

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Banyak bidang usaha yang ada saat ini yang bergerak dalam bidang furniture, jasa, industri, fashion dan kuliner serta yang lainnya. Salah satu bidang bisnis yang dibutuhkan setiap harinya dan tidak pernah ada matinya adalah usaha kuliner. Kuliner biasanya identik dengan rumah makan, restoran, café, dan warung yang menyajikan makanan. Restoran merupakan suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil dalam menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada pelanggan baik berupa makanan dan minuman. Perkembangan teknologi yang pesat, juga ikut serta memudahkan konsumen dalam memesan makanan di restoran atau tempat makan yang hanya dilakukan di rumah tanpa harus pergi ke tempatnya.²

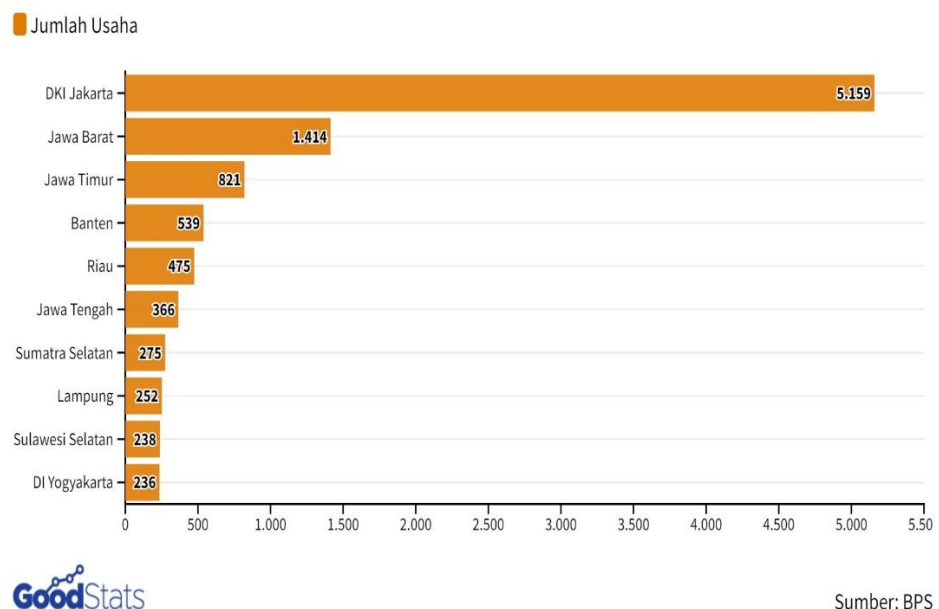
Perkembangan bisnis kafe di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya kafe yang bermunculan dikarenakan kafe sudah menjadi gaya hidup masyarakat dan bervariasi kebutuhan konsumen serta diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat

² Alif Muhammad Shodikin, *Strategi Promosi Restoran Dapur King Tulungagung Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam*, (Tulungagung), hal, 1

bersantai berbentuk kafe. Kafe yang menjadi salah satu representasi dari third place saat ini tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk meminum kopi, akan tetapi juga sebagai ruang sosial yang telah dikonsep ulang menjadi ruang-ruang berkumpul alternatif yang memungkinkan memiliki keterikatan dengan kondisi ruang pribadi sehari-hari.

Gambar 1.1

10 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia



Strategi merupakan perencanaan jangka panjang untuk mendapatkan pencapaian akan tujuan tertentu. Suatu usaha harus memiliki strategi dalam mempertahankan konsumen. Penerapan strategi mempertahankan konsumen ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kelancaran agar memperoleh hasil yang memuaskan. Salah satu permasalahan dalam menjalankan usaha yaitu sulitnya mempertahankan

pelanggan tetap. Dalam mencari pelanggan baru sebenarnya mudah, yaitu dengan menawarkan harga yang murah dan memberi potongan harga diawal. Namun yang sulit adalah bagaimana membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan tetap dan loyal. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mempertahankan loyalitas konsumen.

Pada dasarnya pelanggan atau konsumen adalah kunci keberhasilan bisnis dan perusahaan, yang merupakan tumpuan dari kinerja hasil penjualan, tingkat profitabilitas dan pangsa pasar. Keberhasilan kinerja sangat tergantung pada pelanggan yang datang atau membeli kembali. Pelanggan baru akan merasa puas, apabila harapan yang ada pada dirinya dapat terpenuhi yang didapatnya dari pengalamannya dalam mengonsumsi produk yang ditawarkan serta tempat yang nyaman sehingga menciptakan suasana yang tenang ketika menyantap hidangan.³

Fasilitas atau sarana prasarana yaitu sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Terdapat lima indikator yang dapat dikatakan mempunyai fasilitas yang baik jika memenuhi indikator seperti perencanaan spasial, perancangan ruang, perlengkapan, tata cahaya dan warna, instruksi yang disampaikan secara grafis.⁴

³ Sofyan Assauri, *Strategi Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value cet,1*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2012), hal, 3-4

⁴ Peggy Rahma Alana, Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Wisatawan pada gua LowoKecamatan Watu Limo Kabupaten Trenggalek, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 5 No. 2 (2020) hlm. 180-194

Faktor pendukung yang menjadikan cafe dan resto ramai pengunjung serta mendapatkan loyalitas dari konsumen yaitu dengan *repeat order* tidak hanya dilihat dari Kualitas produk atau makanan akan tetapi juga fasilitas sarana dan prasarana yang ada di kafe atau resto tersebut. Karena, ketika Kualitas makanan yang dihidangkan sudah baik akan tetapi fasilitas sarana dan prasarananya kurang memadai maka Hal tersebut juga akan menjadi pertimbangan calon konsumen dan juga akan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk kembali lagi ke kafe atau resto tersebut.

Fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan pengunjungnya akan menjadi bahan pertimbangan seorang pengunjung sebelum mereka memilih tempat makan atau nongkrong seperti kafe. Menurut Stevanus dalam faktor yang menjadi kepuasan pelanggan adalah bagaimana pengelola menyediakan fasilitas yang mudah guna memenuhi kebutuhan pelanggannya.⁵

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi suatu usaha baik dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar. Banyaknya pesaing menyebabkan terjadinya kompetisi bisnis yang ketat bahkan di era saat ini. Adanya loyalitas konsumen menjadi salah satu kunci berjalan dan lancarnya suatu usaha. Oleh karenanya banyak perusahaan yang melakukan berbagai strategi untuk dapat mempertahankan konsumen dan membuat konsumen tersebut bahkan tidak memiliki pikiran untuk berpindah ke perusahaan lainnya dan menjadi pelanggan di perusahaan tersebut

⁵ Tia Nur Safitri, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Batam City Hotel, Skripsi, Universitas Putera Batam, 2021

seterusnya karena merasa puas akan produk atau jasa dan pelayanan yang diberikan. Loyalitas merupakan hasil dari fokus pada apa yang perlu dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dan kemudian akan terus melakukannya. Peningkatan loyalitas pelanggan akan mengarah pada profitabilitas yang lebih tinggi, retensi karyawan yang lebih tinggi, dan fondasi keuangan yang lebih stabil.⁵ Pengertian loyalitas konsumen meliputi pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan frekuensi rekomendasi kepada orang lain.⁶ Menurut Dharmesta, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah harga, pelayanan, kualitas produk, dan promosi.⁷

Pada dunia bisnis yang semakin berkembang saat ini, semakin banyak jenis usaha bermunculan dimana mereka para pengusaha berbondongbondong dalam menarik minat konsumen. Hal ini menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang membuat pengusaha harus bijak dalam menentukan strategi usaha. Hal ini bertujuan agar usaha yang dijalankan tetap bisa berjalan di berbagai situasi apapun tetap memiliki banyak pelanggan. Keberadaan pelanggan adalah sesuatu yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan. Dimana banyak sedikitnya pelanggan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan. Ketika sebuah perusahaan bisa meningkatkan jumlah pelanggannya, maka antara perusahaan dengan pelanggan akan saling menguntungkan.

⁶ Heri Sudarsono, Buku Ajar: Manajemen Pemasaran, (Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020), hal. 10

⁷ Lopiyoadi Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 158

Di Tulungagung sendiri, dari tahun ke tahun banyak bermunculan kafe dan resto yang tersebar di berbagai daerah. Inovasi dan kreativitas para owner dalam mengembangkan cafe dan resto nya pun juga beragam. Terdapat cafe yang menyuguhkan tempat yang nyaman untuk nongkrong, mengerjakan tugas, atau kumpul dengan teman seperti di Cafe Mata Hati, Levelhead, Hakui dan lain sebagainya. Ada juga yang menyajikan tempat bernuansa alam seperti Bintang 7 cafe, Dendy Sky View, Arunika, Winna Joglo dan lain lain. Dengan demikian, selain menikmati hidangan para pengunjung juga dapat sekaligus menikmati pemandangan alam di sekitar. Dilihat dari tabel dibawah ini jumlah rumah makan dan restoran di Tulungagung pada Tahun 2020 – 2022.

Tabel 1.1
Jumlah Ruman Makan dan Restoran di Tulungagung

Kecamatan	Jumlah Rumah Makan atau Restoran Menurut Kecamatan di Kabupaten Tulungagung		
	2020	2021	2022
Besuki	-	0	0
Bandung	1	0	0
Pakel	1	1	1
Campurdarat	-	0	1
Tanggunggunung	-	1	1
Kalidawir	-	1	1
Pucanglaban	-	0	0
Rejotangan	-	0	0
Ngunut	-	2	2
Sumbergempol	-	0	0

Boyolangu	2	6	7
Tulungagung	34	39	40
Kedungwaru	6	7	8
Ngantru	-	2	2
Karangrejo	-	0	0
Kauman	3	5	5
Gondang	2	2	3
Pagerwojo	1	1	1
Sendang	-	0	0
Kab. Tulungagung	50	67	72

Sumber : Badan Pusat Statistik

Salah satu resto yang ada di Tulungagung yang menggunakan konsep dan tema yang unik adalah Winna Joglo yang terletak di Jl. Jayeng Kusuma No.177, Trimulyo, Ngujng, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Dipilihnya Winna Joglo Cafe & Resto ini, karena dilihat dari sistem penjualannya memiliki strategi yang bagus dan menarik. Winna Joglo ini merupakan restoran atau tempat makan sekaligus cafe yang menyediakan berbagai masakan indonesia, masakan tradisional, maupun masakan internasional seperti shusi. Contoh menu yang tersedia yaitucumi madu, ayam katsu, ayam bakar, kepiting saos padang, lumpia rebung, lumpia ayam, dan berbagai masakan nusantara lainnya.

Dilihat dari suasana resto yang sejuk karena Winna Joglo terletak di tengah sawah yang membentang luas, selain *outdoor* terdapat juga *indoor* yang dilengkapi karaoke. Fasilitas yang disediakan yaitu mushola, beserta tempat wudhu, kamar mandi yang di bedakan perempuan dan laki laki, serta

dilengkapi halaman parkir yang luas dan tanpa dipungut biaya parkir lagi. Saat ini juga sedang dibangun masjid di sebelah Winna Joglo Sebagai tempat sholat dan rest area bagi pengunjung yang datang. Karena dapat kita lihat bahwa selain masyarakat sekitar Winna Joglo juga mampu menarik wisatawan untuk datang ke resto nya dengan demikian maka diperlukan masjid yang lebih luas untuk menampung pengunjung.

Ekonomi islam melingkupi tentang perilaku ekonomi manusia yang sadar dan berusaha untuk mencapai mashlahah atau falah, yang disebut *homoislamicus*. Ekonomi islam tidak jauh dari kata perdagangan atau perniagaan. Saat ini, banyak bisnis yang lahir baik berupa jasa maupun barang dimana para *owner* bersaing memenuhi kebutuhan konsumennya. Baik pengusaha besar maupun yang baru merintis berlomba-lomba untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Dengan demikian, nantinya diharapkan akan mampu bersaing sehat dengan kompetitor lainnya. Dalam menghadapi persaingan usaha yang sangat ketat, para pemilik usaha menggencarkan strategi pemasaran yang mana akan membantunya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.⁸

Pengunjung Winna Joglo ini didominasi oleh para wisatawan baik dari dalam maupun luar kota. Namun yang banyak mendominasi yaitu konsumen yang berusia 20-25 tahun keatas. Selain itu, pengunjung umum, dan dari lembaga atau masyarakat yang mengadakan suatu acara baik reuni atau kumpul saja. Tak hanya itu Winna joglo juga merambah ke catering.

⁸ Hilmiatus Zahla, *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan Vol, 5 No. 2 Januari-Juni 2019)

Biasanya orang memesan untuk acara hajatan, jumat berkah, atau acara lembaga tertentu. Dengan demikian loyalitas konsumen baik. Bisa terlihat dari data pengunjung tiap bulan bertambah seiring bertambahnya usia resto tersebut. Dalam satu bulan bisa mencapai 300 hingga 500 pengunjung dengan total pesanan hampir 1500 item dan akan terus naik ketika ramadhan dan hari raya serta hari libur.⁹

Untuk dapat meningkatkan sebuah usaha ditengah maraknya usaha yang serupa, pemilik usaha harus memutar otak dan berfikir bagaimana agar usahanya bisa berjalan dengan lancar dan diterima masyarakat dengan baik dengan merencanakan strategi apa yang harus dilakukan untuk menarik konsumen. Dimana salah satu faktor lancarnya usaha adalah adanya loyalitas konsumen.

Alasan peneliti mengambil judul penelitian ini dikarenakan maraknya usaha restoran di kabupaten Tulungagung sehingga hal ini menimbulkan persaingan antar pelaku usaha yang tentunya para pelaku usaha tersebut harus memiliki strategi bagaimana agar usaha berjalan dengan lancar dengan menarik perhatian konsumen untuk memakai jasa tersebut, dan menjadikan konsumen baru menjadi konsumen yang loyal.

Sarana dan Prasarana yang dimiliki oleh Winna Joglo Cafe & Resto sudah cukup baik. Banyak pelanggan yang datang kembali untuk menikmati makanan yang disediakan karena tempat yang nyaman juga berkualitas. Untuk itu penulis ingin mengetahui pengaruh sarana prasarana sehingga

⁹ Wawancara dengan pemilik dari winna joglo pada tanggal 20 februari 2023.

mempertahankan loyalitas konsumen atau pelanggan terhadap cafe & resto Winna Joglo dengan menekankan ekonomi islam pada setiap strategi usahanya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diambil judul penelitian skripsi “ **Sarana Prasarana Sebagai Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Resto Winna Joglo Tulungagung)**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sarana prasarana yang disediakan oleh resto winna joglo Tulungagung?
2. Bagaimana sarana prasarana tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen di resto winna joglo Tulungagung?
3. Bagaimana strategi sarana prasarana di resto winna joglo Tulungagung ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sarana prasarana yang disediakan oleh resto winna joglo Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui sarana prasarana tersebut dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di resto winna joglo Tulungagung
3. Untuk mengetahui strategi sarana prasarana di resto winna joglo Tulungagung ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam?

D. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka peneliti membatasi masalah agar tidak meluasnya pokok permasalahan yang telah ada dan memberi pembahasan yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, maka akan diberi pembatasan yaitu:

1. Strategi
2. Sarana dan Prasarana
3. Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini lebih fokus pada subyek yang memang menjadi pokok permasalahan. Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan secara deskriptif mengenai sarana dan prasarana sebagai strategi meningkatkan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas, maka pembatasan masalah dalam penelitian sesuai dengan judul, yaitu *“Sarana Dan Prasarana Sebagai Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Winna Joglo Kabupaten Tulungagung)”*

E. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini berharap dapat bermanfaat diberbagai aspek yang terkait di dalam penelitian ini, adapun manfaat yang akan diberikan kepada 2 aspek ialah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbagan dalam khasanah keilmuan, menambah referensi, pengetahuan dan pengalaman juga wawasan dalam bidang manajemen bisnis khususnya dalam hal strategi meningkatkan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh strategi meningkatkan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi islam.
- 2) Untuk syarat kelulusan jenjang Sarjana 1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Perpustakaan

Dengan adanya penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai latihan dan menambah pengetahuan tentang pentingnya memilih strategi pelayanan untuk diterapkan dalam usaha.

c. Bagi Resto Winna Joglo

Diharapkan dapat memberikan masukan serta menambah wawasan pemikiran yang bermanfaat bagi pemilik usaha Winna Joglo ini dalam menerapkan strategi sarana dan prasarana guna meningkatkan loyalitas konsumen.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan literature dan acuan bagi peneliti selanjutnya terkait strategi meningkatkan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan pahaman terhadap judul diatas dan untuk memperoleh gambaran yang jelas serta dapat mempermudah pengertiannya, berikut ini penulis sajikan penegasan istilah:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan proses perencanaan pada perusahaan dalam pencapaian tujuan jangka panjang dengan menggunakan alat dan unsur yang dimiliki oleh perusahaan.¹⁰ Penerapan strategi mempertahankan konsumen ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kelancaran agar memperoleh hasil yang memuaskan.

b. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan konsumen yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan jasa.¹¹ Loyalitas pelanggan adalah komitmen kuat dari pelanggan untuk secara konsisten berlangganan kembali atau melakukan pembelian kembali

¹⁰ Ronal Watrianthos, dkk., Kewirausahaan dan Strategi Bisnis, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 125

¹¹ Wardani, Aris Tritono, Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal.

produk/jasa yang disukai secara berulang di masa depan, bahkan ketika keadaan dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku konsumen beralih.

c. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dapat dikatakan sebagai ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah sosial ekonomi yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi Islam merupakan sebuah sistem yang didasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan nilai tersebut sudah tentu Al-Qur'an, As-Sunnah, ijma dan qiyas.¹²

2. Definisi Operasional

Dari penjelasan secara konseptual diatas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dalam judul penelitian “Sarana Prasarana Sebagai Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Perspektif Ekonomo Islam (Studi Kasus di Winna Joglo) adalah untuk mengetahui, mempelajari yaitu dengan meneliti yang berkaitan dengan strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada winna joglo. Diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan informasi kepada pembaca mengenai usaha restoran dan bagaimana strategi yang benar dalam menjalankan usaha restoran ini.

G. Sistem Penulisan Skripsi

Setelah penelitian yang dilakukan selesai dan memperoleh hasil yang valid, maka peneliti bermaksud untuk membuat hasil uraian yang

¹² Mustafa Edwin Nasution et.al., Pengenalan Eksklusif Ekonomi islam, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 11

menggambarkan hasil penelitian tersebut dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, abstrak.

2. Bagian Utama

BAB I Pendahuluan

Memberikan gambaran secara singkat bagaimana nantinya pembahasan mengenai sarana prasarana sebagai strategi meningkatkan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi islam, pada bab pendahuluan ini terdiri dari: (a) konteks penelitian, (b) fokus penelitian, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini diuraikan berbagai konsep dasar tentang teori yang berkaitan dengan sarana prasarana sebagai strategi meningkatkan loyalitas konsumen perspektif ekonomi islam, pada bab ini terdiri dari: (a) kajian teoritis, (b) hasil penelitian terdahulu, (c) kerangka berfikir

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari:

(a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) tahap-tahap penelitian

BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian mengenai sarana prasarana sebagai strategi meningkatkan loyalitas konsumen perspektif ekonomi islam: (a) gambaran umum Winna Joglo, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, (b) temuan penelitian

BAB V Pembahasan

Pada bab ini berisi mengenai analisis hasil temuan melalui teori yang berkaitan dengan sarana prasarana sebagai strategi meningkatkan loyalitas konsumen perspektif ekonomi islam, baik melalui penelitian terdahulu maupun dari teori yang ada

BAB VI Penutup

Pada bab ini memuat penutupan penelitian yang terdiri dari (a) kesimpulan dari hasil penelitian (b) saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.