangunan yang akan didirikan konsumen. Dalam kemudahan berkomunikasi, konsumen dapat menelfon langsung kepada Bapak Agus selaku pemilik UD. AGUS Tulungagung pada saat akan memesan produk. Bapak Agus akan dengan senang hati melayani konsumen dan menerima pesanan kapanpun konsumen memesan.

- e) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu berupa karyawan yang berkompeten, fasilitas perusahaan yang lengkap, peralatan komunikasi perusahaan yang modern dan canggih. Hal ini dibuktikan dengan bagaimana UD. AGUS Tulungagung memilih calon karyawan. Calon karyawan harus mampu menggunakan alat-alat perusahaan, seperti mesin-mesin berat untuk memotong kayu yang akan diproduksi menjadi produk siap jadi. Peralatan perusahaan juga disediakan sesuai dengan barang yang akan diproduksi, sehingga proses produksi dapat dikerjakan lebih mudah dan cepat.

Kualitas pelayanan yang diterapkan oleh UD. AGUS Tulungagung telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, hubungan dan komunikasi penjual dan pembeli terjalin dengan baik, UD. AGUS Tulungagung

yang paham atas kebutuhan pelanggan dan tanggap terhadap masalah. Pelayanan juga dilakukan dengan menerapkan sikap kejujuran, tanggungjawab, dan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

2. Kualitas produk

Kualitas produk adalah tingkat baik buruknya kemampuan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.¹¹⁷ Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai harapan pelanggan. Hal ini juga menjadi perhatian UD. AGUS Tulungagung dalam menjalankan usahanya agar pelanggan tetap merasa puas dan kebutuhannyapun terpenuhi tanpa merasa dikecewakan oleh kualitas produk yang dijual oleh UD. AGUS Tulungagung.

Menurut Tjiptono, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Kualitas produk di UD. AGUS Tulungagung ditunjukkan dengan 6 (enam) indikator kualitas produk menurut Tjiptono, sebagai berikut:¹¹⁸

- a) *Performance* (kinerja), yaitu hal yang berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Hal ini terbukti bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UD.

¹¹⁷ Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, “*Pengaruh Kualitas Produk...*”, hal. 98

¹¹⁸ Amrullah dkk, “*Pengaruh Kualitas Produk...*”, hal.102-103

AGUS Tulungagung memiliki kinerja yang baik dengan tidak adanya pelanggan yang merasa kecewa mengenai kinerja produknya yang buruk, contoh mudah rusak atau mudah patah saat digunakan.

- b) *Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama atau umur produk dapat bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. UD. AGUS Tulungagung sangat memperhatikan kualitas kayu yang digunakan adalah kualitas kayu yang baik dan proses produksi yang dikerjakan tanpa ada kecacatan, sehingga hasil produksi UD. AGUS Tulungagung dapat digunakan dalam waktu yang lama.
- c) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. UD. AGUS Tulungagung memproduksi barang yang digunakan dalam pembuatan bangunan, serta produk-produk tersebut diproduksi dengan berbagai ukuran agar konsumen dapat dengan mudah memilih produk yang dibutuhkan. Selain itu UD. AGUS Tulungagung juga bersedia menerima pesanan permintaan dengan ukuran yang diminta oleh konsumen.
- d) *Realibility* (realibilitas), yaitu probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode tertentu. Semakin kecil kemungkinan produk rusak maka produk dapat diandalkan. Berbagai produk hasil produksi

UD. AGUS Tulungagung memiliki kemungkinan rusak yang kecil karena bahan baku yang digunakan adalah kualitas baik, serta pengerjaan yang hati-hati tidak akan merusak kualitas kayu.

e) *Aesthetics* (estetika), hal ini berhubungan dengan penampilan produk, seperti bentuk fisik, model, desain, dsb.

UD. AGUS Tulungagung mengerjakan proses produksi dengan sangat teliti, rapi dan berhati-hati. Pemilik juga bertanggungjawab langsung mengenai proses produksi, sehingga produk yang dihasilkan haruslah baik, rapi dan memiliki ukuran yang tepat.

f) *Perceived quality* (kesan kualitas), yaitu hasil dari penggunaan pelanggan mengenai keseluruhan kualitas suatu produk yang bersangkutan. Produk UD. AGUS Tulungagung memiliki kesan kualitas yang baik, hal ini terbukti dengan pelanggan yang melakukan pembelian ulang di UD. AGUS Tulungagung.

Kualitas produk yang diterapkan oleh UD. AGUS Tulungagung telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, yaitu memproduksi barang yang berkualitas baik, bermanfaat, dapat dikonsumsi dan berdaya guna baik.

3. Harga

Harga menurut Basu Swastha merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan pertimbangan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar.¹¹⁹

Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Harga di UD. AGUS Tulungagung ditunjukkan dengan 4 (empat) indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dan Armstrong, sebagai berikut:¹²⁰

- a) Keterjangkauan harga, yaitu harga produk yang ditawarkan sesuai dan terjangkau oleh konsumen menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli produk. UD. AGUS Tulungagung dalam menerapkan harga berdasarkan dengan harga bahan baku dan harga produk yang ada dipasaran. Sehingga harga tidak merusak pasar dan terjangkau oleh konsumen.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang

¹¹⁹ Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk...", hal. 99-100

¹²⁰ Ibid., hal. 101

dijual. Harga yang ditawarkan UD. AGUS Tulungagung sesuai dengan kualitas yang diperoleh konsumen.

- c) Daya saing harga, yaitu harga yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki daya saing yang tinggi terhadap kompetitor di pasar. UD. AGUS Tulungagung menerapkan harga sesuai dengan yang beredar di pasar sehingga tentu harga memiliki daya saing yang baik.
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk yang dijual oleh perusahaan. Harga yang ditawarkan UD. AGUS Tulungagung sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh UD. AGUS Tulungagung telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, yaitu tidak mementingkan kepetingan sendiri namun juga mempertimbangkan daya beli masyarakat dan tidak melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing.

B. Pembahasan Mengenai Kendala yang Dihadapi oleh UD. AGUS Tulungagung guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berjalannya setiap usaha tentu mengalami berbagai macam kendala. Kendala yang dihadapi dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Hal ini juga terjadi pada pelaksanaan

strategi pengelolaan industri kayu UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berikut merupakan kendala-kendala yang dialami oleh UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

1. Kualitas pelayanan

Dalam bidang pelayanannya, UD. AGUS Tulungagung selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumennya, dan berusaha untuk tidak mengecewakan harapan konsumen. Namun dibebepara waktu pasti akan ada kendala yang harus dihadapi UD. AGUS Tulungagung.

Berikut adalah kendala-kendala kualitas pelayanan yang dihadapi UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

a) Pesanan yang selesai tidak tepat waktu

Hal ini terjadi apabila terdapat karyawan yang sedang libur, entah karena sakit ataupun dikarenakan hal lain. Liburnya karyawan menyebabkan kegiatan proses produksi terhambat dan berjalan tidak semestinya, dikarenakan karyawan yang bertugas pada bidang tersebut sedang kosong.

b) Jumlah produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan jumlah pesanan

Hal ini terjadi karena pada proses distribusi terkadang ada beberapa barang yang mengalami kerusakan atau patah. Barang yang akan didistribusikan ke konsumen menggunakan truk ditumpuk dengan barang pesanan lain. Oleh karena itu barang yang berada di bagian bawah tertindih oleh barang lain, dan terkadang menyebabkan barang tersebut mengalami patah dan kerusakan. Kerusakan pada barang tersebut mengakibatkan jumlah produk yang diterima oleh konsumen tidak sama dengan jumlah yang telah dipesan.

c) Keterlambatan bahan baku

Hal ini terjadi karena salah satu bahan baku yang digunakan adalah kayu pinus yang didapat dari pihak perhutani. Keterlambatan dikarenakan pihak perhutani memiliki jadwal untuk melakukan penebangan kayu. Tak jarang ketika UD. AGUS Tulungagung memesan kayu pinus kepada pihak perhutani, kayu pinus belum tersedia karena penebangan pohon pinus belum bisa dilakukan. Sehingga bahan baku baru tersedia setelah pihak perhutani melakukan penebangan.

2. Kualitas produk

Kualitas produk juga menjadi perhatian penting bagi UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Meski begitu,

tentu berbagai kendala juga pernah dialami oleh UD. AGUS Tulungagung dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya.

Berikut adalah kendala kualitas produk yang dihadapi UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

a) Kerusakan barang pada proses distribusi

Hal ini terjadi pada proses pendistribusian, barang pesanan konsumen dikirim menggunakan truk dengan barang yang ditumpuk-tumpuk. Perjalanan yang memakan waktu lumayan lama dan medan perjalanan yang tidak selalu mulus menyebabkan guncangan yang berakibat buruk pada barang di atas truk. Hal tersebut menyebabkan barang-barang yang berada di tumpukan bawah kadang mengalami kerusakan seperti retak maupun produk menjadi patah. Meski tidak banyak produk yang rusak namun hal ini tetap menjadi kendala dikarenakan barang tersebut tidak akan dihitung dalam jumlah pesanan yang diterima konsumen.

3. Harga

Strategi pengelolaan lainnya yang juga menjadi perhatian oleh UD. AGUS Tulungagung adalah harga. Harga yang telah ditawarkan oleh UD. AGUS Tulungagung merupakan harga yang

terjangkau dan sesuai dengan harga pasar. Namun tetap saja ada kendala yang dihadapi UD. AGUS Tulungagung dalam hal harga.

Berikut adalah kendala harga yang dihadapi oleh UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

a) Konsumen meminta diskon

Hal ini lumayan sering terjadi pada konsumen baru. Konsumen baru kadang meminta potongan harga atau diskon atas barang-barang yang telah dipesan. Sedangkan pemberian potongan harga atau diskon tidak dapat diberikan secara cuma-cuma kepada konsumen. UD. AGUS Tulungagung biasa memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan tetap dan kepada pelanggan yang bertempat tinggal disekitar rumah dan lokasi produksi UD. AGUS Tulungagung.

C. Pembahasan Mengenai Solusi Yang Diterapkan Oleh UD. AGUS Tulungagung Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Setiap kendala yang dihadapi tentu harus ada solusi guna menyelesaikan persoalan yang terjadi. Dalam menentukan solusi perlu adanya pertimbangan agar solusi dapat menyelesaikan kendala yang ada dan tidak menimbulkan kendala lainnya.

Berikut merupakan solusi yang diterapkan guna mengatasi kendala-kendala oleh UD. AGUS Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

1. Kualitas pelayanan

Kendala dalam pelayanan tentu dialami oleh UD. AGUS Tulungagung. Oleh karena itu UD. AGUS Tulungagung berusaha mengatasi kendala tersebut dengan selalu terhubung dan menyampaikan segala hal secara terbuka kepada konsumen dan berusaha mengatasinya agar tidak timbul rasa kecewa dari konsumen.

Berikut adalah solusi yang diterapkan UD. AGUS Tulungagung dalam menangani kendala kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

a) Melakukan pergantian tugas karyawan sementara

Hal ini dilakukan dengan mengisi posisi karyawan yang kosong dengan karyawan lainnya yang mumpuni dengan tugas tersebut. Namun pengerjaan tidak secepat dan secepat karyawan yang semestinya, karyawan melakukan proses produksi dengan pelan dikarenakan harus lebih berhati-hati dan awas dengan tugas yang dilakukan agar tetap aman serta produk yang dihasilkan tetap berkualitas baik. Hal ini dilakukan guna meminimalisir keterlambatan penyelesaian pesanan milik konsumen, selain itu juga agar pesanan milik konsumen lain tidak semakin menumpuk dan tidak semakin terlambat.

- b) Mengurangkan harga barang yang rusak atas biaya yang harus dibayar konsumen

Barang yang rusak dalam perjalanan akan dihitung oleh karyawan UD. AGUS Tulungagung, dan akan dikurangkan pada total biaya yang harus dibayar konsumen. Sehingga konsumen tidak akan dirugikan dalam hal biaya.

- c) Mengganti proses produksi kayu pinus ke kayu randu

Guna mengatasi keterlambatan penyelesaian pesanan konsumen, maka UD. AGUS Tulungagung menerapkan solusi dengan mengganti kegiatan proses produksi yang seharusnya memproduksi barang dengan bahan baku kayu pinus menjadi memproduksi barang yang berbahan baku kayu randu. Dengan begitu kegiatan produksi akan tetap berjalan dan UD. AGUS Tulungagung tetap bisa menghasilkan barang setiap harinya guna memenuhi pesanan konsumen.

Solusi yang diterapkan oleh UD. AGUS Tulungagung telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, yaitu dengan tidak menjual barang yang rusak kepada pelanggan dan memperbolehkan pelanggan untuk menolak barang yang rusak.

2. Kualitas produk

Kendala dalam mempertahankan kualitas produk tentu dialami oleh UD. AGUS Tulungagung. Oleh karena itu UD. AGUS Tulungagung berusaha mengatasi kendala tersebut dengan selalu memperbaiki produk pada kegiatan produksi selanjutnya dan selalu menyampaikan segala hal secara terbuka kepada pelanggan agar selalu ada kejujuran dalam transaksi kegiatan jual beli antara UD. AGUS Tulungagung dan pelanggan sehingga pelanggan tidak merasa kecewa ataupun tertipu dengan kualitas produk UD. AGUS Tulungagung.

Berikut adalah solusi yang diterapkan UD. AGUS Tulungagung dalam menangani kendala kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

- a) Mencaritahu penyebab kerusakan barang dan memperbaiki di kegiatan produksi selanjutnya

Barang pesanan pelanggan yang mengalami kerusakan pada proses distribusi akan dibawa kembali dan Bapak Agus akan meneliti kerusakan pada barang. Mayoritas barang rusak atau patah karena tertimpa barang lainnya saat berada di truk. Namun terkadang juga ada barang yang sudah retak sebelum dilakukan distribusi. Oleh karena itu UD. AGUS Tulungagung menerapkan proses produksi yang lebih hati-hati dan teliti untuk meminimalisir adanya kerusakan pada barang.

- b) Penyusunan barang pada pendistribusian yang lebih diperhatikan

Proses pendistribusian yang memakan waktu cukup lama dan medan jalan yang tidak selalu mulus juga menjadi faktor penyebab rusaknya barang. Akibat yang ditimbulkan adalah adanya tekanan pada barang di bawahnya yang menyebabkan barang tersebut rusak atau patah. Oleh karena itu, penyusunan barang juga diperhatikan oleh UD. AGUS Tulungagung. Yaitu barang yang berukuran besar berada di tumpukan bagian bawah kemudian barang yang berukuran kecil di bagian atas.

Solusi yang diterapkan UD. AGUS Tulungagung telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, yaitu dengan selalu berhat-hati dalam kegiatan produksi agar barang yang dihasilkan dari proses produksi adalah barang yang berkuaitas baik.

3. Harga

Kendala dalam menawarkn harga juga dialami oleh UD. AGUS Tulungagung. Meskipun harga yang ditawarkan oleh UD. AGUS Tulungagung terjangkau dan sesuai dengan pasar, namun tetap saja ada orang yang menawar dengan harga lebih rendah.

Berikut adalah solusi yang diterapkan UD. AGUS Tulungagung dalam menangani kendala harga dalam meningkatkan loyalitas pelanggan:

a) Menjelaskan alasan tidak dapat memberi potongan harga

Beberapa pelanggan baru yang memesan barang biasanya akan menawar harga lebih rendah atau meminta potongan harga. Namun apabila tidak memungkinkan maka Bapak Agus selaku penerima pesanan pelanggan akan menolak secara halus dan menjelaskan mengenai alasan kenapa tidak dapat memberi potongan harga, seperti harga sudah sesuai dengan pasar dan produk dapat dijamin kualitas baik dan pengerjaan produksi yang rapi.

Solusi yang diterapkan oleh UD. AGUS Tulungagung telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, yaitu tidak memaksakan kehendak namun juga mencari cara agar jual beli didasari suka sama suka (*ridha*). Hubungan dan komunikasi yang digunakan juga sopan dan ramah tanpa ada kata-kata yang dapat menyakiti hati pelanggan.