



**STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN  
USAHA *LAUNDRY* BERLABEL SYARIAH (STUDI KASUS  
SYARIAH *LAUNDRY* DI KECAMATAN UMBULSARI  
KABUPATEN JEMBER)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**

Oleh:

**MASRIATUL WAHYUNI**  
NIM: E20192329

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JULI 2023**

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN  
USAHA *LAUNDRY* BERLABEL SYARIAH (STUDI KASUS  
SYARIAH *LAUNDRY* DI KECAMATAN UMBULSARI  
KABUPATEN JEMBER)**

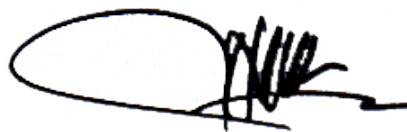
**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh:  
**Masriatul Wahyuni**  
**NIM: E20192329**

Pembimbing:



**Nurul Widvawati I.R., S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197509052005012003**



**STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN  
USAHA LAUNDRY BERLABEL SYARIAH (STUDI KASUS  
SYARIAH LAUNDRY DI KECAMATAN UMBULSARI  
KABUPATEN JEMBER)**

**SKRIPSI**

Telah diuji untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Oktober 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

M. Saiful Anam, S. Ag., M. Ag.  
NIP. 197111142003121002

Ana Pratiwi, SE, Ak, MSA.  
NIP. 198809232019032003.

Anggota

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. (  )

2. Dr. Nurul Widyawati I R., S.Sos., M.Si (  )

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Syariah



  
Prof. Dr. Khaundat Rifa'i, SE., M.Si., CHRA  
NIP. 196808072000031001



## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا مَن يَرْتَدَّ مِنكُمْ عَن دِينِهِ ۖ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ  
وَيُحِبُّونَهُ ۖ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ مُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا  
تَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ۚ ذَٰلِكُمْ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَن يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٥٤﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Barangsiapa di antara kamu yang murtad (keluar) dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum, Dia mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, dan bersikap lemah lembut terhadap orang-orang yang beriman, tetapi bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah yang diberikan-Nya kepada siapa yang Dia kehendaki dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya), Maha Mengetahui” (Al-Ma’idah: 54)\*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

---

\* Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah (Bandung: PT Al-Qosbah Karya Inonesia, 2021), 67



## PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT beriring doa dengan segenap hari yang tulus saya persembahkan karya tulis ini yang telah kuraih dengan suka, duka, serta rasa terimakasih yang setulus-tulusnya untuk orang-orang yang kusayangi dan kucintai serta orang-orang yang telah mengiringi keberhasilanku:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Abdul Halim dan Ibu Tasrifah yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, dan motivasi ketika mulai putus asa, dan selalu mendukung dari awal kuliah hingga saat ini.
2. Untuk seluruh keluarga yang sangat saya sayangi dan cintai, terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan kepada saya sehingga dapat menempuh kuliah dengan baik dan lancar.
3. Almamater Tercinta UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
4. Seluruh Guru sekolah mulai SD sampai MA, Guru Mengaji dan Dosen yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
5. Untuk sahabat-sahabatku, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih telah memberi semangat serta doa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-temanku Ekonomi Syariah 8 angkatan 2019 tercinta yang saling memberikan dukungan dan saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.



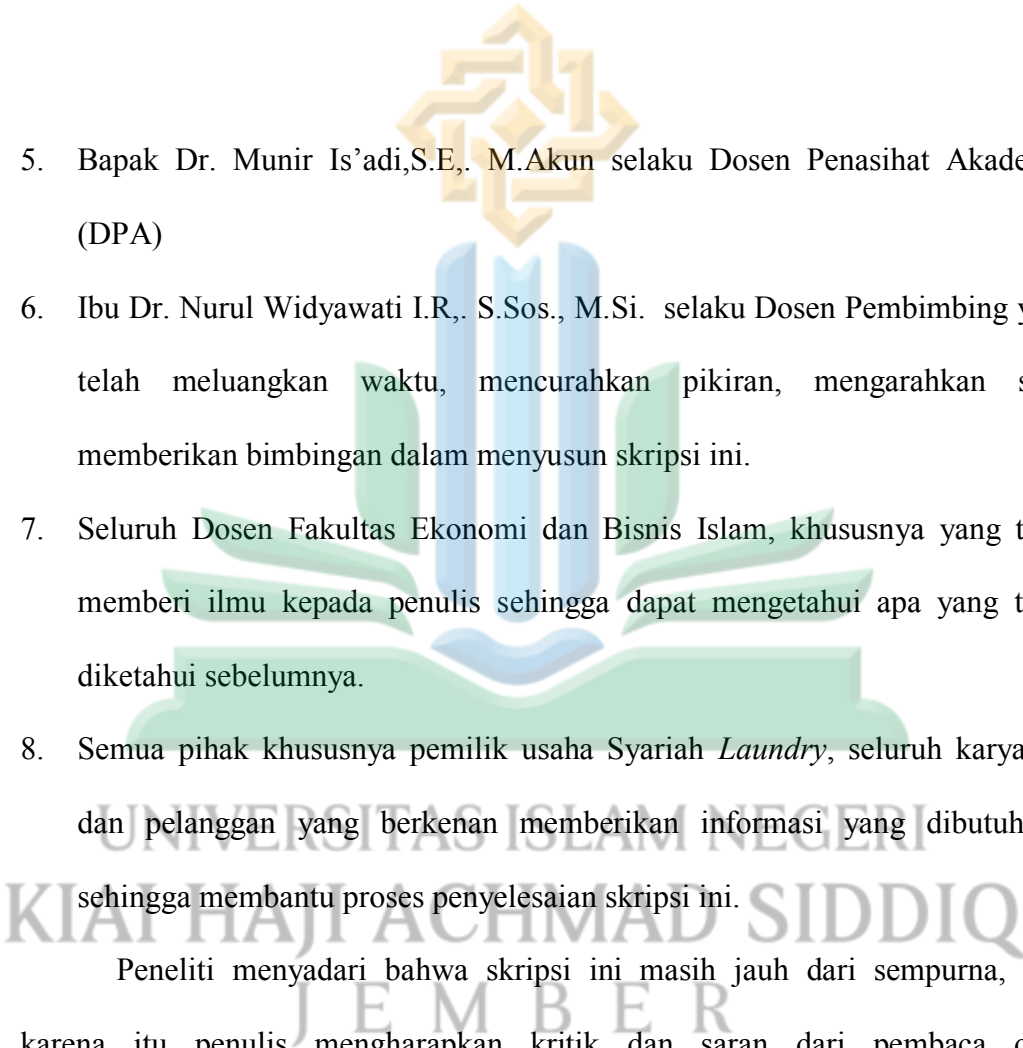
## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul “*Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah (Studi Kasus Syariah Laundry di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)*” dengan baik. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Achmad Siddiq Jember guna untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor UIN KHAS Jember dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi fasilitas yang memadai selama kuliah.
2. Bapak Prof. Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si., CHRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.

- 
5. Bapak Dr. Munir Is'adi, S.E., M.Akun selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA)
  6. Ibu Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan serta memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
  7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberi ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
  8. Semua pihak khususnya pemilik usaha Syariah *Laundry*, seluruh karyawan dan pelanggan yang berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama saya sendiri.

Jember, 20 Juli 2023

Penulis,

**Masriatul Wahyuni**

NIM. E20192329



## ABSTRAK

**Masriatul Wahyuni, Dr. Nurul Widyawati, 2023:** *Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah (Studi Kasus Syariah Laundry di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)*

**Kata Kunci:** Strategi, Kendala, Laundry

Persaingan bisnis kian ketat, perusahaan berupaya mempertahankan konsumen lama maupun baru melalui strategi pemasaran berupa kualitas produk (pelayanan), penetapan harga, saluran distribusi serta promosi pada jasa yang diberikan. Kebutuhan manusia yang kompleks serta didukung dengan aktivitas manusia yang padat kadang sulit membagi waktu mereka pada pekerjaan yang dianggap sepele seperti mencuci pakaian. Maka membuka peluang bisnis yang dikenal dengan jasa *Laundry*, agar lebih dikenal maka usaha akan diberi brand atau label. Perkembangan label Syariah menjadi trend di masyarakat diberbagai bidang termasuk dengan usaha *Laundry* syariah. Tidak hanya label akan tetapi pada prinsip bisnis dan proses pencuciannya berlandaskan syariah.

Fokus penelitian pada penelitian dalam skripsi ini: 1) Bagaimana strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember? 2) Bagaimana kendala penerapan strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember?

Tujuan dari penelitian dalam skripsi ini: 1) Untuk mendeskripsikan analisis strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha *Laundry* berlabel syariah di Syariah *Laundry* di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember 2) Untuk mendeskripsikan kendala penerapan strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Subjek penelitian menggunakan teknik *purposive* serta pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data deskriptif dengan pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.


Hasil penelitian: 1) Strategi Syariah *Laundry* mempertahankan loyalitas konsumen dengan kepercayaan dan kualitas pelayanan yaitu memberikan banyak produk (layanan berbagai jenis *Laundry* yang bisa dipilih), mengatakan dengan jujur apabila terjadi kecatatan, kelunturan, hilang, dan rusak, jasa antar-jemput gratis, pencucian dengan konsep *thaharah*, menampung keluhan dan saran serta berusaha mencari solusi dengan mengedepankan sikap sopan santun, ramah sabar, dan bertanggung jawab. 2) Kendala penerapan strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen yaitu di awal mereka membuka usaha yang kemudian selalu memperbaiki kesalahan dengan kritikan membangun pada pelanggan sehingga perbaikan tersebut bisa dirasakan secara langsung oleh pelanggan dan juga kurang memaksimalkan media sosial sebagai media promosi yang efektif.





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	28
1. Loyalitas Konsumen.....	28
2. Usaha <i>Laundry</i> .....	40
3. Label Syariah .....	43



<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>47</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Subyek Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Teknik Analisis Data.....	50
F. Keabsahan Data.....	52
G. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	52
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA</b> .....	<b>55</b>
A. Gambaran Objek Penelitian.....	55
1. Sejarah Tempat Usaha.....	55
B. Penyajian Data .....	57
1. Strategi Usaha <i>Laundry</i> Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen.....	57
2. Kendala Penerapan Strategi Usaha <i>Laundry</i> Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen.....	71
C. Pembahasan Temuan.....	74
1. Strategi Usaha <i>Laundry</i> Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen.....	74
2. Kendala Penerapan Strategi Usaha <i>Laundry</i> Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen.....	78



<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1: Matrik Penelitian	
Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Penelitian	
Lampiran 3: Surat Izin Penelitian	
Lampiran 4: Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 5: Pedoman Penelitian	
Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian	
Lampiran 7: Dokumentasi	
Lampiran 8: Biodata Penulis	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Perbedaan <i>Laundry</i> Syariah Dengan <i>Laundry</i> Non-Syariah	
Tabel 1. 2 Data Jumlah Usaha <i>Laundry</i> Kiloan .....	5
Tabel 1.3 Pelayanan Syariah <i>Laundry</i> .....	9
Tabel 2.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	24
Tabel 3.1 Daftar nama <i>laundry</i> Kecamatan Umbul sari Kabupeten Jember	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. KONTEKS PENELITIAN

Sumber daya alam sudah teramat banyak memberikan manfaat terhadap kehidupan setiap makhluk hidup. Keberlangsungan kehidupan makhluk hidup terutama dalam pemenuhan kebutuhan manusia yang terus mengalami peningkatan populasi tidak terlepas dari sumber daya alam yang ada. Dalam pemenuhan kebutuhan, sumber daya alam dapat dikelola secara sederhana maupun menggunakan teknologi yang berkembang sesuai dengan zaman. Manusia dan sumber daya alam memiliki hubungan sangat erat. Tanpa adanya sumber daya alam manusia akan mati. Pada zaman dahulu, kebutuhan manusia masih sederhana dan sedikit. Perkembangan peradaban menyebabkan kebutuhan manusia terus meningkat. Manusia sekarang tidak hanya membutuhkan makanan dan pakaian, melainkan juga memerlukan aneka jenis barang dan jasa untuk kesejahteraan hidupnya.<sup>1</sup>

Dengan kemajuan zaman kebutuhan manusia semakin kompleks dan persaingan di bidang bisnis semakin ketat, perusahaan serupa bermunculan sehingga perusahaan bersaing untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk baik barang maupun jasa dengan cara layanan yang lebih cepat dan lebih baik dari pada pesaing, label sebagai lambang berbeda dari perusahaan atau usaha sejenis, serta rasa empati yang ditunjukkan karyawan kepada konsumen agar mampu bersaing dengan lawan. Kualitas layanan atau

---

<sup>1</sup> Giyarto, *Sumber Daya Alam dan Pemanfaatannya* (Klaten: Mitra Kompetensi, 2015), 100.

produk yang perusahaan keluarkan akan berpengaruh terhadap reputasi dan kepuasan konsumen yang kemudian berpengaruh juga terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen akan menciptakan kesetiaan dan sikap loyal pelanggan kepada perusahaan.<sup>2</sup>

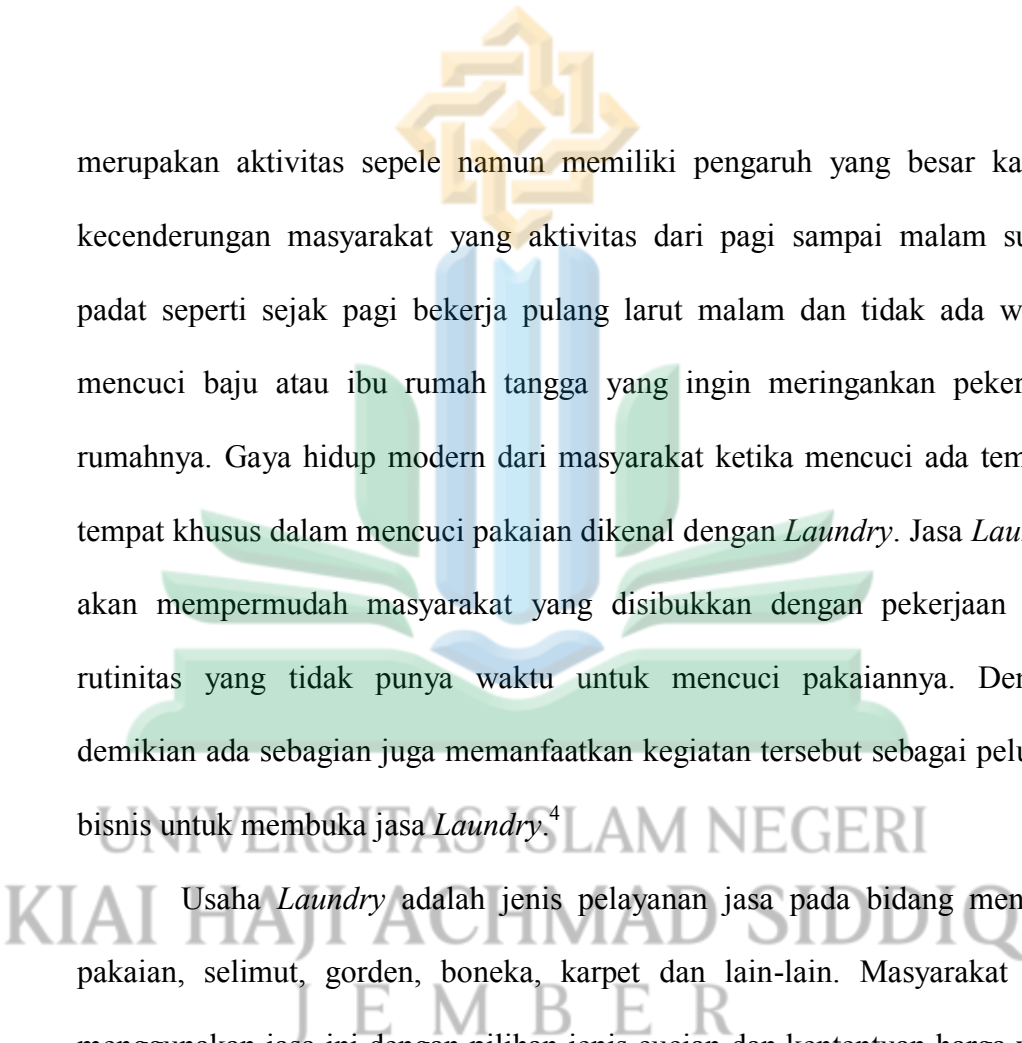
Perusahaan menginginkan agar konsumen yang pernah membeli barang atau jasanya akan kembali datang serta melakukan pembelian berulang. Tujuan perusahaan ini terkait dengan strategi pemasaran berpindah dari akuisi pembelian menuju loyalitas pelanggan. Karena banyak perusahaan berfokus pada aktivitas pemasaran yang mencari pembeli baru, sekarang perusahaan memfokuskan pada usaha mempertahankan serta bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen ini merupakan salah satu cara efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Loyalitas mencerminkan kepuasan dari konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Perilaku kebiasaan keterkaitan, keterlibatan dan pengulangan pembelian secara teratur dan mampu mendatangkan konsumen baru itu yang disebut dengan loyalitas konsumen.<sup>3</sup>

Kebutuhan masyarakat yang semakin banyak dan beragam yang didukung dengan aktivitas manusia yang kian padat, dituntut untuk bisa mengatur waktu sebaik mungkin. Jarang sekali orang memiliki manajemen waktu yang baik dalam membagi waktunya, apalagi untuk hal yang dianggap sepele namun memiliki pengaruh yang besar. Aktivitas seperti mencuci

---

<sup>2</sup> Eka Pranajaya, "Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan: Survey Tentang Pelayanan dan Loyalitas pada Perusahaan Jasa", *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4, no.4 (Juli 2021), 305.

<sup>3</sup> Sherly Hesti Erawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce", *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 17, no.2 (2020), 305.



merupakan aktivitas sepele namun memiliki pengaruh yang besar karena kecenderungan masyarakat yang aktivitas dari pagi sampai malam sudah padat seperti sejak pagi bekerja pulang larut malam dan tidak ada waktu mencuci baju atau ibu rumah tangga yang ingin meringankan pekerjaan rumahnya. Gaya hidup modern dari masyarakat ketika mencuci ada tempat-tempat khusus dalam mencuci pakaian dikenal dengan *Laundry*. Jasa *Laundry* akan mempermudah masyarakat yang disibukkan dengan pekerjaan atau rutinitas yang tidak punya waktu untuk mencuci pakaiannya. Dengan demikian ada sebagian juga memanfaatkan kegiatan tersebut sebagai peluang bisnis untuk membuka jasa *Laundry*.<sup>4</sup>

Usaha *Laundry* adalah jenis pelayanan jasa pada bidang mencuci pakaian, selimut, gorden, boneka, karpet dan lain-lain. Masyarakat bisa menggunakan jasa ini dengan pilihan jenis cucian dan ketentuan harga yang disediakan, serta lamanya waktu mencuci biasanya akan ditentukan oleh si pemilik *Laundry*. Jasa *Laundry* dibutuhkan oleh masyarakat semua kalangan bukan hanya dibutuhkan oleh masyarakat kalangan menengah keatas untuk membantu menyelesaikan kebutuhan jasa mereka. *Laundry* merupakan kebutuhan primer masyarakat dikarenakan mempermudah masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Kelebihan dari jasa ini yaitu harga yang bersaing, hasilnya yang bersih dan wangi yang menyebabkan dilirik konsumen.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Sintia Fitri, “Jasa *Laundry* Dalam Tinjauan Islam Studi Kasus Jasa *Laundry* di Kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir”, *Jurnal Syariah* 8, no.1 (April, 2020), 92.

<sup>5</sup> Nur haida dkk, “Sharia Marketing Model pada Bisnis *Laundry* Syariah (Case Study pada Zada *Laundry* Syariah Sumber Cirebon)”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 6, no.1 (2022), 54.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha agar konsumen tertarik menggunakan jasa ini, yaitu aspek pelayanan yang diberikan kepada konsumen lama maupun baru, kualitas jasa yang ditawarkan serta nama atau *brand* yang bisa menarik minat dari konsumen agar bisa melakukan pembelian pada barang atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan. Seperti pada perkembangan label “syariah” di Indonesia sendiri banyak bermunculan dan menjadi gaya hidup atau *trend* masyarakat di berbagai bidang misalnya perbankan syariah, hotel syariah, wisata syariah, bahkan *Laundry* syariah-pun tak luput dari perkembangan *brand* yang menjadi *trend* ditengah-tengah masyarakat Indonesia.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan *Laundry* Syariah Dengan *Laundry* Non-Syariah**

No	Perbedaan	
	<i>Laundry</i> Tidak Berbasis Syariah	<i>Laundry</i> Berbasis Syariah
1.	Tidak akan meminta konsumen untuk memilah pakaian yang terkena najis atau tidak	Akan meminta konsumen untuk memilah pakaian yang najis dan tidak najis
2.	Pakaian yang digunakan pegawai yang penting sopan saja	Pakaian yang digunakan oleh pegawai harus sopan dan tidak menggunakan pakaian yang terlalu terbuka
3.	Hasil bersih dan wangi, tidak terlalu memperhatikan pada proses pencucian	Lebih memperhatikan kesucian dari proses <i>laundry</i> misalnya menggunakan air yang mengalir pada proses pembilasan
4.	Tidak menggunakan konsep <i>thaharah</i>	Menggunakan konsep <i>thaharah</i>
5.	Menggunakan modal pinjaman bank	Menggunakan modal sendiri atau modal yang tidak berasal dari pinjaman mengandung riba
6.	Tidak memperhatikan tentang transaksi yang <i>gharar</i>	Memberikan informasi yang benar terkait jasa agar terhindar dari

<sup>6</sup> Muhammad Fath dkk, “Dampak Label Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah”, *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* 3 no.1 (2023), 223.



		transaksi <i>gharar</i>
7.	Tidak semua <i>laundry</i> non syariah bisa bertanggung jawab jika terjadi kelalaian seperti kelunturan, cacat, atau hilang	<i>Laundry</i> syariah sangat memperhatikan tanggung jawab akan pekerjaannya baik dari kecacatan, kelunturan, dan hilang

Sumber: diolah dari observasi 2023

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa usaha *Laundry* syariah memiliki perbedaan dengan usaha *Laundry* yang tidak berbasis syariah terletak pada proses pencuciannya menggunakan konsep *thaharah* dimana proses pencuciannya tidak hanya rapi, bersih dan wangi tetapi ada nilai kesucian pada pakaian yang bisa digunakan untuk beribadah. Sedangkan pada jasa

*Laundry* yang tidak berbasis syariah belum tentu memiliki nilai kesucian karena jasa *Laundry* yang tidak berbasis syariah tidak ada pemisahan antara pakaian yang terkena najis dan tidak najis, mereka akan memasukkan menjadi satu pada mesin cuci. Hadirnya usaha jasa berbasis syariah ini memberikan daya tarik bagi kalangan masyarakat mayoritas beragam islam sehingga dalam menjalankan kegiatannya akan berkaitan dengan sesuatu yang dianjurkan oleh ajaran agama Islam. Salah satunya dengan *Laundry* syariah mensucikan najis dari pakaian dengan adanya usaha *Laundry* syariah sangat membantu bagi keluarga maupun individu yang aktivitas keseharian di luar rumah sehingga mereka akan menggunakan jasa *Laundry* syariah yang ditawarkan.<sup>7</sup>

Syariah *Laundry* merupakan salah satu bisnis *Laundry* yang ada di Kecamatan Umbusari Kabupaten Jember, jasa cuci pakaian yang nilainya

<sup>7</sup> Dewi Indrayani, "Tinjauan Fiqh Muamalah Pada Praktik Sewa Jasa *Laundry* Syariah Arransha", *Indonesian Journal Of Multidisciplinary Islamic Studies* 3 no.2 (Juli-Desember 2021), 114-115

dihitung berdasarkan berat pakaian dalam kilogram. Syariah *Laundry* adalah jasa *Laundry* pertama yang ada di Kecamatan Umbulsari dimana proses mencucinya sesuai dengan ajaran agama islam yakni dengan konsep *thaharah* serta menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam praktik usahanya misalnya jika terjadi kerusakan pada barang *Laundry* maka menyelesaikan masalah dengan cara kekeluargaan dengan mencari solusi bersama. Lokasi Syariah *Laundry* strategis berada di lingkungan perumahan dan mudah dijangkau. Usaha ini bertujuan memudahkan masyarakat di lingkungan sekitar Syariah *Laundry* yang disibukkan dengan pekerjaan atau rutinitas sehari-hari serta tidak memiliki waktu untuk mencuci dan menyetrica pakaian.<sup>8</sup>

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Usaha *Laundry* Kiloan Kabupaten Jember**

No	Nama	Alamat	Keunggulan
1	Daily <i>Laundry</i>	Perum Griya Gebang Permai Blok G-9, Gebang, Kec. Patrang	1 Pengawainya ramah 2 Harga terjangkau 3 Unit mencuci dengan bersih
2	Ocean <i>Laundry</i>	Jl. Manggar No 127, Gebang, Kec. Patrang	1 Hasilnya wangi dan rapi 2 Pelayanan cepat
3	Soni <i>Laundry</i>	Jl Dr. Soebandi, Cangkring, Kec. Patrang	1 Tempat strategis dan nyaman 2 Melayani pencucian kain khusus
4	Efata <i>Laundry</i>	Jl. Letjend Panjaitan VIII No.123, Kebonsari, Kec. Sumpalsari	1 Wangi parfumnya nyaman 2 Hasil cuciannya bersih 3 Gratis antar-jemput
5	Cucikan <i>Laundry</i> Jember	Jl.Sumatra No 177, Tegal Boto Lor, Kec. Sumpalsari	1 Ada layanan cucian express dan satuan 2 Varian wangi parfumnya

<sup>8</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 12 Juli 2023.

			meliputi Aqua, Ocean, Lavender
6	King's Laundry	Jl. Letjend Suprpto, Kebonsari, Kec. Sumbersari	1 Melayani Laundry bedcover, karpet, sepatu, dan tas 2 Melayani Laundry express
7	Roesiana Laundry	L. Letjend Suprpto VI No 103, Kebonsari, Kec. Sumbersari	1 Pelayanan baik 2 Tepat waktu 3 Hasil Laundry wangi dan rapi
8	Tutu Laundry	Jl. Pajak Permai Gg. Pajak No 4, Kec. Sumbersari	1 Layanan WA 24 jam 2 Ada pilihan paket Laundry reguler dan express 3 Tempat strategis
9	Azzam Laundry	Jl. Jawa II G No 17, Tegal Boto Lor, Kec. Sumbersari	1 Harga murah dan terjangkau
10	Resky Laundry	Jl. Raung No 57, Tegal Boto Kidul, Kec. Sumbersari	1 Harga layanan terjangkau 2 Wangi dan rapi
11	Laundry Smart	Jl Danau Toba No 33, Tegal Gede, Kec. Sumbersari	1 Bersih 2 Rapi 3 Wangi 4 Tepat waktu
12	Umi Laundry	Krajan Timur, Sumbersari, Ke. Sumbersari	1 Melayani cuci sofa 2 Cucian rapi dan wangi
13	Tiara Laundry	Jl. Raden Patah 69 21 No 262 Kebon Dalem, Kepatihan, Kec. Kaliwates	1 Laundry exspress satu hari 2 Delivery lancar 3 Pelayanan ramah
14	Ninety One Laundry	Jl. Hayam Wuruk No 91, Sempusari, Kec. Kaliwates	1 Lokasinya strategis 2 Layanan cepat dan wangi
15	Oxy Coin Laundry	Jl Trunojoyo No 144, Jember Kidul, Kec. Kaliwates	1 Tempat strategis 2 Proses pengerjaanya cepat
16	UFO Coin Laundry	Jl Jumat No 88, Mangli, Ke. Kaliwates	1 Harga murah bagi mahasiswa 2 Tepat waktu
17	Maha Laundry Express	Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates	1 Cuci comforter 2 Melayani cuci bahan kulit dan suede
18	LONDREQU	Perumahan Bumi	1 Sesuai dengan keinginan

	Express	Mangli Permai Blok EE 3, Mangli, Kec. Kaliwates	2 3 Jam bisa langsung beres
19	Indah Laundry	Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates	1 Layanan <i>online</i> 24 jam 2 Harga terjangkau
20	Daffa Laundry Jember	Jl Jumat, Mangli, Kec. Kaliwates	1 Tepat waktu 2 Wanginya tahan lama
21	AA Laundry	Jl Semeru, Gumuk Segawe, Kec. Ajung	1 Bersih dan harum 2 Selesai tepat waktu 3 Melayani cuci sofa
22	Happy Laundry Ririn	Jl Cendrawasih, Pancakarya, Kec. Ajung	1 Pelayanan cepat dan ramah 2 Harga cukup terjangkau
23	L.A Laundry	Krunut, Pacakarya, Kec. Ajung	1 Free jasa antar jemput 2 Layanan cepat dan tepat
24	Najwa Laundry	Renteng, Mangaran, Kec. Ajung	1 Melayani cuci topi 2 Jasa setrika 3 Hasil bersih dan wangi
25	Rara Laundry	Jl Mawar, Binting, Kec. Arjasa	1 Varian parfum beraroma bunga 2 Tempat strategis
26	Laviva Laundry	Krajan, Bago, Kec. Arjasa	1 Pelayanan ramah 2 Hasil rapi dan cepat
27	Lintang Laundry	Jl Mawar 134, Binting, Kec. Arjasa	1 Hasil bersih dan rapi 2 Parfum beraroma buah
28	Shafa Laundry	Begelenan, Karangsono, Kec. Bangsalsari	1 Pencucian hambal 2 Hasil bersih dan wangi
29	Ila Laundry	Jl Rambutan I, Krajan B, Kec. Bangsalsari	1 Bersih dan rapi 2 Selesai tepat waktu
30	Lala Laundry	Dusun Krajan, Sukorejo, Kec. Bangsalsari	1 Menyediakan permak pakaian 2 Menyediakan antar jemput
31	Khansa Laundry	Jl Thamrin No 2, Balung Lor, Kec. Balung	1 Cuci cepat dengan setrika uap 2 Hasil rapi dan bersih
32	Java Laundry	Jl Bali, Kebonsari, Balung Lor, Kec. Balung	1 Melayani cuci mamel 2 Gratis jasa antar jemput
33	Junior Laundry	Jl. Sumatra, Wetan Kali, Kec. Balung	1 Harga terjangkau 2 Amanah dan jujur
34	Cinta Laundry	Kapitun, Menampu,	1 Layanan cuci baju khusus

		Kec. Gumukmas	2 Melayanai pengeringan pakaian saja
35	Syifa <i>Laundry</i>	Bendorejo, Karangrejo, Kec. Gumukmas	1 Cepat dan tepat waktu 2 Hasil wangi bertahan lama
36	Barokah <i>Laundry</i> dan Dry Cleaning	Jl Tembok, Krajan, Kec. Gumukmas	1 Pelayanan bagus 2 Melayani cuci express
37	Haikalza <i>Laundry</i>	Leces II, Sukojember, Kec. Jelbuk	1 Menyediakan jasa setrika 2 Harga cukup terjangkau
38	<i>Laundry</i> Kusuma	Jl Pasar, Wrigin Agung, Kec. Jombang	1 Hasil cuci bersih 2 Setrika rapi
39	Jasmine <i>Laundry</i>	Jl Salak No 2, Pd Jeruk, Kec. Jombang	1 Melayani cuci jok mobil, spring bed, dan sofa 2 Wangi tahan lama
40	Erna <i>Laundry</i>	Bringan Lawang, Wonojati, Kec. Jenggawah	1 Melayani cuci Jas dan gaun pengantin 2 Hasilnya bersih
41	Multazam <i>Laundry</i>	Krajan Selatan, Ketonegoro, Kec. Jenggawah	1 Melayanai pembelian pulsa da token juga 2 Pelayanan ramah dan baik
42	<i>Laundry</i> Ceria	Jl Mawar, Krajan, Kec. Jenggawah	1 Tempat strategis dan mudah dijangkau 2 Respon cepat
43	Nyoo <i>Laundry</i>	Jl. Dr Wahidin No 30a, Krajan II, Kec. Kalisat	1 Bisa bayar bulanan 2 Tempat nyaman dan strategis
44	Rumah <i>Laundry</i> ku	Jl MH Thamrin No 60, Ajung, Kec. Kalisat	1 Melayani semua <i>Laundry</i> kecuali helm 2 Tempat mudah dijangkau
45	Tante <i>Laundry</i>	Dusun Krajan, Ajung, Kec. Kalisat	1 Hasil setrika lebih rapi karena menggunakan setrika uap
46	Express <i>Laundry</i>	Ponjen, Kencong, Kec. Kencong	1 Hasil lebih wangi 2 Melayani <i>Laundry</i> dari bahan kulit
47	Tegar <i>Laundry</i>	Jl. Arjuna No 3, Ponjen, Kec. Kencong	1 Melayani kain dengan perawatan khusus 2 Hasil memuaskan
48	Dian Launry	Jl KH Agus Salim No 46, Kamaran, Kec. Kencong	1 Wangi parfum menyegarkan 2 Gratis antar jemput
49	Ummah	Krajan, Sumberjati,	1 Melayani cuci sping bed

	<i>Laundry</i>	Kec. Silo	2 Pelayanan cepat
50	Rabitha <i>Laundry</i>	Jl Trunojoyo No 21, Krajan, Kec. Sukowono	1 Hasilnya bersih dan wangi 2 Harga terjangkau
51	<i>Laundry</i> Rowotantu	Jl. Airlangga No 125, Karang Anyar, Kec. Rambipuji	1 Melayani pengeringan pakaian 2 Cuci comferter
52	Delima <i>Laundry</i>	Jl Gajah Mada No 102, Curahancur, Kec. Rambipuji	1 Melayani cuci topi 2 Jasa penjemputan cucian
53	Fresh <i>Laundry</i>	Jl Diponogoro, Tanggul Wetan, Kec. Tanggul	1 Jasa anter jemput tanggul dan sekitarnya 2 Hasil wangi
54	<i>Laundry</i> Anugerah	Jl Dr Subandi No 78, Karang Sirih, Kec. Mumbulsari	1 Melayani cuci kiloan 2 Bisa bayar mingguan
55	Rumah <i>Laundry</i>	Jl. Candradimuka, Sumberan, Kec. Ambulu	1 Layanan cuci gaun pengantin 2 Melayani cuci express
56	Surya <i>Laundry</i> Pontang	Jl. Kota Blanter No 4, Pontang Krajan, Kec. Ambulu	1 Wangi tahan lama 2 Hasil bersih
57	Azza Loundry	Jl Teuku Umar Gg H Dahlan, Karanganyar, Kec. Ambulu	1 Cuci lipat pakaian 2 Cukup murah
58	<i>Laundry</i> Tanjungsari	Jl Tanjung Sari 30, Krajan, Kec. Mayang	1 Selesai tepat waktu 2 Pembersih penutup jendela
59	Rumah Loundry Gank Openk	Jl Openk 03, Karajan, Kec. Mayang	1 Pelayanan cepat dan ramah 2 Jasa setrika
60	Toko Fatan dan Loundry	Klayu, Tegalwaru, Kec. Mayang	1 Melayani cuci kain khusus 2 Cucian bersih dan rapi
61	<i>Laundry</i> AR	Mencek, Serut, Panti	1 Pengerjaan cepat 2 Penjemputan cucian
62	<i>Laundry</i> Arina	Glengseram, Suci, Kec. Panti	1 Free antar jemput 2 Jasa setrika uap
63	Dika <i>Laundry</i>	Jl Teropong Bintang, Kemiri, Kec. Panti	1 Bisa perawatan bahan kulit 2 Pembersih gorden
64	Juliano <i>Laundry</i>	Krajan, Ketosari, Kec. Pakusari	1 Melayani cuci mamel 2 Pelayanan bagus
65	Auru <i>Laundry</i>	Perum Panti	1 Tempat nyaman

		Antirogo 2kw 48, Patemon, Kec. Pakusari	2 Pelayanan ramah
66	Prapto <i>Laundry</i>	Krajan, Mojosari, Kec. Puger	1 Bersih dan harum 2 Layanan cuci kain khusus
67	Khansa <i>Laundry</i>	Jl A Yani, Karang Sono, Grenden, Kec. Puger	1 Cepat selesai 2 Bersih dan rapi
68	Bismillah <i>Laundry</i>	Krajan Barat, Mlokorejo, Kec. Puger	1 Melayani cuci hambal 2 Varian parfum beragam
69	Family <i>Laundry</i>	Babatan, Sidomekar, Kec. Semboro	1 Wangi tahan lama 2 Hasil bersih
70	<i>Laundry</i> Melati	Jl. Bendo, Sidomekar, Kec. Semboro	1 Melayani cuci helm 2 Harga terjangkau
71	<i>Laundry</i> Berkah	Perum Alam Hijau H2 No II, Kec. Sukorambi	1 Layanan WA 24 jam 2 Tempat bersih
72	Sweet <i>Laundry</i>	Jl Mujahir, Krajan, Kec. Sukorambi	1 Pegawai ramah 2 Unit cuci bersih
73	Yani <i>Laundry</i>	Jl Cut Nyak Dien, Tempurejo, Kec. Tempurejo	1 Wangi parfum segar 2 Tepat waktu
74	Syalu <i>Laundry</i>	Krajan Wetan, Tj. Rejo, Kec. Wuluhan	1 Cuci expres karpet 2 Bersih dan rapi
75	Mama <i>Laundry</i>	Purwojari, Dukuh Dempok, Kec. Wuluhan	1 Bisa cuci tas 2 Harga terjangkau
76	HRN <i>Laundry</i>	Jl. Sultan Agung, Lojejer, Kec. Wuluhan	1 Tempat strategis 2 Pelayanan memuaskan
77	Barokah Jaya <i>Laundry</i>	Jl Gunung Agung, Krankongan, Tegak wangi, Kec. Umbulsari	1 Cucian berih dan rapi 2 Tepat waktu
78	Nitha <i>Laundry</i>	Jl. Umbulsari, Semboro KM No 7, Kec. Umbulsari	1 Gratis antar jemput sekitarnya 2 Hasil setrika rapi
79	Gayatri <i>Laundry</i>	Krajan, Umbulrejo, Kec. Umbulsari	1 Cuci bad cover 2 Tempat strategis
80	RN <i>Laundry</i>	Jl. Umbulsari, Gunungsari, Kec. Umbulsari	1 Melayani lewat WA 2 Pengawai ramah
81	R-One Jaya	Jl. Kartini,	1 Cuci kilat

	<i>Laundry</i>	Tanjungsari, Kec. Umbulsari	2 Hasil bersih dan wangi
82	Khay <i>Laundry</i>	Karang Rejo, Paleran, Kec. Umbulsari	1 Melayani setrika uap 2 Selesai dengan tepat waktu
83	Syariah <i>Laundry</i>	Sidomulyo, Umbulrejo, Kec. Umbulsari	1 Memperhatikan kesuciannya 2 Bertanggung jawab dan amanah

Sumber: diolah dari observasi 2022

Dari 83 tempat *Laundry* yang berada di Kabupaten Jember tepatnya di Kecamatan Umbulsari, hanya Syariah *Laundry* yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Syariah *Laundry* kiloan ini memiliki perbedaan jika dibandingkan dengan tempat *Laundry* yang ke 82 tersebut, yaitu dengan membebaskan konsumen memiliki aroma parfum yang mereka inginkan, pakaian yang mudah luntur dipisah, sebelum dicuci pakaian akan dihitung terlebih dahulu bersama dengan konsumen untuk mencegah hilang atau tidak sesuainya produk saat akan di *Laundry* dengan produk yang sudah di *Laundry*, melayani *Laundry* kilat, melayani antar-jemput pakaian kotor, menerapkan sistem syariah (dengan memisahkan pakaian najis seperti terkena kencing dan yang tidak najis). Selain itu pelayanan yang diberikan sangat memuaskan bagi masyarakat, sebab pelayanannya sangat cepat dan harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau. Hal inilah yang membuat Syariah *Laundry* kiloan menjadi ramai dibandingkan dengan *Laundry* lainnya.

Dalam penerapannya usaha Syariah *Laundry* dengan label syariah memiliki beberapa kelebihan yang mencolok mulai dari proses pencucian hingga strategi promosi yang diterapkannya Syariah *Laundry* adalah satu-satunya usaha *Laundry* di Umbulsari yang menerapkan sistem atau nilai-nilai



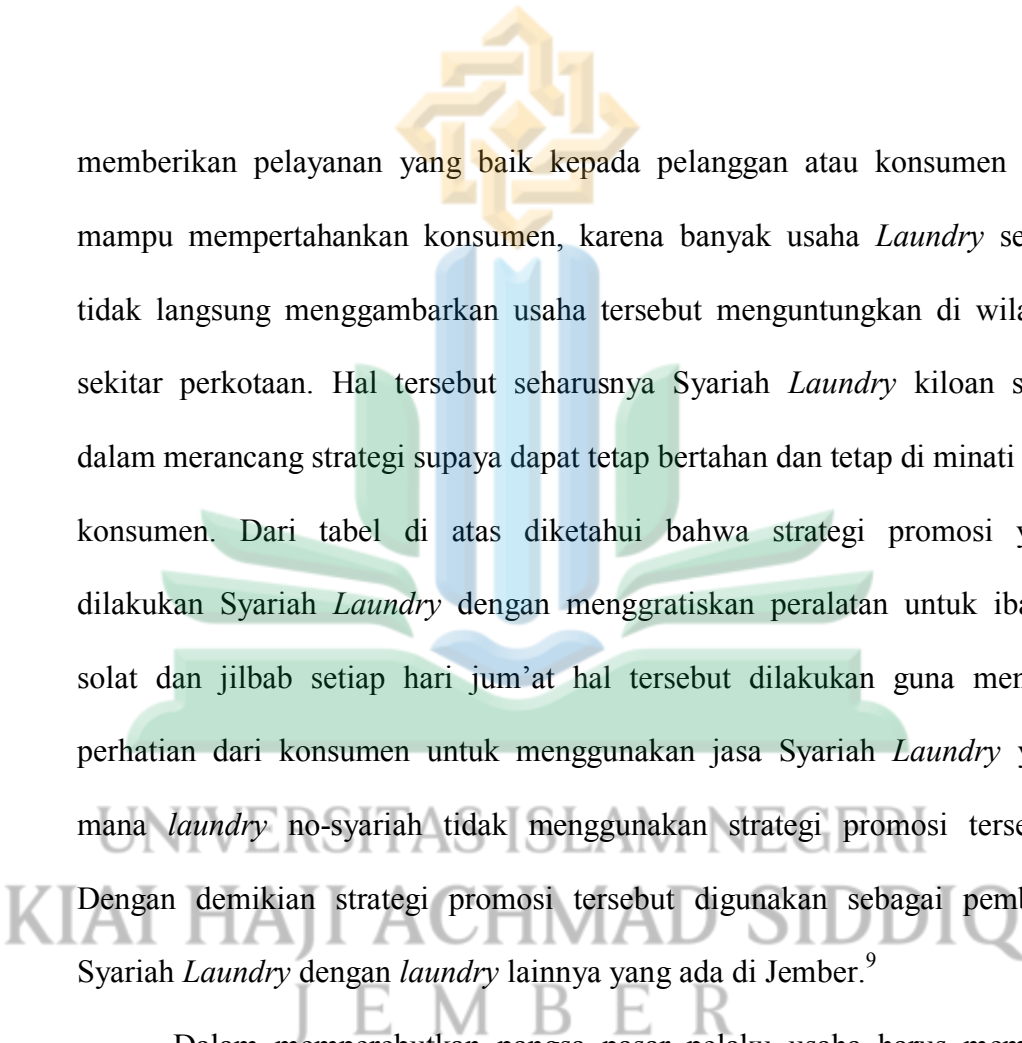
syariah pada usahanya. Dengan konsep bersih dan suci, Syariah *Laundry* mampu memberikan variasi beda pada bidang usaha *Laundry* di Umbulsari. Dengan demikian Syariah *Laundry* memiliki strategi tertentu dan asas dasar bisnis yang berbeda sehingga menjadi entitas berbeda dengan *Laundry* lainnya. Tidak hanya itu program dalam mempertahankan loyalitas konsumen pasti berbeda dengan *Laundry* pada umumnya. Sehingga dengan ini saya rasa menjadi faktor keunikan dan mengapa saya memilih usaha *Laundry* dengan label syariah pada Syariah *Laundry* yang terletak di Kecamatan Umbulsari ini sebagai objek penelitian. Berikut aspek pembeda yang dimiliki oleh Syariah *Laundry*.

**Tabel 1.3**  
**Pelayanan Syariah *Laundry***

No	Kelebihan Syariah <i>Laundry</i>
1	Memiliki sistem proses pencucian pakaian yang berbeda, dengan <i>Laundry</i> pada umumnya. Melakukan penerapan secara syar'i pada setiap pakaian pengguna jasa (konsep bersih dan suci). Mulai dari menanyakan baju yang najis atau tidak, melakukan proses pencucian secara berbeda terhadap pakaian yang terkena najis sehingga diyakini suci secara syariat Islam
2	Strategi promosi yang berbeda, seperti halnya menggratiskan Jilbab, mukena dan pakaian sholat lainnya setiap hari jum'at. Hal ini menarik pelanggan untuk menggunakan jasa Syariah <i>Laundry</i> . Selain itu strategi <i>Laundry</i> pada umumnya juga di terapkan di usaha Syariah <i>Laundry</i> ini, seperti halnya memberikan fasilitas antar jemput pada pengguna jasa
3	Memberikan varian parfum non alkohol pada pengguna jasa. Tidak hanya itu semua bahan dan peralatan yang ada di usaha Syariah <i>Laundry</i> ini di jamin halal Berlandaskan nilai-nilai Islam Syariah <i>Laundry</i> terhindar dari riba dan perilaku menyimpang lainnya

Sumber: diolah dari observasi 2022

Berdasarkan tabel di atas dilihat dari banyaknya usaha *Laundry* yang ada di Kabupaten Jember ini, Syariah *Laundry* kiloan harus mampu



memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau konsumen agar mampu mempertahankan konsumen, karena banyak usaha *Laundry* secara tidak langsung menggambarkan usaha tersebut menguntungkan di wilayah sekitar perkotaan. Hal tersebut seharusnya Syariah *Laundry* kiloan sigap dalam merancang strategi supaya dapat tetap bertahan dan tetap di minati oleh konsumen. Dari tabel di atas diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan Syariah *Laundry* dengan menggratiskan peralatan untuk ibadah solat dan jilbab setiap hari jum'at hal tersebut dilakukan guna menarik perhatian dari konsumen untuk menggunakan jasa Syariah *Laundry* yang mana *laundry* no-syariah tidak menggunakan strategi promosi tersebut.

Dengan demikian strategi promosi tersebut digunakan sebagai pembeda Syariah *Laundry* dengan *laundry* lainnya yang ada di Jember.<sup>9</sup>

Dalam memperebutkan pangsa pasar pelaku usaha harus memiliki pendekatan strategi pemasaran, sama halnya dengan Syariah *Laundry* tidak hanya mengandalkan produk yang berkualitas atau harga yang bersaing tetapi didukung dengan upaya strategi pemasaran berupa konsep produk, penetapan harga, saluran distribusi serta bagaimana mempromosikan produk yang dihasilkan. Strategi ini diupayakan sedemikian rupa untuk menghadapi persaingan yang kian ketat guna mencapai tujuan suatu usaha dalam mempertahankan kesetiaan konsumen pada Syariah *Laundry*. Mendatangkan konsumen baru bukan hal yang sulit, yang lebih sulit lagi adalah sebuah usaha dalam mempertahankan sikap loyal dari konsumen yang sudah pernah

---

<sup>9</sup> Hasil Observasi 2022

menggunakan jasa Syariah *Laundry*. Dengan mempertahankan loyalitas dari konsumen diharapkan mampu bisa bersaing dengan pesaing usaha sejenis sehingga dapat memperoleh keuntungan secara maksimal.<sup>10</sup>

Dari penjelasan di atas jelas bahwa masalah strategi pemasaran merupakan masalah yang sangat penting untuk usaha *Laundry* dalam menghadapi persaingan antar pelaku usaha Dengan menggunakan penelitian kualitatif, pendekatan deskriptif sehingga diharapkan mampu untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pada Syariah *Laundry* kiloan yang ada di Umbulsari Jember. Dengan begitu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha *Laundry* Berlabel Syariah (Studi Kasus Syariah *Laundry* di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)”

## **B. FOKUS PENELITIAN**

1. Bagaimana strategi *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember?
2. Bagaimana kendala penerapan strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember?

---

<sup>10</sup> Fatimah, *wawancara*, Jember, 08 Juli 2023.

### C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mendeskripsikan strategi *Laundry* berlabel syariah dalam mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.
2. Untuk mendeskripsikan apa saja kendala yang dihadapi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.

### D. MANFAAT PENELITIAN

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan informasi dan pendayagunaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha *Laundry* berlabel syariah di Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan sehingga dapat mengembangkan ilmu dalam berbisnis dan manajemen pemasaran terkhusus pada strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada bisnis jasa.

##### b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Diharapkan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa/mahasiswi dan pihak manapun yang menginginkan meneliti tentang strategi

mempertahankan loyalitas konsumen usaha *Laundry* berlabel syariah Syariah *Laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.

### c. Bagi Tempat Usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan salah satu pertimbangan dalam menerapkan strategi mempertahankan loyalitas konsumen itu sendiri dan juga kendala yang dihadapi selama penerapan tersebut dilakukan agar memperbesar pangsa pasar dan penjualan jasa kedepannya.

## E. DEFINISI ISTILAH

### 1. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan suatu dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara konsisten atau berulang pada suatu merek, toko atau perusahaan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan jasa. Kepuasan konsumen perlu dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan kesetiaan terhadap merek. Apabila konsumen memperoleh kepuasan dari pembeliannya akan suatu produk maka hal tersebut akan menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut sehingga konsumen akan melakukan pembelian.<sup>11</sup>

### 2. Usaha *Laundry*

Usaha *Laundry* merupakan salah satu jenis usaha yang saat ini semakin banyak berkembang di tengah masyarakat, khususnya perkotaan

<sup>11</sup> Sukei, *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan* (Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2009), 22.

disebabkan mayoritas masyarakat perkotaan disibukkan dengan sistem kerja atau rutinitas yang tidak ada waktu untuk mencuci pakaiannya. Kelebihan dari usaha *Laundry* ini yaitu harganya yang bersaing, hasil cucian yang bersih dan wangi juga menjadi sebab lirikan konsumen.

### 3. Label Syariah

Label adalah sesuatu yang melekat pada suatu produk yang ditawarkan dan termasuk bagian dari kemasan. Syariah adalah komponen ajaran islam yang mengatur tentang kehidupan baik dalam ibadah maupun muamalah berupa aturan Allah yang terkandung dalam al-Qur'an dan hadits. Jadi label syariah merupakan merek yang tugas dan fungsinya menunjukkan potongan-potongan informasi produk sesuai dengan syariat Islam yang merujuk pada Al-Qur'an dan hadits.<sup>12</sup>

## F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

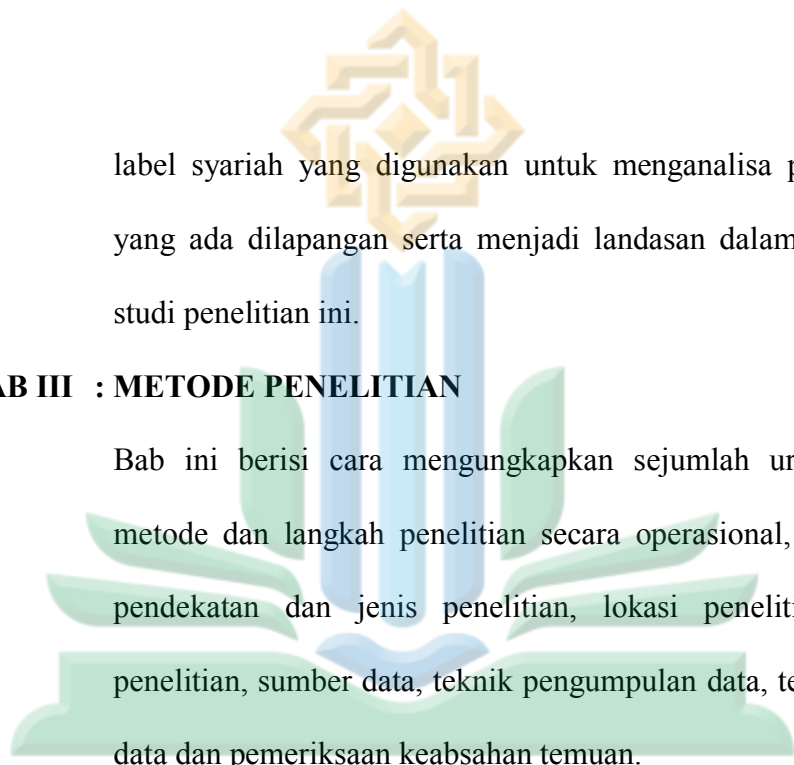
### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah yang akan diteliti, fokus dari masalah penelitian, tujuan dari fokus masalah yang diteliti, manfaat dari skripsi penelitian, dan juga sistematika dari penulisan skripsi.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan hasil dari penelitian terdahulu yang masih relevan, memaparkan teori-teori yang meliputi loyalitas konsumen, strategi mempertahankan loyalitas pelanggan, usaha *Laundry*,

<sup>12</sup> Siti Khodijah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, "Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perspektif Islam", *Jurnal Riset Ekonomi* 2, no.6 (Mei, 2023): 737.



label syariah yang digunakan untuk menganalisa permasalahan yang ada dilapangan serta menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi cara mengungkapkan sejumlah uraian tentang metode dan langkah penelitian secara operasional, diantaranya: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, tahapan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pemeriksaan keabsahan temuan.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, pembahasan tentang strategi bisnis *Laundry* berlabel syariah dan kendalanya apa saja untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan temuan penelitian dari hasil pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran. Kesimpulan berisikan hasil-hasil serta pengalaman selama proses pelaksanaan perbaikan atau penelitian pembelajaran, yang disimpulkan dengan singkat dan padat. Sedangkan saran merupakan usulan untuk menindaklanjuti hasil-hasil perbaikan pembelajaran atau penelitian proses pembelajaran, dapat juga berupa hal yang perlu diperhatikan jika hendak melaksanakan pembelajaran.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. PENELITIAN TERDAHULU

1. Lia Vebrina Siregar, Mustapa Kamal Rokan, dan Isnaini Harahap, 2019 Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah.

Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan tentang keuntungan perusahaan *Laundry syar'i* mengalami peningkatan lebih besar dari pada biaya operasional sehingga layak untuk berkembang. Pengembangan usaha *Laundry syar'i* sebagai bisnis syariah dengan melakukan beberapa

langkah diantaranya persiapan, identifikasi faktor luar dan dalam perusahaan, menggambar matrik evaluasi faktor dari luar dan dalam perusahaan, menggambar matriks posisi perusahaan, penentuan alternatif konsep, langkah-langkah ini di analisis menggunakan analisis SWOT yang mana pemilik bisnis dapat mengembangkan perusahaannya dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia, menggunakan kekuatan agar bisa mengatasi ancaman yang dari luar dan dalam pada usaha *Laundry syar'i*, kemudian meminimalisir kelemahan untuk dapat mengatasi ancaman dari para kompetitor yang kian menjamur.<sup>13</sup>

Kemiripan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu pada usaha *Laundry* dengan menjalankan prinsip-prinsip Islam dan pada kajian teori tentang strategi apa saja yang dilakukan pada usahaya untuk

---

<sup>13</sup> Lia Vebrina Siregar, Mustapa Kamal Rokan, dan Isnaini Harahap, "Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2019).



meningkatkan jumlah konsumen serta segmen pasar yang luas. Ketidaksamaan pada penelitian ini pada fokus penelitian yaitu prospek pengembangan usaha *Laundry* berbasis syariah dengan menggunakan analisis SWOT sedangkan peneliti berfokus pada mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha *Laundry* berlabel syariah dengan menggunakan kualitatif deskriptif.

2. Nadia Almas, 2019, Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro).

Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan penerapan nilai islam pada sistem pelayanannya memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dengan menerapkan operasional berbasis syariah pada hotel seta pelayanannya dapat memberikan keuntungan berupa peningkatan *financial* maupun citra dari hotel itu sendiri. Langkah-langkah yang dilakukan dari segi pengembangan produk, layanan, pengelolaan, fasilitas yang baik, serta tidak ada unsur kemaksiatan (pegawai yang memakai pakaian sopan, kolam renang terpisah antara laki-laki dan perempuan, tidak menyediakan makanan atau minuman yang mengandung alkohol, kebersihan akan makanan dan minuman dijamin halal).<sup>14</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penulis pada subjek penelitian yaitu bisnis jasa berbasis syariah serta pengaruhnya pada loyalitas

<sup>14</sup> Nadia Almas, "Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro)" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019).

konsumen dengan menggunakan analisis data deskriptif. Perbedaan penelitian ini pada pembahasan tentang penerapan nilai islam di hotel syariah dan pengaruh loyalitas konsumen kota Metro sedangkan peneliti pembahasan mengenai strategi mempertahankan loyalitas konsumen serta kendala yang dihadapi usaha Syariah *Laundry* di Umbulsari.

3. Sila Nurjanah, 2019, Analisis Mengelola *Brand Image* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada G Hotel Syariah dan Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung).

Hasil pembahasan penelitian ini dalam pengelolaan strategi *Brand Image* di hotel syariah dan hotel nusantara syariah memiliki banyak kesamaan pada pengelolaanya yakni sesuai dengan nilai syariah, pemasarannya menggunakan aplikasi komersial, ada promosi di bulan tertentu, dan memiliki fokus pada pelayanan dan fasilitas yang aman dan nyaman untuk konsumen. Namun sama-sama tidak memiliki sertifikasi halal dari MUI dan tidak adanya lembaga pengawas syariah. Perbedaan hotel syariah dan hotel nusantara syariah di harganya. Strategi *Brand Image* yang dilakukan kedua hotel tersebut: *product atributes, intangible atributes, customer benefit, relative price, interview aplication, user, celebrity, gaya hidup*. Sedangkan strategi *Brand Image* hotel syariah mengikuti dari sifat Nabi Muhammad.<sup>15</sup>

Kesamaan penelitian ini adalah subjek penelitian berbisnis syariah di usaha jasa dengan menerapkan strategi agar bisa memberikan

<sup>15</sup> Sila Nurjanah, “Analisis Mengelola *Brand Image* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada G Hotel Syariah dan Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2019).

kenyamanan pada konsumen. Bedanya pada pembahasan strategi *Brand Image* pada hotel syariah yang ada di Bandar Lampung sedangkan peneliti pembahasan tentang strategi dan kendala mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *Laundry* di Umbulsari.

4. Ma'rifatus Sholihah, 2020, Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang.

Hasil data dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan loyalitas konsumen di pangkas rambut Cak Tris dengan strategi komunikasi secara non-verbal maupun verbal saat melakukan aktivitas pangkas rambut, diberikan sedang melakukan pelayanan, sebelum melakukan pelayanan dan sesudah melakukan pelayanan hal tersebut menjadikan konsumen setia atau loyal pada pangkas rambut Cak Tris. Pada faktor pendukung dan penghambat pangkas rambut Cak Tris dalam penerapan strategi komunikasi masih bisa dikatakan stabil, artinya bisa dikendalikan dengan baik dibuktikan dengan konsumen yang masih setia atau loyal sampai saat ini diantara banyaknya kompetitor pangkas rambut lainnya di pasar Senggol Lumajang.<sup>16</sup>

Persamaanya sama-sama membahas tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen beserta faktor penghambat yang dihadapi pada proses penerapannya. Perbedaan terletak di subjek penelitian yang digunakan penelitian ini strategi komunikasi pada

<sup>16</sup> Ma'rifatus Sholihah, "Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, 2020).

pangkas rambut sedangkan peneliti strategi pemasaran pada usaha *Laundry* berlabel syariah.

5. Nurjanah dan Rafiza Zuliani, 2020, Dampak Label Syariah Terhadap Pendapatan Pada Usaha Jasa di Kota Langsa (Studi Kasus Pada Amanah Wash *Laundry* Syariah).

Hasil pembahasan penelitian terdahulu ini menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan label syariah terhadap pendapatan Amanah Wash Syariah *Laundry* karena pelanggan lebih memperhatikan pada lokasi, hasil *Laundry* dan kualitas layanan. Pada pengaplikasian

kebersihan (*thaharah*) cucian pakaian di Amanah Wash Syariah *Laundry* sangat sesuai dengan nilai-nilai islam, *thaharah* ini dilakukan dengan cara memisahkan pakaian yang najis, menghilangkan benda najis terlebih dahulu, memisahkan pakaian yang luntur, kemudian dibilas dengan air mengalir.<sup>17</sup>

Kesamaan penelitian terdahulu ini sama-sama membahas tentang konsep syariah terhadap bisnis jasa *Laundry* syariah, pemasaran sama-sama dengan cara mulut ke mulut dan menawarkan proses pencucian pakaian yang terkena kotoran dipisah terlebih dahulu (konsep *thaharah*) dengan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu pada fokus dampak label syariah pada pendapatan di Amanah Wash *Laundry* Syariah dan anggaran belanja di Amanah Wash *Laundry* Syariah

<sup>17</sup> Nurjanah dan Rafiza Zuliani, "Dampak Label Syariah Terhadap Pendapatan Pada Usaha Jasa di Kota Langsa (Studi Kasus Pada Amanah Wash *Laundry* Syariah)", *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 12, no.1 (Juni, 2020).

sedangkan peneliti membahas strategi dan kendala penerapan usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

6. Sintia Fitri, 2020, *Jasa Laundry Dalam Tinjauan Islam Studi Kasus Jasa Laundry di Kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir*.

Hasil dari pembahasan ini praktik jasa *Laundry* sesuai dengan muamalah syariah yang memahami membersihkan kotoran dan najis, penggunaan bahan yang berlabel halal, jika terjadi ketidaksesuaian dengan keinginan konsumen mereka akan bertanggung jawab penuh, rukun, syarat, dan akad sesuai dengan hukum islam. Analisis akad *ujrah* di jasa

*Laundry* pada Indragiri Hilir sudah sesuai dengan muamalah syariah tingkat upah yang adil, tidak merugikan orang lain, dan kesesuaian perjanjian akad *ujrah*.<sup>18</sup>

Sama-sama membahas tentang praktik pencucian jasa *Laundry* dan cara mensucikan pakaian yang terkena najis dibilas dengan air yang mengalir terlebih dahulu sebelum di masukkan ke mesin cuci. Perbedaan penelitian ini pada pembahasan praktik pembulatan timbangan pada jasa *Laundry* di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir dengan menggunakan akad *ijarah* disebut dengan *ujrah* (upah-mengupah) sedangkan penulis berfokus pada strategi yang digunakan Syariah *Laundry* di Umbulsari untuk mempertahankan loyalitas konsumen dengan penerapan label syariah.

7. Calvin Ronas, 2021, *Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid 19 Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Marie 18 Clinic Bengkulu)*.

<sup>18</sup> Sintia Fitri, "Jasa *Laundry* Dalam Tinjauan Islam Studi Kasus Jasa *Laundry* di Kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir", *Jurnal Syariah* 8, no. 8 (April, 2020).

Hasil dari fokus penelitian ini menunjukkan 1) strategi pemasaran dari Marie 18 Clinic Bengkulu menghadapi Covid 19 dengan beberapa cara: produk yang sudah terdaftar BPOM RI, pelayanan yang sudah lulus uji pelatihan, penetapan harga sesuai dengan HNA, pendistribusian produk dilakukan secara langsung dan *online*, selalu menerapkan protokol kesehatan. 2) Penerapan nilai etika bisnis islam di Marie 18 Clinic terlihat dengan karyawan yang memakai hijab, adanya fasilitas ibadah (musollah), menjaga kebersihan, mengutamakan kedisiplinan.<sup>19</sup>

Sama-sama berfokus pada strategi pemasaran baik dari segi kualitas produk maupun dari segi kualitas pelayanan sesuai etika bisnis islam dengan menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaannya pada pembahasan penerapan nilai etika bisnis pada klinik dengan menjaga protokol kesehatan pada Covid 19 sedangkan penulis pada penerapan strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada bisnis *Laundry*.

8. Nurlaila, 2021, Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha *Laundry* berlabel Syariah (Studi Pada *Laundry* Syari Com Kota Medan).

Hasil penelitian adalah strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen dengan cara memperhatikan kualitas produk, pelayanan, promosi, dan nilai produk. *Laundry* syari pelayanan jasa dengan mengutamakan kejujuran dan kepercayaan pada setiap transaksi baik promosi. Loyalitas pelanggan pada usaha *Laundry* syari bisa diukur dari

<sup>19</sup> Calvin Ronas, "Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid 19 Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Marie 18 Clinic Bengkulu)" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021)..

karakteristik loyalitas konsumen antaranya: mendaftarkan diri sebagai anggota, dilakukan transaksi yang konsisten atau berulang-ulang, tidak terpengaruh dengan usaha *Laundry* lainnya, melakukan rekomendasi kepada orang lain. Dapat disimpulkan dengan adanya karakteristik tersebut membuktikan bahwa para konsumen yang ada di *Laundry* syari masih setia menggunakan jasanya.<sup>20</sup>

Kemiripannya pada teori strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha berlabel syariah digunakan untuk membangun kesetiaan pada konsumen pada usaha *Laundry*. Perbedaan penelitian terdahulu pada

teori yang hanya berfokus pada karakteristik loyalitas konsumen saja untuk penerapan strategi loyalitas konsumen sedangkan peneliti menggunakan karakteristik, program dan juga strategi pemasaran untuk bisa mempertahankan loyalitas konsumen.

9. Syaratul Iyasa, 2021, Pengaruh Bauran Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Loyalitas Pelanggan Pada *Laundry* Fajarna Kota Banda Aceh.

Hasil pembahasan ini menunjukkan dengan metodologi kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis SPSS menyatakan 1) produk memiliki pengaruh yang besar pada loyalitas konsumen di usaha *Laundry* Fajarna, 2) harga merupakan komponen penting untuk membentuk loyalitas konsumen usaha *Laundry* Fajarna, 3) harga dan produk variabel yang saling berkaitan terhadap kepuasan

<sup>20</sup> Nurlaila, "Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha *Laundry* berlabel Syariah (Studi Pada *Laundry* Syari Com Kota Medan)" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumetara Utara Medan, 2021).

konsumen *Laundry* Fajarna. Demikian dapat diketahui bahwa produk dan harga memiliki pengaruh yang besar dan saling berkaitan untuk menjadi media usaha *Laundry* Fajarna agar menjaga kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.<sup>21</sup>

Persamaan pada pembahasan tentang loyalitas konsumen di *Laundry* Fajarna dimana untuk menganalisa konsumen mana sajakah yang memiliki kesetiaan atau loyal. Perbedaannya di fokus penelitian pada pengaruh bauran pemasaran islam pada kepuasan pelanggan yang dihubungkan oleh loyalitas pelanggan, menggunakan metodologi kuantitatif serta analisis data SPSS sedangkan peneliti berfokus pada strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas konsumen di usaha yang berlabel syariah, metodologi yang digunakan kualitatif serta analisis data deskriptif.

10. Juhaena, 2021, Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berkah *Laundry* di Kecamatan Sinjai Utara.

Hasil pembahasan penelitian ini adalah metodologi yang digunakan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis SPSS dan pengumpulan data menggunakan angket, kusioner dan dokumentasi. Pengaruh *marketing mix* memiliki pengaruh yang besar terhadap Berkah *Laundry* di kepuasan konsumen. Dengan pengaruh yang baik pada *marketing mix* untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha berkah *Laundry* semakin hari semakin bertambah dan berkembang secara

---

<sup>21</sup> Syaratul Iyasa, "Pengaruh Bauran Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Loyalitas Pelanggan Pada *Laundry* Fajarna Kota Banda Aceh" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).



signifikan. Indikator dari kepuasan konsumen berhasil digunakan secara baik sehingga konsumen kembali lagi untuk menginginkan jasa binatu berkah *Laundry*.<sup>22</sup>

Sama-sama membahas tentang *marketing mix* di usaha jasa yaitu *Laundry* dengan mengutamakan kenyamanan konsumen pada penggunaan jasa tersebut. Perbedaannya pada fokus penelitian di pengaruh *marketing mix* pada kepuasan konsumen di berkah *Laundry* serta metodologi yang digunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis SPSS, pengumpulan data menggunakan angket, kusioner dan dokumentasi sedangkan peneliti di fokuskan pada upaya strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi pada usaha Syariah *Laundry* agar konsumen mempertahankan loyalitasnya serta metodologi yang digunakan kualitatif deskriptif, pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian terdahulu**

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Lia Vebrina Siregar, Mustapa Kamal Rokan, dan Isnaini Harahap, (2019)	Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah.	Pembahasan usaha <i>Laundry</i> dengan menjalankan prinsip-prinsip islam serta kajian teori tentang strategi apa saja yang dilakukan pada usahanya untuk meningkatkan jumlah konsumen untuk segmen	Fokus penelitian yaitu prospek pengembangan usaha <i>Laundry</i> berbasis syariah dengan analisis SWOT sedangkan peneliti berfokus pada mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha <i>Laundry</i> berlabel syariah

<sup>22</sup> Juhaena, "Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berkah *Laundry* di Kecamatan Sinjai Utara" (Skripsi, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, 2021).

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
			pasar yang luas.	
2.	Nadia Almas, (2019)	Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro).	Subjek penelitian yaitu bisnis jasa berbasis syariah serta pengaruhnya pada loyalitas konsumen dengan menggunakan analisis data deskriptif.	Pembahasan tentang penerapan nilai islam di hotel syariah dan pengaruh loyalitas konsumen kota Metro sedangkan peneliti mengenai strategi dan kendala mempertahankan loyalitas konsumen yang dihadapi usaha Syariah Laundry di Umbulsari.
3.	Sila Nurjanah, (2019)	Analisis Mengelola <i>Brand Image</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada G Hotel Syariah dan Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung)	Subjek penelitian berbisnis syariah di usaha jasa dengan menerapkan strategi agar bisa memberikan kenyamanan pada konsumen.	Pembahasan strategi <i>Brand Image</i> pada hotel syariah yang ada di Bandar Lampung sedangkan peneliti pembahasan tentang strategi dan kendala mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah Laundry di Umbulsari.
4.	Ma'rifatus Sholihah, (2020)	Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang	Sama sama membahas tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen beserta faktor penghambat yang dihadapi pada proses penerapannya.	Subjek penelitian yang digunakan penelitian ini strategi komunikasi pada pangkas rambut sedangkan peneliti strategi pemasaran pada usaha Laundry berlabel syariah.
5.	Nurjanah dan Rafiza	Dampak Label Syariah	Sama sama membahas tentang	Pada fokus dampak label

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Zuliani, (2020)	Terhadap Pendapatan Pada Usaha Jasa di Kota Langsa (Studi Kasus Pada Amanah Wash <i>Laundry</i> Syariah)	konsep syariah terhadap bisnis jasa <i>Laundry</i> syariah, pemasaran sama-sama dengan cara mulut ke mulut dan menawarkan proses pencucian pakaian yang terkena kotoran dipisah terlebih dahulu (konsep <i>thaharah</i> ) dengan menggunakan metode kualitatif.	syariah pada pendapatan di Amanah Wash <i>Laundry</i> Syariah dan anggaran belanja di Amanah Wash <i>Laundry</i> Syariah sedangkan peneliti membahas strategi dan kendala penerapan usaha <i>Laundry</i> berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen.
6.	Sintia Fitri, (2020)	Jasa <i>Laundry</i> Dalam Tinjauan Islam Studi Kasus Jasa <i>Laundry</i> di Kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir	Sama-sama membahas tentang praktik pencucian jasa <i>Laundry</i> dan cara mensucikan pakaian yang terkena najis di bilas dengan air yang mengalir terlebih dahulu sebelum di masukkan ke mesin cuci.	Pembahasan praktik pembulatan timbangan pada jasa <i>Laundry</i> di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir dengan menggunakan akad <i>ijarah</i> disebut dengan <i>ujrah</i> (upah-mengupah) sedangkan penulis berfokus pada strategi pemasaran yang digunakan Syariah <i>Laundry</i> .
7.	Calvin Ronas, (2021)	Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid 19 Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Marie 18 Clinic Bengkulu)	Sama sama berfokus pada strategi pemasaran baik dari segi kualitas produk maupun dari segi kualitas pelayanan sesuai etika bisnis islam dengan	Pada pembahasan penerapan nilai etika bisnis pada klinik dengan menjaga protokol kesehatan pada Covid 19 sedangkan penulis pada penerapan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
			menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif.	strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada bisnis <i>Laundry</i> .
8.	Nurlaila, (2021)	Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha <i>Laundry</i> berlabel Syariah (Studi Pada <i>Laundry</i> Syari Com Kota Medan)	Pada teori strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha berlabel syariah digunakan untuk membangun kesetiaan pada konsumen pada usaha <i>Laundry</i> .	Di teori hanya berfokus pada karakteristik loyalitas konsumen saja untuk penerapan strategi loyalitas konsumen sedangkan peneliti di fokuskan ke krakteristik, program dan juga strategi pemasaran untuk bisa mempertahankan loyalitas konsumen.
9.	Syaratul Iyasa, (2021)	Pengaruh Bauran Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Loyalitas Pelanggan Pada <i>Laundry</i> Fajarna Kota Banda Aceh	Sama- sama membahas tentang loyalitas konsumen di <i>Laundry</i> Fajarna dimana untuk menganalisa konsumen mana sajakah yang memiliki kesetiaan atau loyal.	Pada fokus penelitian di pengaruh bauran pemasaran islam pada kepuasan pelanggan yang dihubungkan oleh loyalitas pelanggan sedangkan peneliti berfokus pada strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas konsumen di usaha yang berlabel syariah
10.	Juhaena, (2021)	Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada	Sama-sama membahas tentang <i>marketing mix</i> di usaha jasa yaitu <i>Laundry</i> dengan	Pada fokus penelitian di pengaruh <i>marketing mix</i> pada kepuasan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Berkah <i>Laundry</i> di Kecamatan Sinjai Utara	mengutamakan kenyamanan konsumen pada penggunaan jasa tersebut.	konsumen di berkah <i>Laundry</i> sedangkan peneliti di fokuskan pada upaya strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi pada usaha Syariah <i>Laundry</i> agar konsumen mempertahankan loyalitasnya.

**Sumber: dari penelitian sebelumnya**

Dari paparan data tabel di atas dapat peneliti simpulkan bahwa persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan strategi yang dilakukan pada bisnis jasa dan meningkatkan konsumen dengan kepuasan konsumen sesudah menerima jasa tersebut dengan konsep etika bisnis islam. Sedangkan perbedaan pada tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis pada strategi usaha *Laundry* berlabel syariah demi mempertahankan loyalitas konsumen dengan menjalankan beberapa program penerapan loyalitas konsumen hal tersebut dimaksudkan untuk memiliki konsumen yang setia (penggunaan jasa yang berulang-ulang) serta pada metodologi yang digunakan penulis yaitu dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

## B. KAJIAN TEORI

### 1. Loyalitas Konsumen

#### a. Pengertian loyalitas konsumen

Loyal diartikan setia sedangkan loyalitas merupakan suatu kesetiaan atau sama dengan komitmen. Pelanggan dapat dikatakan

setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat sesuatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Sedangkan konsumen merupakan salah satu pihak dalam hubungan dan transaksi ekonomi yang hak-haknya sering diabaikan (oleh sebagian pelaku usaha).<sup>23</sup>

Loyalitas konsumen adalah konsumen yang selalu melakukan pembelian ulang suatu barang dan jasa, memiliki komitmen dan penilaian positif terhadap perusahaan. Konsumen yang loyal ialah

kebiasaan konsumen yang melakukan pengulangan pembelian yang menjadi kebiasaan, sehingga terjadi keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pemilihan konsumen atas suatu produk. Konsep loyalitas konsumen lebih kepada perilaku pembelian pada produk tertentu.

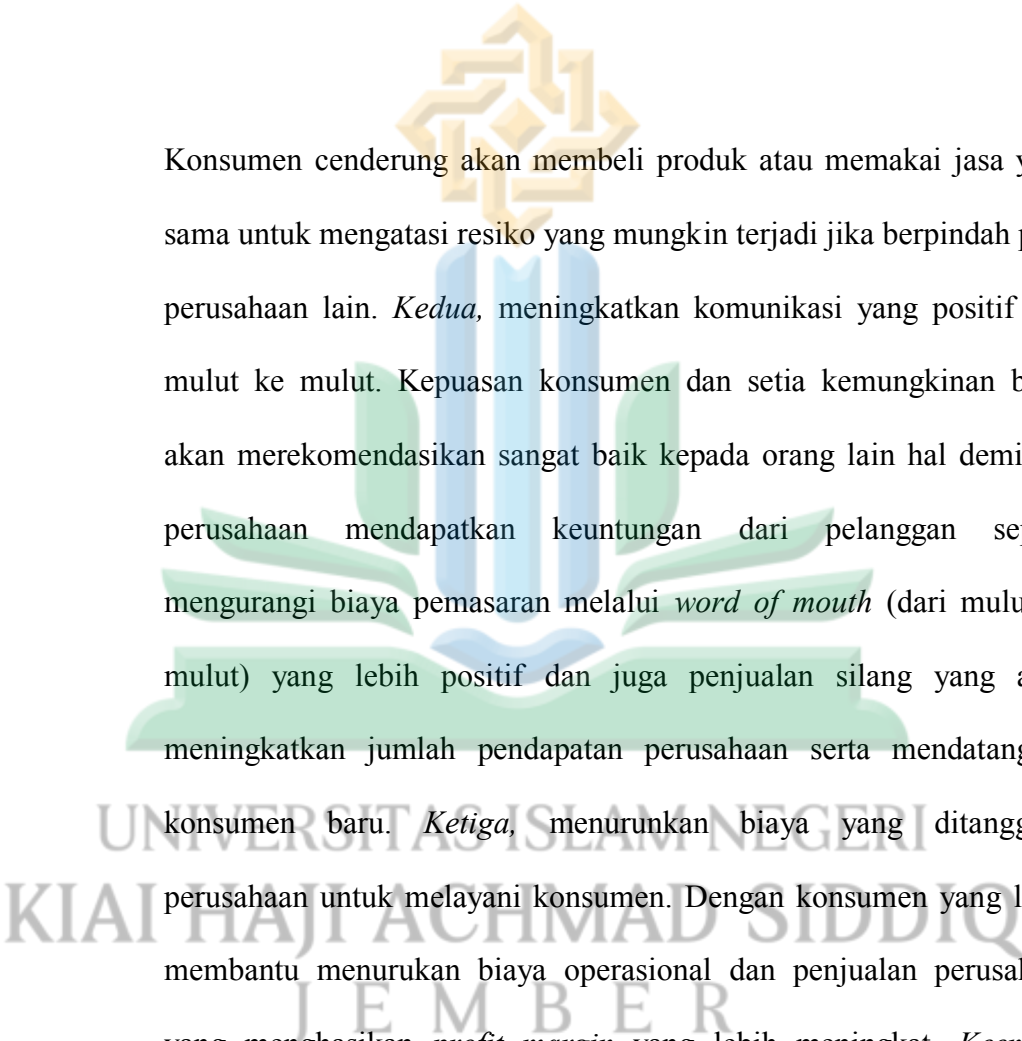
Pembelian yang berulang tersebut kondisi dimana konsumen tidak ingin berpindah dan tetap setia walaupun produk dan jasa tersebut jarang di dapatkan serta konsumen tersebut dengan sendirinya atau kerelaan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti kepada keluarga, teman dan konsumen lainnya (meskipun tidak kenal sekalipun).<sup>24</sup>

Loyalitas konsumen memiliki manfaat bagi perusahaan antaranya: *pertama*, dengan loyalitas dapat meningkatkan pembelian.

---

<sup>23</sup> Junaedi, *Loyalitas Pelanggan Pemasangan Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), 17.

<sup>24</sup> Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket* (Malang: Media Nusa Creative, 2017), 7.



Konsumen cenderung akan membeli produk atau memakai jasa yang sama untuk mengatasi resiko yang mungkin terjadi jika berpindah pada perusahaan lain. *Kedua*, meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut. Kepuasan konsumen dan setia kemungkinan besar akan merekomendasikan sangat baik kepada orang lain hal demikian perusahaan mendapatkan keuntungan dari pelanggan seperti mengurangi biaya pemasaran melalui *word of mouth* (dari mulut ke mulut) yang lebih positif dan juga penjualan silang yang akan meningkatkan jumlah pendapatan perusahaan serta mendatangkan konsumen baru. *Ketiga*, menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani konsumen. Dengan konsumen yang loyal membantu menurunkan biaya operasional dan penjualan perusahaan yang menghasikan *profit margin* yang lebih meningkat. *Keempat*, retensi karyawan. Tingkat pergantian staff yang lebih rendah (tidak sering) menunjukkan bahwa loyalitas konsumen cenderung lebih tinggi hal ini banyak dipilih oleh karyawan untuk bekerja di perusahaan tersebut.<sup>25</sup>

Loyalitas dikategorikan menjadi 2 kategori meliputi pendekatan sikap, dan pendekatan perilaku. Loyalitas pada pendekatan sikap menitikberatkan pada kesukaan konsumen terhadap produk yang melibatkan aspek psikologis, kesukaan dan niat baik pada barang atau jasa tertentu. Sedangkan loyalitas pendekatan perilaku diartikan pada

---

<sup>25</sup> Sherly Hesti Erawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce", *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 17, no.2 (2020), 309.

perilaku konsumen yang hanya memberi suatu produk secara berulang-ulang tanpa ada aspek perasaan. Konsumen yang loyal pada produk tertentu cenderung akan merasa terikat pada produk tersebut dan akan membeli kembali produk yang sama walaupun tersedia banyak produk alternatif yang lain.<sup>26</sup>

b. Indikator loyalitas konsumen

Adapun kelima indikator loyalitas konsumen yang di jelaskan menurut Tjiptono dan Chandra sebagai berikut:

- 1) Keandalan, yaitu kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
- 2) Ketanggapan, yaitu kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat, tepat dan tanggap terhadap keinginan konsumen.
- 3) Jaminan, yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
- 4) Empati, yaitu sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.<sup>27</sup>

c. Karakteristik loyalitas konsumen

Pelanggan yang loyal adalah aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimiliki konsumen dapat

<sup>26</sup> Junaedi, *Loyalitas Pelanggan Pemasangan Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura* (Yogyakarta: CV Budi Utama), 19-22.

<sup>27</sup> Sri Rahayu, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata* (Palembang: Anugerah Jaya, 2019), 24.



didasarkan pada perilaku pembelian yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Keputusan untuk membeli. Keputusan yang dibuat konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa merupakan suatu keputusan yang didasari oleh kepuasan konsumen atas produk tersebut.
- 2) Melakukan pembelian dengan teratur dan berulang (berkelanjutan). Sikap yang paling penting bagi loyalitas adalah komitmen untuk membeli kembali, bahkan hal ini lebih penting dari kepuasan konsumen.
- 3) Memiliki kekebalan terhadap tarikan pesaing. Konsumen terbaik dari suatu perusahaan merupakan prospek yang paling diincar oleh perusahaan lain. Konsumen yang loyal akan kebal dan setia pada satu produk dan tidak mudah tertarik oleh produk perusahaan lain.
- 4) Merekomendasikan kepada orang lain. Hasil rekomendasi merupakan jalur yang paling kuat untuk bisnis manapun agar bisa berhasil menarik para konsumen baru. Rekomendasi atau referensi sangatlah efektif karena hadir dari pihak kedua yang sangat dipercaya.

Karakteristik loyalitas konsumen di atas disimpulkan bahwa dengan berhasilnya perusahaan dalam mengakomodasikan sebagian besar tuntutan dan keinginan konsumen yang akan menciptakan

kepuasan dari konsumen, maka konsumen tidak akan ragu-ragu untuk terus percaya dan setia terhadap perusahaan tersebut.<sup>28</sup>

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen

Setiap kali konsumen melakukan proses pembelian produk atau jasa, maka konsumen akan bergerak melalui siklus pembelian, konsumen membeli pertama kali akan bergerak melalui lima faktor:

1) Kepuasan

Kepuasan pelanggan dapat dinilai melalui perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan. Dalam hal ini perusahaan sebisa mungkin dapat memberikan rasa puas kepada konsumen ketika melakukan segala transaksi dengan perusahaan. Maka perusahaan harus tetap memantau dan meningkatkan fungsi dan kinerja dari seluruh fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar bisa dimanfaatkan oleh konsumen secara maksimal.

2) Ikatan emosi

Konsumen dapat dipengaruhi oleh sebuah merek yang mempunyai karakteristik daya tarik yang khas, sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek. Ikatan yang tercipta antara sebuah merek dengan konsumen dapat diidentifikasi ketika konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

---

<sup>28</sup> Eka Pranajaya, Teddy Setiawan, dan Dwinanto Priyo Susetyo, "Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan: Survey Tentang Pelayanan dan Loyalitas Pada Perusahaan Jasa", *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4, no.4 (Juli, 2021): 307

### 3) Kepercayaan

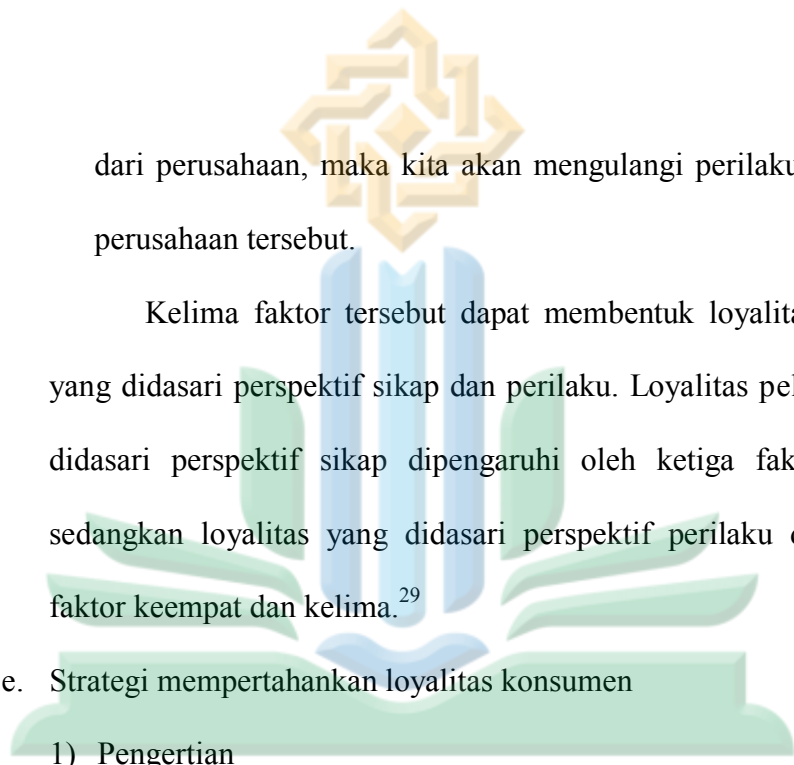
Kepercayaan terjadi ketika seseorang dengan perusahaan memiliki hubungan yang kuat yang timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling percaya satu sama lain. Semakin tingginya tingkat kepercayaan konsumen, maka semakin kuat pula hubungan perusahaan dengan konsumen. Untuk membina hubungan yang baik dengan konsumen, perusahaan dapat melakukannya dengan cara kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus baik dan sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan, sehingga konsumen tidak merasa tertipu, yang dapat menjadikan konsumen berpindah pada produk pesaing.

### 4) Kemudahan

Ketika suasana pada saat transaksi pembeli suatu produk dinilai sangat mudah atau tidak ribet, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa nyaman. Karena memiliki pengalaman akan kemudahan saat mendapatkan produk tersebut maka konsumen tidak perlu lagi buang-buang waktu dengan melakukan evaluasi kognitif untuk membandingkan produk alternatif lain disetiap kesempatan pembelian.

### 5) Pengalaman dengan perusahaan

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku, ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik



dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita kepada perusahaan tersebut.

Kelima faktor tersebut dapat membentuk loyalitas pelanggan yang didasari perspektif sikap dan perilaku. Loyalitas pelanggan yang didasari perspektif sikap dipengaruhi oleh ketiga faktor pertama, sedangkan loyalitas yang didasari perspektif perilaku didasari oleh faktor keempat dan kelima.<sup>29</sup>

e. Strategi mempertahankan loyalitas konsumen

1) Pengertian

Untuk dapat mempertahankan konsumen yang loyal masing-masing perusahaan memiliki strategi pemasaran tersendiri agar dapat berkembang dan bertahan, selain mengeluarkan produk-produk baru, lebih mengamati produk dari pesaing bisnis, pelaku bisnis juga harus mempunyai strategi manajemen hubungan dengan konsumen. Fokus pada pelanggan merupakan kunci untuk mencapai keunggulan yang kompetitif berkelanjutan dalam persaingan usaha saat ini.

Strategi yaitu kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu menggunakan rencana yang sangat cermat. Strategi merupakan perangkat yang dipakai dalam rencana perusahaan untuk melaksanakan keputusan yang dibuat demi mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Perusahaan mempunyai tujuan jangka

---

<sup>29</sup> Sherly Hesti Erawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce", *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 17, no.2 (2020): 307.

pendek dan jangka panjang untuk menjalankan kebijakan umum pada proses pemasaran.

Strategi mempertahankan konsumen diartikan dengan *Customer Relation Management* (CRM) merupakan strategi tentang bagaimana mengoptimalkan profitabilitas melalui pengembangan kepuasan pelanggan. Strategi ini menitikberatkan pada semua hal yang berkaitan dengan fokus konsumen. *Customer Relation Management* (CRM) adalah proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan. CRM merupakan strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.<sup>30</sup>

Strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pada konsumen dengan menerapkan *marketing mix*. Dengan konsep strategi pemasaran menurut Kotler dan Keller, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen melalui konsep strategi produknya, konsep strategi harga, konsep strategi tempat, dan konsep strategi promosi.

a) Variabel produk meliputi kualitas dan komponen atau bahan gaya, fitur, opsi, nama merek, kemasan ukuran-ukuran, ketersediaan layanan, dan jaminan. Strategi produk yang dalam

<sup>30</sup> Claudia Thendywinaryo, Amelia Sidik, & Felicia Goenawan, "Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM Retail Non Makanan di Indonesia Timur (Studi Kasus Pada New Em Collection)", *Jurnal E-Komunikasi* 9, no.2 (2021): 3.

dilakukan oleh pemilik usaha dalam pengembangan suatu produk diantaranya:

- (1) Penentuan logo dan moto
- (2) Menciptakan merek
- (3) Menciptakan kemasan
- (4) Keputusan label

b) Variabel penetapan harga meliputi citra kualitas, harga terdaftar, potongan harga, syarat-syarat kredit, serta periode pembayaran. Penetapan harga harus mempertimbangkan

kemampuan daya beli masyarakat ketika mengambil keuntungan harus dalam batas kelayakan atau wajar, dan tidak diperbolehkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya diluar batas wajar.

c) Variabel saluran-saluran distribusi (tempat) meliputi penggunaan penjual grosir, panjang saluran, liputan geografis, persediaan, transportasi. Dalam berbisnis dan membuka usaha lebih baik jika tempat tersebut mudah dijangkau dan mudah dilihat sehingga dapat mempermudah konsumen untuk mengamati, mengetahui, serta memahami suatu produk maupun layanan jasa yang ditawarkan. Penentuan tempat akan sangat mempengaruhi tingkat harga, semakin strategis dan sesuai suatu tempat dengan produk atau jasa yang ditawarkan

maka berdampak akan semakin tinggi nilai maupun tingkat harganya.

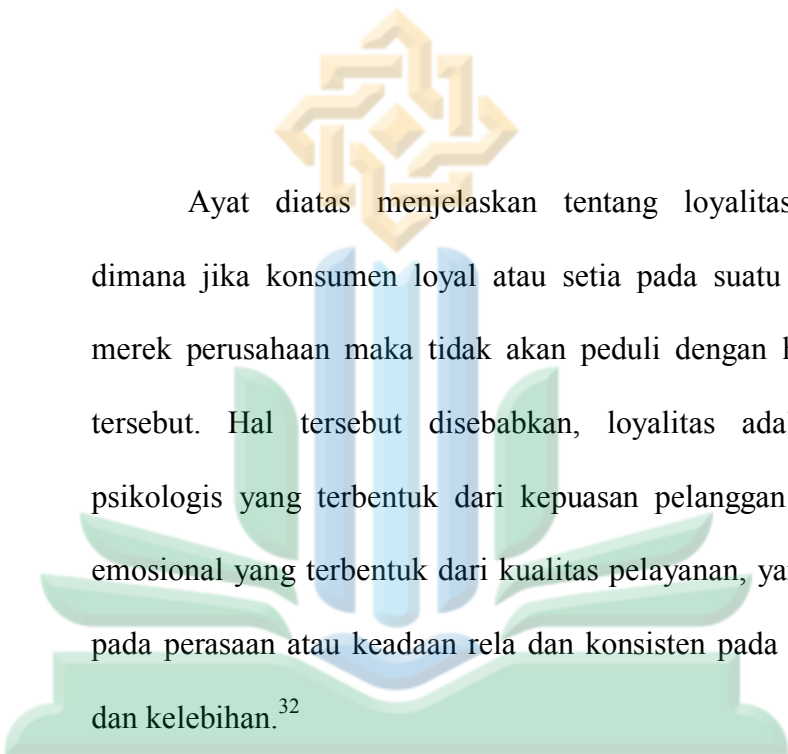
- d) Variabel promosi meliputi alternatif media, pesan, peran dari penjual pribadi, pameran, kupon, kepentingan media dalam publisitas. Promosi dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik, transparan, tidak melebih-lebihkan, hubungan dan komunikasi yang terjalin dengan baik, menepati janji, dan mengantarkan barang atau memberikan jasa yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan konsumen.<sup>31</sup>

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang benar merupakan upaya mempertahankan loyalitas konsumen. Demikian halnya dalam penyampaian layanan jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh keputusan terhadap syariah yang penuh dengan nilai moral dan etika syariat islam. Loyalitas dalam bermuamalah ini harus memperhatikan perkara syariat islam sebagaimana yang diatur dalam Q.S Al-hujurat:15

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ ءَامَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ؕ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا  
وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ؕ أُولَٰئِكَ هُمُ  
الصَّٰدِقُونَ

Artinya:“Sesungguhnya orang-orang mukmin yang sebenarnya adalah mereka yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjihad dengan harta dan jiwanya di jalan Allah”

<sup>31</sup> Robert D. hisrich, Michael P. Peters, dan Dean A. Shepeherd, *Entrepreneurship Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2020), 316.



Ayat diatas menjelaskan tentang loyalitas konsumen, dimana jika konsumen loyal atau setia pada suatu produk atau merek perusahaan maka tidak akan peduli dengan harga produk tersebut. Hal tersebut disebabkan, loyalitas adalah karakter psikologis yang terbentuk dari kepuasan pelanggan serta ikatan emosional yang terbentuk dari kualitas pelayanan, yang mengarah pada perasaan atau keadaan rela dan konsisten pada suatu pilihan dan kelebihan.<sup>32</sup>

Menjaga loyalitas konsumen dalam islam dianjurkan dengan menjaga hubungan pada siapa saja (berbagai golongan) dengan cara memberikan kualitas jasa yang benar. Penyedia jasa hendaklah memberikan kualitas jasa yang baik dengan menjaga hubungan baik kepada pelanggannya agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik untuk membentuk loyalitas konsumen.

Strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen didasari atas keadilan, keterbukaan, serta kejujuran sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Upaya penerapan nilai-nilai islam pada setiap strategi, program, dan nilai yang dijalankan dalam suatu pemasaran.

---

<sup>32</sup> Mashuri, "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no.1 (Juni 2020), 58.



## 2) Program dalam mempertahankan loyalitas konsumen

- a) Diskon adalah bentuk potongan harga yang diberikan pemilik usaha kepada konsumen ketika melakukan pembelian produk atau layanan jasa dengan jumlah tertentu.
- b) Keanggotaan, program ini biasanya dijalankan oleh perusahaan dengan menawarkan beberapa keuntungan untuk konsumen misalnya diskon dan harga khusus anggota yang relatif lebih murah. Dengan keanggotaan ini memudahkan perusahaan untuk mendata konsumen agar memberikan pelayanan yang lebih baik.
- c) Stempel, program dimana perusahaan memberikan tanda (stempel) yang dapat ditukarkan dengan potongan harga atau keuntungan lain untuk konsumen yang mampu menjaga loyalitas konsumen.

## 2. Usaha *Laundry*

### a. Pengertian

Usaha *Laundry* adalah usaha yang bertanggung jawab di bidang jasa cuci dan setrika. Kegiatan *Laundry* awalnya hanya untuk pangsa pasar yang terbatas, seperti *Laundry* untuk para tamu yang menginap di hotel. Dengan seiring waktu semakin banyak ketersediaan mesin cuci dengan harga yang relatif lebih murah (terjangkau), serta adanya mesin pengering yang membuat pakaian tidak perlu lagi di jemur apalagi saat musim hujan. Kondisi cuaca saat ini yang tidak menentu

seperti saat musim penghujan mengakibatkan pakaian mudah kotor, dengan mencuci manual pasti akan sulit kering, oleh karenanya sebagian dari masyarakat menyerahkan pakaian yang kotor ke jasa *Laundry*. Selain itu bisnis *Laundry* merupakan kategori bisnis berkelanjutan atau bisnis yang selalu dibutuhkan banyak orang. Hal ini yang membuat peluang bisnis *Laundry* sangat menjanjikan.

*Laundry* bukan sekedar tempat mencuci melainkan sebagai tempat perawatan pakaian agar lebih bersih dan awet, dan faktor serba *instant* serta praktis menjadi *trend* bagi masyarakat saat ini. Begitu

pentingnya keberadaan *Laundry* saat ini maka prospek usaha *Laundry* begitu berkembang pesat. Dahulunya *Laundry* masih dikelola kebanyakan di hotel-hotel tapi saat ini masyarakat umum mulai memanfaatkan jasa *Laundry*.

b. Aktivitas usaha *Laundry*

Pencucian pakaian dibagi menjadi dua, antara lain:

1) Pencucian kiloan

Pencucian dengan menggunakan dasar perhitungan dari berat timbangan pakaian. Berat material pada *Laundry* kiloan diperoleh dengan cara menimbang berat pakaian/material yang akan di *Laundry* secara bersama-sama antara pemakai jasa dan pihak jasa *Laundry* kiloan sehingga pelanggan mengetahui berat materialnya sebelum pakaian tersebut dibawa oleh petugas *Laundry*. Keunggulan dari pencucian kiloan yaitu harga yang lebih

murah (terjangkau) dan proses pencucian yang cepat, pencucian kiloan terdiri dari beberapa paket, diantaranya:

- a) Cuci komplit (cuci, kering, dan setrika)
  - b) Cuci saja (tanpa setrika)
  - c) Setrika saja (tanpa cuci)
  - d) Keringkan (jasa pengering saja)
  - e) Cuci tidak di campur
- 2) Pencucian khusus

Pencucian dengan perhitungan potongan pakaian, dengan perhatian khusus disesuaikan bahan dan jenis pakaian sesuai *washing care* label tips sebagai petunjuk pencucian yang tertera pada label dalam pakaian.

Proses pencucian secara khusus ini dengan melihat label atau simbol yang ada di dalam pakaian tersebut hal tersebut bertujuan menjaga pakaian lebih awet, warna tidak memudar meskipun di cuci berkali-kali, melakukan pemisahan pakaian yang bertujuan menghindari resiko terjadi kelunturan, memberikan hanger dan plastik pada jenis pakaian tertentu yang sudah direkomendasikan oleh pelanggan seperti pakaian kerja (jas, setelan, celana kerja dan lainnya).

Dilanjutkan dengan proses pengeringan. Pakaian keluar dari mesin cuci telah kering 80%, untuk proses selanjutnya pakaian dikeringkan menggunakan *dryer* agar dapat kering 100%.

Kemudian dilakukan proses setrika pakaian merupakan bagian penting dalam penggarapan proses *Laundry*. Agar proses mensetrika lebih efisien pisahkan bahan-bahan sejenis dari yang tipis sampai yang bahan tebal seperti jeans. Tujuannya agar suhu setrika tidak sering di ubah dan pemanasan setrika berurutan dari dingin, hangat, sampai panas.

Terakhir dilanjutkan dengan proses penyemprotan pewangi dan pengepakan. Proses pengepakan diawali dahulu dengan pakaian tebal pada bagian bawah lalu semakin keatas pakaian lebih tipis. Setelah pakaian tertata rapi baru dilanjutkan dengan proses packing kedalam plastik. Setelah proses packing, dilanjutkan pemberian nama, nomor nota dan jumlah pakaian dengan spidol permanent pada permukaan atas pada plastik. Letakkan cuci kiloan yang sudah di packing dan di tempel nota pada rak, urutkan penempatan dari nomor kecil ke nomor besar.<sup>33</sup>

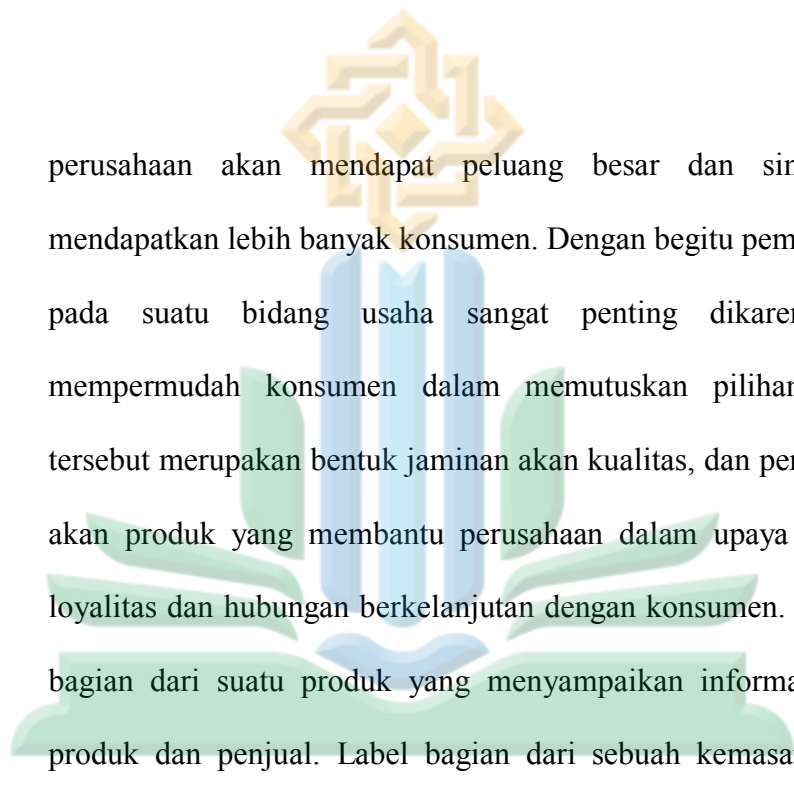
### 3. Label Syariah

#### a. Pengertian

Suatu label pada produk tertentu dapat memiliki kesan tersendiri apabila produk tersebut diterima dan diingat dengan label yang telah ditentukan. Hal tersebut akan menjadi awal hubungan yang baik jika konsumen menyukai terhadap label tertentu sebagai bentuk dari penghargaan dan kepercayaan mereka. Selanjutnya sebuah

---

<sup>33</sup> Jenny Nancy, *Peluang Usaha dan Strategi Pemasarannya* (Cirebon: PT Arr Rad Pratama, 2023), 2.




perusahaan akan mendapat peluang besar dan simpati dalam mendapatkan lebih banyak konsumen. Dengan begitu pemberian label pada suatu bidang usaha sangat penting dikarenakan lebih mempermudah konsumen dalam memutuskan pilihan sebab hal tersebut merupakan bentuk jaminan akan kualitas, dan pembelian label akan produk yang membantu perusahaan dalam upaya membangun loyalitas dan hubungan berkelanjutan dengan konsumen. Label adalah bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Label bagian dari sebuah kemasan atau tanda pengenal yang melekat pada produk.

Syariah merupakan keseluruhan dari keadilan, kedamaian, kebijakan dan kebaikan. Syariah mempunyai arti yang mencakup akidah islam, prinsip-prinsip islam, dan peraturan hukum islam. Syariah bermakna perundangan-undangan yang diturunkan Allah swt melalui Rasulullah saw untuk seluruh umat manusia, baik ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian, maupun muamalah guna meraih kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Syariah adalah kumpulan peraturan Allah yang terkandung dalam al-Qur'an dan Hadits berisi tentang perintah, larangan dan panduan yang diturunkan kepada Nabi sebagai pedoman hidup umat manusia untuk keselamatan dunia dan akhirat.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Burhanuddin, "Analisis Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19", *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no.2 (Juli – Desember, 2020): 382-384.



Jadi label Syariah merupakan identitas suatu merek yang menyatakan kehalalan suatu produk dan tujuannya menunjukkan potongan-potongan informasi produk yang sesuai dengan syariat islam merujuk pada al-Qur'an dan Hadits. Label syariah adalah merek yang tugas dan fungsinya menunjukkan informasi produk sesuai dengan syariat islam yang merujuk pada Al-Qur'an dan Hadits.

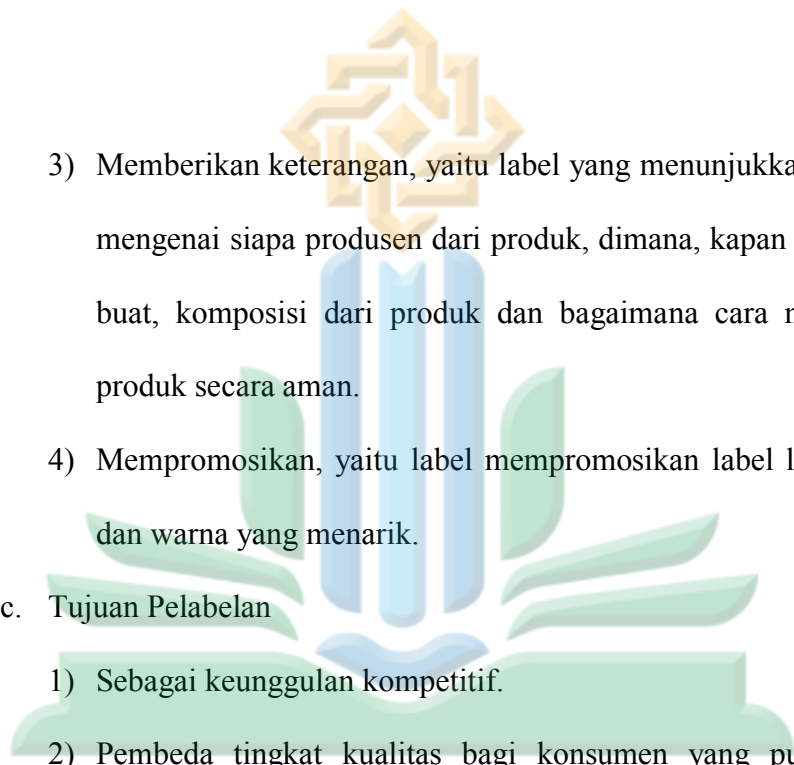
Bisnis syariah adalah bisnis yang diaplikasikan dengan memakai nilai-nilai ke islamian atau syariat islam. Dalam bisnis harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah. Sebenarnya pelaksanaan *Laundry* syariah hampir sama dengan *Laundry* konvensional yang membedakan pada konsep syariah. Dengan tercantumnya label syariah diharapkan menyediakan jasa atau produk yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits, mendapatkan tempat istimewa di benak konsumen sebagai bentuk kepercayaan yang akan mendapatkan sikap loyalitas konsumen.<sup>35</sup>

#### b. Fungsi Label

- 1) Mengidentifikasi, yaitu label yang menunjukkan atau menerangkan mengenai suatu produk.
- 2) Nilai atau kelas, yakni label yang menunjukkan nilai dari produk (menunjukkan pada kualitas produk atau tingkat mutu).

---

<sup>35</sup> Resi Atna Siregar, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Yang Berlabel Syariah di Kabupaten Mandailin Natal", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no.1 (April, 2020): 19.

- 
- 3) Memberikan keterangan, yaitu label yang menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen dari produk, dimana, kapan produk itu di buat, komposisi dari produk dan bagaimana cara menggunakan produk secara aman.
  - 4) Mempromosikan, yaitu label mempromosikan label lewat gambar dan warna yang menarik.

c. Tujuan Pelabelan

- 1) Sebagai keunggulan kompetitif.
- 2) Pembeda tingkat kualitas bagi konsumen yang puas sehingga mudah bagi mereka memasuki pasar.

- 3) Sarana identifikasi agar memudahkan proses pelacakan produk bagi perusahaan.
- 4) Keunikan yang membedakan produk dengan para pesaing.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Mangement & Strategy* (Yogyakarta: Andi, 2005), 20-21.



### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang mengkaji fenomena sosial dan masalah manusia. penelitian kualitatif ini penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dipaparkan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata yang disusun dalam kalimat seperti pada hasil wawancara antar individu dengan individu.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti jenis deskriptif yaitu rumusan masalah yang memadukan peneliti untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Tujuan jenis penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, menggambarkan berdasarkan fakta-fakta yang sedang terjadi.<sup>37</sup>

Dengan penelitian deskriptif kualitatif penulis dapat menggambarkan atau menganalisis secara terstruktur fakta mengenai strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen serta kendala yang dihadapi pemilik *Laundry* dalam penerapan berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

### B. LOKASI PENELITIAN

Tabel 3.1

Daftar nama *laundry* yang ada di Kecamatan Umbul sari Kabupaten Jember

No	Nama	Alamat	Keunggulan
----	------	--------	------------

<sup>37</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989), 4.



1.	Barokah Jaya <i>Laundry</i>	Jl Gunung Agung, Krangkongan, Tegak wangi, Kec. Umbulsari	3 Cucian berih dan rapi 4 Tepat waktu
2.	Nitha <i>Laundry</i>	Jl. Umbulsari, Semboro KM No 7, Kec. Umbulsari	3 Gratis antar jemput sekitarnya 4 Hasil setrika rapi
3.	Gayatri <i>Laundry</i>	Krajan, Umbulrejo, Kec. Umbulsari	3 Cuci bad cover 4 Tempat strategis
4.	RN <i>Laundry</i>	Jl. Umbulsari, Gunungsari, Kec. Umbulsari	3 Melayani lewat WA 4 Pengawai ramah
5.	R-One Jaya <i>Laundry</i>	Jl. Kartini, Tanjung Sari, Kec. Umbulsari	3 Cuci kilat 4 Hasil bersih dan wangi
6.	Khay <i>Laundry</i>	Karang Rejo, Paleran, Kec. Umbulsari	3 Melayani setrika uap 4 Selesai dengan tepat waktu
7.	Syariah <i>Laundry</i>	Sidomulyo, Umbulrejo, Kec. Umbulsari	3 Memperhatikan kesuciannya 4 Bertanggung jawab dan amanah

Sumber: hasil observasi 2022

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa usaha *laundry* yang ada di Umbulsari ada 7 usaha *laundry* kiloan yang ada di Umbulsari hanya di Syariah *Laundry* yang bertempat di Kelurahan Umbulrejo Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. Dari 7 usaha *Laundry* yang proses pencuciannya berbasis syariah artinya mereka memisahkan antara pakaian yang terkena najis dan tidak najis kemudian di hilangkan terlebih dahulu sampai bau, warna, dan rasanya hilang setelah itu bisa dicampur dengan pakaian yang lain, memilih aroma parfum sendiri sesuai dengan selera konsumen, parfumnya tidak mengandung alkohol, ada fasilitas antar-jemput gratis untuk daerah Umbulsari dan sekitarnya, setiap hari jum'at gratis cuci jilbab dan perlengkapan solat. Syariah *Laundry* juga menyediakan Warung

kopi dengan fasilitas free Wifi dengan begitu konsumen akan merasa nyaman jika sedang menunggu cucian mereka atau jika sedang mengambil orderan mereka.

### C. SUBYEK PENELITIAN

Subyek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian sebagai seseorang atau sesuatu mengenai yang ingin diperoleh keterangannya. teknik informan penelitian ini menggunakan *purposive* yaitu dengan memilih informan tertentu dengan mempertimbangkan data yang diperlukan, jadi peneliti sengaja memilih informan yang sesuai dengan persyaratan sifat, karakteristik, kriteria, dan ciri yang sesuai dengan penelitian ini.<sup>38</sup> Informan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Fatimah selaku pemilik Syariah *Laundry* di Umbulsari Kabupaten Jember
2. Ajeng selaku karyawan yang sejak lama bekerja di Syariah *Laundry*
3. Sarah selaku karyawan sejak pertama mendirikan Syariah *Laundry* di Kecamatan Umbulsari
4. Susi selaku pelanggan yang sudah menjadi pelanggan sejak awal berdirinya Syariah *Laundry*
5. Gufron yang merupakan pelanggan yang beralih ke Syariah *Laundry* karena rekomendari saudaranya
6. Titin selaku pelanggan yang mendapatkan promosi dari mulut ke mulut sehingga beralih ke Syariah *Laundry* hingga saat ini

### D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2016), 219.

## 1. Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan yang memusatkan pada objek yang akan diteliti sebagai suatu pengalaman yang diperoleh secara lebih dalam sehingga peneliti dapat berinteraksi langsung dengan subyek penelitian. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini jenis partisipan yaitu dengan terlibat langsung dengan kegiatan yang sedang dilakukan subjek penelitian dalam memperoleh data-data yang berhubungan dengan permasalahan peneliti.<sup>39</sup>

Dalam kegiatan observasi yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu jumlah *laundry* yang ada di Kabupaten Jember, perbedaan *laundry* syariah dan *laundry* tidak syariah, keunggulan pelayanan *laundry* berbasis syariah, dan daftar nama *laundry* yang ada di Kecamatan Umbulsari.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses percakapan antara kedua belah pihak atau lebih dengan mengajukan beberapa pertanyaan dengan maksud mencari tahu mengenai informan yang di inginkan. Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas tidak menggunakan pedoman yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data.<sup>40</sup>

Adapun informasi yang ingin diperoleh dari teknik wawancara ini dengan memberikan pertanyaan kepada pemilik usaha, karyawan dan

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 227.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 140.

pelanggan pada usaha *Laundry* terkait strategi pemasaran yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas dari konsumen pada *laundry* berlabel halal serta kendala yang dihadapi selama menerapkan strategi pemasaran pada *laundry* berlabel halal

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan jenis pengumpulan data dengan mencari sumber data yang tertulis di lapangan mengenai masalah yang diteliti. Kegiatan ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data dengan cara tertulis yang bersifat sebagai dokumenter.<sup>41</sup> Maka data yang ingin diperoleh dari dokumentasi ini berupa foto-foto yang menjadi pelengkap dari metode wawancara dan observasi.

## E. TEKNIK ANALISIS DATA

### 1. Reduksi data

Proses data yang merujuk pada pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan data mentah yang terjadi dalam hasil atau catatan lapangan tertulis. Komponen pada reduksi data diantaranya membuat rangkuman, pengkodean, membuat tema, membuat gugus, membuat pemisah, menulis catatan atau memo, menuliskan kode, membuat pilihan pada potongan-potongan data yang kemudian diberikan kode, rangkuman pada potongan pilihan yang selanjutnya dikembangkan ceritanya sampai analitis, laporan itu terus-menerus hingga laporan lengkap. Reduksi data suatu bentuk analisis data untuk mempertajam, memilih, memfokuskan,

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 140.

membuang, dan menyusun data hingga kesimpulan akhir data yang diperoleh dapat digambarkan dan diverifikasikan.

## 2. Penyajian data

Langkah kedua penyajian data yang merupakan suatu kumpulan informasi yang tersusun memberikan kemungkinan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Model data ini diarahkan untuk hasil reduksi data tersebut terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami pembaca. Penyajian data ini dapat di sajikan dalam bentuk uraian naratif, bentuk ini mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Dengan langkah ini peneliti berusaha agar susunan informasi relevan dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk bisa menjawab masalah penelitian.

## 3. Penarikan kesimpulan

Terakhir tahapan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan atau diperoleh. Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mengetahui atau pemahaman makna, mencatat keteraturan, pola penjelasan, dan konfigurasi yang mungkin. Kesimpulan ini sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika telah memproses secara induktif, selanjutnya dilakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang disajikan pada bentuk naratif, tahap ini akhir dari kegiatan pengolahan data.<sup>42</sup>

## F. KEABSAHAN DATA

---

<sup>42</sup> Sugiyono, Metode Penelitian, *Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 246-252.

Keabsahan data untuk memeriksa tingkat kepercayaan, keteralihan, kepastian dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yaitu proses penguatan bukti dari individu yang berbeda misal pada pemilik usaha, pekerja dan konsumen, jenis data seperti data lapangan wawancara dan observasi, pengecekan keakuratan data temuan peneliti dari keterangan beberapa sumber tersebut. Jenis yang digunakan peneliti triangulasi sumber yaitu dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda untuk mengecek dan membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi.<sup>43</sup>

## G. TAHAPAN-TAHAPAN PENELITIAN

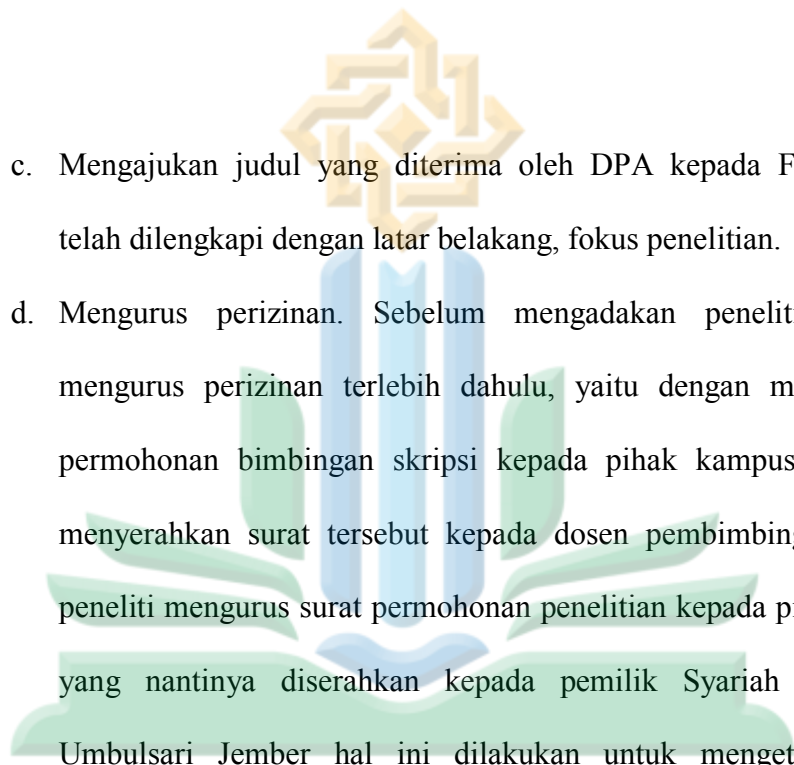
### 1. Tahap Pra-lapangan

Tahap penelitian lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui oleh peneliti sendiri, adapun enam tahap tersebut yaitu:

- a. Menyusun rencana penelitian. Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matriks penelitian, selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing akademik (DPA)
- b. Memilih objek penelitian. Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Syariah Laundry di Umbulsari Jember.

---

<sup>43</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

- 
- c. Mengajukan judul yang diterima oleh DPA kepada Fakultas yang telah dilengkapi dengan latar belakang, fokus penelitian.
  - d. Mengurus perizinan. Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu, yaitu dengan meminta surat permohonan bimbingan skripsi kepada pihak kampus, setelah itu menyerahkan surat tersebut kepada dosen pembimbing. Selain itu peneliti mengurus surat permohonan penelitian kepada pihak kampus, yang nantinya diserahkan kepada pemilik Syariah *Laundry* di Umbulsari Jember hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah diperbolehkan melakukan penelitian atau tidak.

- e. Meninjau kajian pustaka peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
- f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
- g. Mempersiapkan penelitian lapangan.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian dan mulai mengumpulkan data-data yang diperlukan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan "Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha *Laundry* Berlabel Syariah (Studi Kasus Syariah *Laundry* di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)"

### 3. Tahap Penyelesaian

Tahap ini merupakan tahap akhir dan proses penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun laporan hasil penelitian dengan menganalisis data yang telah dikonsultasikan kepada dosen pembimbing karena mungkin ada revisi untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal laporan yang sudah selesai dan siap dipertanggung jawabkan di depan penguji.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





## BAB IV

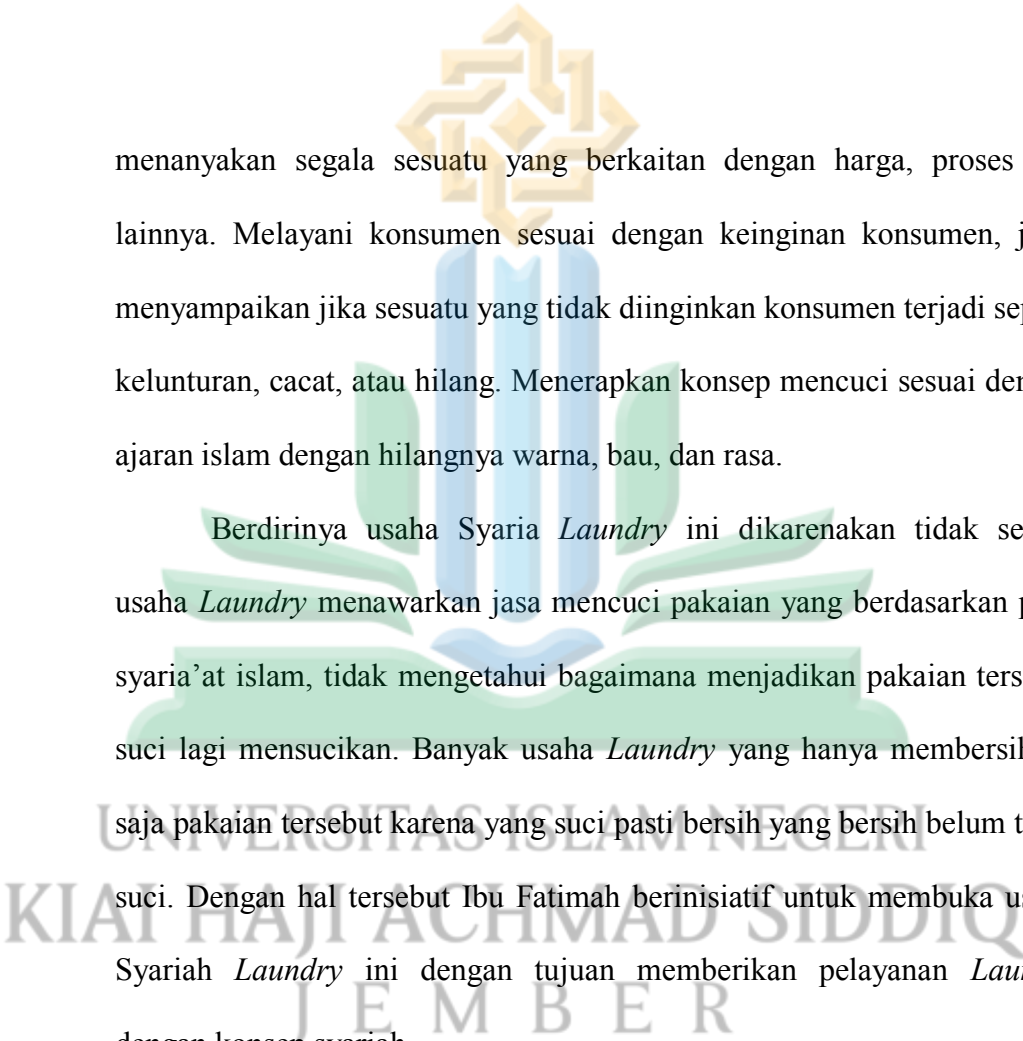
### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

##### 1. Sejarah Tempat Usaha

Syariah *Laundry* adalah salah satu usaha jasa *Laundry* yang berkembang di kota Jember tepatnya di Sidomulyo, Umbulrejo, Kecamatan Umbulsari. Perkembangan usaha di bidang jasa *Laundry* peluangnya relatif baik. Dengan menangkap peluang yang ada Ibu Fatimah ingin mengambil peluang tersebut dengan membangun usaha *Laundry* dengan konsep syariah. Pelaksanaannya hampir sama yang membedakan dengan *Laundry* lainnya yaitu sistem syariah yang diterapkan.

Konsep syariah yang dimaksud pada Syariah *Laundry* dimana niat dari Ibu Fatimah dalam membangun usaha ini dengan melakukan segala sesuatunya hanya ingin menggapai keridhoan Allah bukan hanya pencapaian kekayaan semata. Untuk menjalankan usaha *Laundry* ini Ibu Fatimah sebisa mungkin mencari modal yang bebas dari unsur riba dan tidak meminjam uang dari rentenir. Selanjutnya para karyawan di Syariah *Laundry* diwajibkan menggunakan jilbab, berpakaian rapi, sopan, dan menutup aurat karena menyesuaikan konsep syariah tersebut, beribadah tepat waktu, tidak adanya deskriminasi antar kelompok atau individu. Memberikan informasi yang jelas dan benar terkait jasa agar terhindar dari transaksi yang *gharar*, memberikan informasi lama proses pengerjaan pada konsumen, berikan informasi secara jelas saat konsumen



menanyakan segala sesuatu yang berkaitan dengan harga, proses dan lainnya. Melayani konsumen sesuai dengan keinginan konsumen, jujur menyampaikan jika sesuatu yang tidak diinginkan konsumen terjadi seperti kelunturan, cacat, atau hilang. Menerapkan konsep mencuci sesuai dengan ajaran islam dengan hilangnya warna, bau, dan rasa.

Berdirinya usaha Syaria *Laundry* ini dikarenakan tidak semua usaha *Laundry* menawarkan jasa mencuci pakaian yang berdasarkan pada syaria'at islam, tidak mengetahui bagaimana menjadikan pakaian tersebut suci lagi mensucikan. Banyak usaha *Laundry* yang hanya membersihkan saja pakaian tersebut karena yang suci pasti bersih yang bersih belum tentu suci. Dengan hal tersebut Ibu Fatimah berinisiatif untuk membuka usaha Syaria *Laundry* ini dengan tujuan memberikan pelayanan *Laundry* dengan konsep syariah.

Syaria *Laundry* berdir sejak akhir bulan Desember di tahun 2018 bulan pertama pelanggan tidak begitu banyak, karena Ibu Fatimah sendiri tidak banyak melakukan promosi pada usahanya. Kemudian di pertengahan tahun pelanggan mulai meningkat dalam sebulan pelanggan mencapai 100-150 orang. Keberadaan Syaria *Laundry* diketahui berdasarkan mulut ke mulut yang mendapat rekomendasi dari teman, saudara, atau tetangga. Hal ini menunjukkan bahwa antusias orang-orang pada *Laundry* berlabel syariah sangat baik. Akan tetapi, ada juga konsumen yang memang mencari jasa *Laundry* dengan belabel syariah

karena Dia merasa khawatir pakaian digunakan untuk menjalankan ibadah solat tidak suci.

Kami melayani *Laundry*: bedcover, boneka, sepatu, helm, karpet, dan pakaian satuan atau kiloan, *Laundry express* dan lainnya. Keunggulan lainnya yaitu menyediakan warung kopi dengan free Wifi bagi pelanggan sembari menunggu cucian mereka jika melakukan *Laundry express* atau hanya sekedar ingin nongkrong atau bersantai saja.<sup>44</sup>

## B. PENYAJIAN DATA

### 1. Strategi Usaha *Laundry* Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Konsumen merupakan kunci sukses suatu usaha untuk mencapai keunggulan kompetitif agar bisa bersaing dengan usaha yang sama. Untuk bisa unggul dengan yang lain usaha *Laundry* harus memiliki strategi yang ingin dicapai. Strategi yang ingin dicapai usaha *Laundry* untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Maka untuk mempertahankan loyalitas konsumen pemilik usaha Syariah *Laundry* melakukan strategi, sebagai berikut:

Produk pada usaha jasa adalah pelayanan. Pelayanan yang baik membuat konsumen memiliki kepuasan tersendiri pada pelayanan jasa yang diberikan usaha *Laundry*. Hal ini disampaikan oleh Ibu Fatimah sebagai pemilik Syariah *Laundry* mengatakan:

Ada beberapa produk yang bisa dipilih oleh konsumen antaranya: Produk pencucian kiloan dan satuan. dengan paket perkilo

<sup>44</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

konsumen akan lebih hemat dibandingkan produk pencucian satuan yang bergantung dengan bahan pakaian yang akan dicuci. Produk pencucian express, yang pelayanan mencuci pakaian dengan waktu yang singkat biasanya kisaran waktu 2 jam atau setengah hari. *Laundry* express ini biasa digunakan oleh konsumen yang memiliki kesibukan yang sangat padat dan tidak mempunyai waktu untuk mencuci, hingga mereka lebih memilih jasa ini dan juga dalam keadaan yang membutuhkan pelayanan yang cepat atau mendesak. Produk pencucian tas, sepatu dan jas. kami juga menyediakan layanan cuci sepatu, tas yang berbahan lembut, penawaran ini agar konsumen tidak salah dalam mencuci atau membersihkan barang-barang mereka. Produk pencucian helm dan gorden. Pencucian helm biasanya karena sang pemilik merawat helmnya dengan baik tentu saja helm tersebut memiliki kualitas yang baik. Kalau gorden ini biasanya karena ukurannya yang besar dan berat maka konsumen memilih untuk men*Laundry* saja dengan maksud memudahkan mereka untuk mencuci gorden kotor. Produk pencucian boneka, selimut, bedcover, dan karpet, jika konsumen yang tidak ingin ribet karena boneka, bedcover, kasur lantai, dan karpet itu tebal dan susah kering bisa memakai penawaran yang ada di Syariah *Laundry*.<sup>45</sup>

Hal tersebut disampaikan juga oleh Sarah selaku karyawan Syariah

*Laundry* dengan mengatakan:

Saya ingin menambah apa yang disampaikan oleh Ibu Fatimah produk di Syariah *Laundry* juga melayani cuci tanpa setrika, cuci dan setrika, setrika saja, layanan antar-jemput gratis untuk daerah sekitarnya, layanan *online* di WA sesuai dengan jam operasional di Syariah *Laundry* jam 08.00-21.00 WIB.<sup>46</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Ajeng selaku karyawan Syariah

*Laundry*, beliau mengatakan:

Banyak produk yang kami sediakan mulai dari paket kiloan dan satuan, bedcover, selimut, tas, sepatu, jas, boneka, karpet, helm, kasur lantai, gorden, dan layanan express. Kami memang banyak menyediakan banyak layanan atau produk, agar memudahkan konsumen dengan banyak pilihan tersebut. Selain itu kami juga menyediakan layanan antar-jemput baju kotor secara gratis untuk daerah Umbulsari dan sekitarnya. Di Syariah *Laundry* juga

<sup>45</sup> Fatimah, *wawancara*, Jember, 10 Juli 2023

<sup>46</sup> Sarah, *wawancara*, Jember, 10 Juli 2023

menyediakan berbagai macam varian pafum dimana konsumen bisa memilih wangi dari varian parfum yang telah kami siapkan.<sup>47</sup>

Dari wawancara dengan pelanggan Syariah *Laundry* mengatakan hal yang sama, Gufron mengatakan:

Saya memang menjadi langganan di Syariah *Laundry* karena menyediakan banyak produk atau layanan. Disana saya bisa memilih varian parfum yang saya inginkan selain itu saya juga bisa men*Laundry* kasur lantai. Tidak banyak jasa *Laundry* yang menyediakan jasa *Laundry* kasur lantai. Hal ini tentu saja memudahkan dan membantu saja yang biasanya mencuci sendiri tapi dengan adanya layananan seperti itu di Syariah *Laundry* saya bisa memanfaatkan layanan tersebut dengan hasil yang wangi pula.<sup>48</sup>

Susi selaku pelanggan Syariah *Laundry* menguatkan pernyataan dari Gufron dengan menyampaikan:

Dengan banyaknya pilihan produk *Laundry* membantu saja yang memiliki kesibukan untuk bekerja dan mengurus anak bisa men*Laundry* pakaian keluarga saya dengan paket kiloan. Biasanya saya juga mencuci boneka, selimut, seprei, karpet dan lainnya. Saya juga pernah *Laundry* express, waktu itu jas saya untuk bekerja lupa untuk ikut di *Laundry* jadi saya menggunakan layanan express yang disediakan di Syariah *Laundry* dan itu benar-benar cepat sekali dari hal tersebut saya merasa bersyukur dan terbantu dengan adanya berbagai produk atau layanan di Syariah *Laundry*.<sup>49</sup>

Dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa konsep produk pada usaha Syariah *Laundry* pada layanan jasa yang ada. Mulai dari *Laundry* kiloan dan satuan, layanan express, tas, sepatu, jas, boneka, selimut, karpet, kasur lantai, bedcover, helm, dan gorden. Disana juga bisa memilih varian parfum yang diinginkan oleh konsumen.

<sup>47</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>48</sup> Gufron, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>49</sup> Susi, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

Penetapan harga di Syariah *Laundry* didasarkan pada kemampuan beli para konsumen dengan tidak mengambil keuntungan sebesar-besarnya. Hal ini dikatakan oleh pemilik Syariah *Laundry* Ibu Fatimah:

Untuk penyampaian harga kami sampaikan di awal akan me*Laundry* pakaian dan lainnya jika timbangan beratnya sudah diketahui, maka konsumen akan melunasi di awal atau membayar dp terlebih dahulu kemudian pelunasan di akhir proses pengambilan atau akan melunasi di akhir waktu pengambilan. Setelah proses bayar-membayar tersebut kami akan memberi nota sebagai bukti saat pengambilan barang yang telah di*Laundry*. Penentuan harga sendiri kami menyesuaikan dengan kemampuan dari daya beli konsumen kami dan memberi selisih dengan *Laundry* lainnya agar konsumen bisa lebih melirik Syariah *Laundry* ini. Untuk harga ini tergantung pada produk atau layanan apa yang telah dipilih konsumen. *Laundry* kiloan dari harga Rp.6000/kg. *Laundry* satuan dari baju mulai dari harga Rp.2000-5000/pc kalau celana mulai dari 3000-5000/pc tergantung dari bahan. *Laundry* helm Rp.25.000/pc, *Laundry* gordena mulai dari harga Rp.7000/kg, *Laundry* boneka bergantung dari besar kecilnya boneka dimulai dari harga Rp.15.000/pc, *Laundry* bedcover, selimut, dan karpet kisaran harga Rp.6000/kg, tetapi jika karpet kami mengukur berdasarkan lebar, tebal dan panjangnya. *Laundry* sepatu dan tas mulai dari harga Rp.3500-10.000. Kemudian untuk *Laundry* kasur lantai kami mengukur berdasarkan panjang dan lebarnya dengan mematok harga Rp.15.000/meter. Kalau setrika saja biasanya kami memberi harga Rp.2500/kgnya. Terakhir layanan express bergantung pada banyak yang di *Laundry* yang biasanya Rp.6000/kg kami menambah Rp.2000/kgnya.<sup>50</sup>

Disampaikan juga oleh karyawan Syariah *Laundry*, Ajeng mengatakan:

Kalau harga saya katakan di awal setelah melakukan penimbangan, pakai jasa *Laundry* yang mana kemudian saya total dan memberikan nota sebagai bukti saat pengambilan barang atau pakaian konsumen. Dengan berbagai layanan yang disediakan di Syariah *Laundry* kami menetapkan harga bersaing yaitu menetapkan harga selisih dengan *Laundry* lain misalkan dengan selisih harga Rp.500-1000 lebih rendah. Hal tersebut menasik

<sup>50</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

minat konsumen untuk kembali menggunakan jasa Syariah *Laundry* ini.<sup>51</sup>

Titin selaku pelanggan di Syariah *Laundry* juga mengatakan bahwa:

Harga di Syariah *Laundry* memang jauh lebih murah dibandingkan jasa *Laundry* yang pernah saya pakai. Selisih harganya bisa Rp.1000, itu kan lumayan kalau cucuannya lagi banyak bisa dapat harga murah tapi hasilnya bersih dan wangi. Hal ini yang buat saya pindah dari jasa *Laundry* sebelumnya.<sup>52</sup>

Pelanggan yang lain yaitu Gufron mengatakan hal serupa dengan mengatakan:

Memang jasa *Laundry* di Syariah *Laundry* lebih murah dibandingkan tempat jasa *Laundry* yang pernah kesan, mungkin karena banyak pesaingnya makanya disana lebih murah. Dulu saya pernah *Laundry* karpet dengan ukuran 2×3 seharga Rp.26.000 kemudian saya beralih di Syariah *Laundry* dengan karpet yang sama dengan harga Rp.25.000 terus wangi lagi dan selesainya 3 harian dari saya narok *Laundry*-an itu.<sup>53</sup>

Penetapan harga di Syariah *Laundry* dengan memberikan selisih atau perbandingan harga dengan jasa *Laundry* yang lain di Jember, tentunya dengan harga murah tetapi kualitas yang tidak murahan. Selisih harga Rp.500-1000 yang menjadi daya tarik konsumen untuk kembali menggunakan jasa *Laundry* di Syariah *Laundry*.

Tempat harus dijangkau dan mudah dilihat sehingga dapat mempermudah konsumen untuk mengamati, mengetahui, serta memahami suatu produk maupun layanan jasa yang ditawarkan. Pemilik usaha Syariah *Laundry* Ibu Fatimah menyampaikan bahwa:

<sup>51</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>52</sup> Titin, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>53</sup> Gufron, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

Tempat yang nyaman menjadi keunggulan di Syariah *Laundry* dikarenakan kami menyediakan warung kopi yang bersebelahan langsung dengan tempat *Laundry*, sembari menunggu orderan yang di ambil oleh karyawan pelanggan atau konsumen, menunggu layanan *Laundry* express dan sebagainya bisa ngopi dulu dengan fasilitas free Wifi. Syariah *Laundry* cukup strategis di pinggir jalan, dekat dengan perumahan, mudah dijangkau oleh konsumen. Dekat dengan perumahan dimana mereka sebagian yang bekerja di kantor atau jadi PNS, ada juga ibu rumah tangga yang memiliki dua anak tetapi membuka bisnis *online* hingga menggunakan jasa di Syariah *Laundry*, Ibu rumah tangga yang ingin ringan pekerjaannya juga *Laundry* disini juga. Lokasinya *Laundry* dekat kost yang bekerja di salah satu pabrik di Jember, tentu saja menjadi langganan di Syariah *Laundry* kami.<sup>54</sup>

Karyawan Syariah *Laundry* memperkuat pernyataan dari pemilik

Syariah *Laundry*, Ajeng menyampaikan:

Menurut saya tempatnya strategis, mudah dijangkau dan berada di pinggir jalan, dekat dengan rumah-rumah warga yang memudahkan bagi mereka para ibu rumah tangga untuk men*Laundry*kan barang-barang mereka di tempat kami.<sup>55</sup>

Sarah selaku karyawan Syariah *Laundry* juga menyampaikan hal

yang sama, dengan menyampaikan:

Letak Syariah *Laundry* sendiri strategis karena berada di pinggir jalan, dekat dengan perumahan warga yang mana mayoritas pelanggan dari Syariah *Laundry* adalah ibu rumah tangga yang sibuk mengurus anak atau memiliki pekerjaan sampingan. Lokasi Syariah *Laundry* juga dekat dengan tempat kost para pekerja di salah satu pabrik di jember hal demikian yang juga menjadikan Syariah *Laundry* memiliki banyak pelanggan.

Susi selaku pelanggan Syariah *Laundry* mempertegas pernyataan

dari ajeng dengan mengatakan:

Lokasinya mudah saya jangkau karena dekat dengan kost saya bisa ditempuh dengan berjalan kaki sekitar 10 menit dari kost. Saya lebih memilih untuk men*Laundry* pakaian saya dikarenakan

<sup>54</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>55</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 10 Juli 2023



kesibukan bekerja di salah satu pabrik di Jember, jadi lebih baik saya *Laundry* saja.<sup>56</sup>

Hal tersebut juga dinyatakan oleh Titin selaku pelanggan Syariah

*Laundry*:

Tempat di Syariah *Laundry* memang nyaman banget karena disana ada warung kopi yang bersebelahan langsung dengan tempat *Laundry*nya. Jadi sambil menunggu cucian bisa ngopi-ngopi dulu sambil Wifi-an secara gratis, lumayan buat ngilangin bosan sambil nunggu.<sup>57</sup>

Susi selaku pelanggan menyampaikan demikian, seperti yang dikatakan pelanggan sebelumnya, Susi menyampaikan:

*Laundry* yang ada disini memang sangatlah membantu saya jika malas untuk mencuci apalagi jika saat musim hujan, itukan susah kering ya jadi saya menggunakan jasa *Laundry* di Syariah *Laundry*. Saat sibuk atau ada acara pasti cucian menumpuk di rumah, saya memanfaatkan saja keberadaan Syariah *Laundry* ini atau setrika saja disana juga sangat-sangatlah membantu saya sih.<sup>58</sup>

Dapat diketahui tempat Syariah *Laundry* sangat nyaman, cukup strategis karena berada di pinggir jalan, mudah dijangkau dan dekat dengan perumahan sehingga mayoritas pelanggan adalah ibu rumah tangga yang pekerjaannya rumahnya lebih ringan dan ibu rumah tangga yang memiliki pekerjaan sampingan.

Dilakukannya promosi kepada konsumen bertujuan agar konsumen lebih mengenal jasa Syariah *Laundry* yang ada di Kecamatan Umbulsari dengan melakukan beberapa kegiatan pemasaran untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa Syariah *Laundry* seperti yang disampaikan Ibu Fatimah selaku pemilik Syariah *Laundry*, beliau mengatakan:

<sup>56</sup> Susi, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>57</sup> Titin, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>58</sup> Susi, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

Promosi syariah *Laundry* dilakukan dengan cara setiap hari jum'at gratis men*Laundry* perlengkapan solat seperti mukenah, kerudung, sajadah dan sarung. Kadang kami juga menggratiskan pencucian karpet yang ada di masjid. Hal ini kami lakukan agar orang-orang lebih bisa mengenal jasa *Laundry* berbasis syariah. Diskon kami sediakan pada acara-acara tertentu saja. Kami sediakan juga layanan antar-jemput pakaian kotor secara gratis untuk daerah Umbulsari dan sekitarnya, bertujuan untuk memudahkan konsumen menggunakan layanna jasa Syariah *Laundry* ini. Menyediakan juga warung kopi dengan free Wifi yang menambah kenyamanan konsumen jika datang untuk mengorder jasa Syariah *Laundry*.<sup>59</sup>

Ajeng memperjelaskan pernyataan tersebut dengan menyampaikan:

Pengenalan produk ada beberapa cara yang kami lakukan pertama dengan menggratiskan perlengkapan solat dan krudung setiap hari jum'at, kedua pewangi yang bisa menyesuaikan selera dan keinginan konsumen, ketiga diskon di acara-acara tertentu, keempat menyediakan warung kopi dengan free Wifi yang menambah kenyamanan bagi konsumen.<sup>60</sup>

Hal tersebut diperkuat Sarah selaku karyawan Syariah *Laundry*, beliau mengatakan:

Kalau untuk promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen yang merasa puas dengan hasil cucian kami, layanan *online* di WA biasanya kalau ingin pakaian kotornya kami jemput mereka akan menghubungi kami kemudian kami jemput ke rumah pelanggan tersebut. Jika ada pelanggan yang datang untuk mengambil pakaian mereka saya bisanya menyuruh atau meminta bantuan buat merekomendasikan pada teman-teman atau saudara mereka yang butuh jasa *Laundry* seperti itu sih caranya biar makin banyak yang tau Syariah *Laundry* itu.<sup>61</sup>

Hal ini disampaikan juga oleh Titin selaku pelanggan bahwa:

Saya tau Syariah *Laundry* dari rekomendasi teman saya, teman saya merekomendasikan kepada saya karena jasa *Laundry*-nya berbasis syariah yang tentunya mengutamakan kesucian dalam proses mencucinya karena tidak semua jasa *Laundry* mengutamakan

<sup>59</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>60</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

<sup>61</sup> Sarah, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

kesucian. Maka dari itu saya beralih ke Syariah *Laundry* yang mengutamakan kesucian pada pakaian yang di cuci.<sup>62</sup>

Dari wawancara di atas dapat penulis simpulkan promosi yang dilakukan oleh syariah *Laundry* adalah dengan menggratiskan perlengkapan solat dan krudung setiap hari jum'at, pewangi yang bisa menyesuaikan selera dan keinginan konsumen, diskon di acara-acara tertentu, menyediakan warung kopi dengan free Wifi dan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan pelanggan karena merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Dari strategi pemasaran yang diterapkan Syariah *Laundry* untuk mempertahankan loyalitas konsumen, ada indikator dari loyalitas konsumen yang bisa dirasakan kualitas pelayanan oleh konsumen.

Kemampuan Syariah *Laundry* untuk menyediakan pelayanan yang baik dan tepat disampaikan oleh pemilik Syariah *Laundry*, beliau mengatakan:

Kami memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen diantaranya dengan segera menghampiri konsumen, sopan santun dalam menghadapi konsumen, menanyakan layanan *Laundry* seperti apa yang diinginkan, kapan penjemputan yang di inginkan konsumen, mengucapkan terimakasih pada konsumen jika sudah melakukan penjemputan *Laundry*-an. Syariah *Laundry* tidak jauh berbeda dengan usaha *Laundry* pada umumnya, bedanya pada proses *Laundry* atau pencucian secara syariah terutama di tahap mensucikan pakaian atau yang akan dicuci. Tahapan pertama memisahkan baju yang terkena najis, jika ada beberapa pakaian yang terkena najis lalu dipisahkan pakaian yang terkena najis agar tidak mengenai pakian yang lain. Tahapan kedua membersihkan najis dengan cara menyiram dan menyikat pakaian yang terkena najis sampai hilang warna, rasa, baunya. Setelah hilang najisnya maka boleh di campur dengan pakaian yang lain. Tahapan ketiga setelah masuk ke mesin cuci yang di isi dengan air sampai penuh

<sup>62</sup> Titin, wawancara, Jember, 10 Juli 2023

atau seperempat air. Dengan air yang bersih, tidak tercampur apapun, bukan bekas cucian sebelumnya. Selanjutnya dimasukkan semua pakaian yang akan dicuci sampai terendam semua lalu masukkan sabun atau deterjen pembersi dan pewangi. Tahapan keempat pembilasan dengan membuka penutup aliran keluar air pada mesin cuci, aliran air yang baru dialirkan kemabli begitupun seterusnya. Tahapan kelima proses pengeringan. Tahapan terakhir penyetricaan dan pengepakan. Setelah disetrica kemudian dilipat dan dibungkus dengan rapi.<sup>63</sup>

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Sarah selaku karyawan Syariah *Laundry*, dengan mengatakan:

Saya memberikan pelayanan dengan menawarkan terlebih dahulu ingin menggunakan jenis *Laundry* express atau biasa. Setelah itu saya membebaskan konsumen memilih aroma parfum pakaian yang sesuai dengan keinginan, kami menyediakan aroma Sakura, Baccarat, Ocean Fresh, Aqua Fresh, Lily, Cherry, dan Snappy tentunya dengan non alkohol di sesuaikan dengan ajaran islam dan motto Syariah *Laundry* yang berlandaskan ajaran islam. Proses selanjutnya saya melakukan penimbangan pada pakaian yang akan di *Laundry* yang disaksikan oleh pelanggan, terus saya juga menyampaikan 3 hari bisa melakukan pengambilan pakaian atau *Laundry*- mereka.<sup>64</sup>

Gufon selaku konsumen Syariah *Laundry* juga menyampaikan:

Saya pernah *Laundry* baju ditempat lain tapi hasil cucianya berbeda dengan Sayriah *Laundry* ini hasilnya bersih, rapi, dan wangi. Saya merasa aman menggunakan jasa Syariah *Laundry* karena proses pencuciannya yang menerapkan prinsip-prinsip syariah bukan hanya sekedar bersih saja tapi juga suci. Para pekerjanya-pun sangat sopan dan ramah. Memang begitu ya kalau bekerjanya dari hati pasti hasilnya juga baik.<sup>65</sup>

Hal ini juga disampaikan Titin selaku pelanggan Syariah *Laundry* dengan menyampaikan:

Saya memang jadi langganan di Syariah *Laundry* karena pelayanan yang mereka berikan benar-benar membuat saya nyaman dan puas. Waktu itu saya menggunakan layanan express yang dua jam

<sup>63</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>64</sup> Sarah, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>65</sup> Gufon, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

kebetulan hanya seragam yang saya *Laundry* makanya bisa cepet. Sambil menunggu karyawan disana menawarkan saya untuk duduk di warung kopi mereka dan disana juga tersedia free Wifi hal itu saya saya sambut dengan baik sambil nunggu bisa buat tiktokan biar ga bosan nunggu juga.<sup>66</sup>

Dari keandalan yang diberikan Syariah *Laundry* dapat diketahui pelayanan yang diberikan untuk konsumen benar-benar yang terbaik sehingga kepuasan konsumen pada usaha *Laundry* ini dapat dirasakan secara nyata.

Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang cepat. Kesanggupan layanan yang cepat di Syariah *Laundry* di sampaikan oleh pemilik Syariah *Laundry* dengan mengatakan:

Jika ada komplain dari pelanggan kami menanggapi dengan cepat, karena respon yang cepat membuat konsumen merasa dihargai. Komplainnya itu karena hasil setrika yang kurang rapi, pakaiannya masih ada noda, namanya juga klo cucian banyak pasti ada keteledoran dari pihak kami-lah. Semaksimal mungkin kami akan melakukan tanggung jawab dengan kembali men-*Laundry* pakaian yang masih ada noda atau setrika kurang rapi pasti akan kami lakukan setrika ulang. Kalau hilang dan tertukar itu pas di awal-awal kami membuka usaha itu, cara pertanggung jawaban kami dengan mengganti uang, karena kami kan tidak hafal, tidak tau seperti apa baju yang ketuker atau hilang tersebut kan banyak juga baju-baju yang di *Laundry* disini. Maka dari itu kami membuat pelayanan baru dengan mengitung perbijian baju dan perkiloan baju kemudian di catat di note yang kami sediakan dengan nama, alamat, jumlah (satuan atau kiloan), beserta nomer teleponnya atau WA.<sup>67</sup>

Pernyataan pemilik Syariah *Laundry* di pertegas oleh Ajeng selaku karyawan Syariah *Laundry*:

Ketelerodan pasti ada begitu juga komplain dari pelanggan Ibu Fatimah pasti akan merespon dengan cepat dan tanggap apa yang

<sup>66</sup> Titin, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>67</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

di inginkan konsumen, begitupun saya juga akan merespon setiap kebutuhan konsumen seperti aroma parfum apa yang ingin di pilih agar sesuai dengan selera mereka. Informasi seperti kapan pengambilan baju bisa di ambil, adanya pengantaran dan penjemputan baju kotor secara gratis, saya menyampaikan informasi-informasi seputar Syariah *Laundry* dengan lugas dan jelas. Dengan begitu diharapkan kualitas pelayanan dari Syariah *Laundry* dapat memuaskan.<sup>68</sup>

Susi selaku pelanggan Syariah *Laundry* mengatakan hal yang sama, dengan mengatakan:

Pernah waktu itu baju saya masih ada noda, masih kotor gitu saya balik ke Syariah *Laundry* kebetulan Ibu Fatimah ada disana saya menyampaikan keluhan saya pada Ibu Fatimah kemudian Ibu Fatimah merespon keluhan saya dengan baik dan cepat jadi keluhan saya bisa segera teratasi. Sebagai permintaan maaf-nya Ibu Fatimah mencuci baju saya itu secara gratis.<sup>69</sup>

Titin selaku pelanggan Syariah *Laundry* juga mengatakan hal tersebut dengan menyampaikan:

Keluhan saya ke Syariah *Laundry* itu pas baju saya ada yang ga ada, waktu itu celana saya ga ada. Saya ke Syariah *Laundry* buat menyampaikan keluhan saya, bajunya hilang atau keselimpet dengan *Laundry*-an lain atau bagaimana. Lalu karyawan yang ada disana langsung merespon keluhan saya dengan cepat dengan mencari celana saya itu dan ternyata celananya belum kering dan lupa kalau itu bagian dari *Laundry*-an saya, bersyukur banget belum hilang atau rusak dan semacamnya. Karyawan disana minta maaf sama saya sebagai permintaan maafnya dia ngasik sanya minum kopi yang disediakan sembari menunggu celanan saya disetrika. Puas banget si sama pelayanan disana yang ramah dan sopan.<sup>70</sup>

Ketanggapan karyawan di Syariah *Laundry* dibuktikan dengan penanganan yang cepat pada setiap keluhan konsumen agar bisa teratasi.

Kesanggupam karyawan memiliki sikap sopan santun kepada para pelanggan dengan membangkitkan rasa kepercayaan pelanggan.

<sup>68</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>69</sup> Susi, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>70</sup> Titin, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

Pernyataan itu disampaikan oleh pemilik Syariah *Laundry*, Ibu Fatimah dengan mengatakan:

Seperti yang saya katakan sebelumnya jika terjadi kelalaian dari pihak kami, kami bersedia bertanggung jawab dengan mengganti yang baru atau mengganti dengan sejumlah uang. Sebelum mengganti kami akan mencari terlebih dahulu pakaian atau barang yang pelanggan yang hilang. Jikalau rusak kami akan mengganti atau memberi mereka uang, tapi kalau masih kotor atau kurang rapi kami akan melakukan pencucian ulang dan setrika ulang agar konsumen merasa puas dengan pelayanan kami. Komplain yang pelanggan tujukan pada Syariah *Laundry* kami melayaninya dengan sabar, tutur kata yang baik, sopan santun serta bagaimana pelanggan merasa nyaman menyampaikan keluhannya hal ini terbukti disetiap ada keluhan pastinya mereka akan menyampaikan dengan baik dan memberikan kami masukan-masukan membangun bagi kemajuan usaha Syariah *Laundry* ini dan mereka tidak beralih ke tempat *Laundry* yang lain.<sup>71</sup>

Pernyataan tersebut di jelaskan lagi oleh Sarah selaku karyawan Syariah *Laundry*, dengan mengatakan:

Kami akan mengganti atau bertanggung jawab sepenuhnya dan secepatnya mengganti kelalaian yang kami buat agar konsumen merasa dihargai dan tidak merasa kecewa dengan pelayanan di Syariah *Laundry*. Beberapa hal yang kami lakukan untuk bertanggung jawab pertama dengan mencari barang tersebut, kedua memberikan sejumlah uang sesuai dengan harga barang tersebut, ketiga akan men-*Laundry* pakaian atau barang jika masih tetap kotor dan kurang rapi tanpa dipungut biaya lagi.<sup>72</sup>

Titin selaku pelanggan mengatakan hal serupa dengan menyampaikan:

Sebenarnya saya pernah kehilangan baju di Syariah *Laundry*. Saya pernah komplain dan ga minta tanggungjawab karena bajunya dari mantan saya makanya saya ga minta ganti rugi, biarin aja hilang. Kejadian itu pas awal-awal baru buka *Laundry*-nya, kalau sekarang kan meskipun di timbang kiloan tetep aja di hitung perbiji buat mencegah hilang katanya. Saat saya menyampaikan keluhan saya

<sup>71</sup> Fatimah, *wawancara*, Jember, 11 Juli 2023

<sup>72</sup> Sarah, *wawancara*, Jember, 11 Juli 2023

mereka tu tetep sabar dengerin keluhan saya dan tetep sopan santun makanya saya ga beralih ke tempat lain karena udah ngerasa nyaman dan percaya sama Syariah *Laundry* ini.<sup>73</sup>

Hal tersebut dipertegas lagi oleh Gufron selaku pelanggan dengan menyampaikan:

Aku tuh pernah *Laundry* pas bajuku masih ada nodanya, keesokannya aku kesana buat bilang sama ibunya kalau bajuku masih kotor. Ibunya minta maaf dan men-*Laundry* ulang baju aku yang masih kotor itu secara gratis. Makanya aku tetep *Laundry* disana karena sistem pelayanannya yang di ubah karena belajar dari kesalahan. Soalnya di pengalam saya perh *Laundry* di tempat lain meskipun tanggungjawab tapi tetep aja kotor dari situ saya beralih ke Syariah *Laundry* saja karena saya merasa puas dan percaya kalau *Laundry* disini bukan cuma label saya tapi memang diterapkan syariahnya.<sup>74</sup>

Dari wawancara diatas jaminan Syariah *Laundry* meliputi sopan santun yang dilakukan oleh karyawan dalam mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen hal ini untuk membangkitkan rasa kepercayaan konsumen pada pelayanan Syariah *Laundry*

Rasa perhatian dan peduli secara pribadi antara hubungan karyawan dan pelanggan. Empati ini juga diterapkan di Syariah *Laundry* seperti yang disampaikan Ibu Fatimah selaku pemilik dengan menyampaikan:

Rasa empati yang kami tunjukkan dengan memberikan perhatian pada konsumen melalui memenuhi setiap permintaan dan kebutuhan konsumen. Rasa itu kami tunjukkan dengan pemilihan aroma parfum yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, kami tunjukkan pada pelayanan *Laundry* express dimana konsumen menginginkan pakaian mereka kering dalam dua jam maka kami akan memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan kebuhan konsumen tujuannya untuk konsumen merasa puas dengan layanan yang kami berikan. Kami juga tunjukkan perhatian kami saat sedang mencuci dan menyetrika

<sup>73</sup> Titin, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>74</sup> Gufron, wawancara, Jember, 11 Juli 2023



pakaian konsumen dengan kehati-hatian supaya tidak ada baju yang rusak, kelunturan, kotor, dan hilang.<sup>75</sup>

Ajeng selaku karyawan juga menyampaikan hal serupa dengan mengatakan:

Perhatian yang saya berikan selaku karyawan pada pelanggan dengan mendengarkan keluhan konsumen dengan sabar dan penanganan yang cepat untuk pelanggan. Sebelum itu saya kan meminta maaf atas ketidaknyaman yang diterima konsumen dan sesegera mungkin akan bertanggung jawab.<sup>76</sup>

Hal tersebut diperjelas oleh Susi selaku pelanggan *Syariah Laundry*, beliau menyampaikan:

*Syariah Laundry* memberikan perhatian dengan membebaskan saya selaku konsumen memilih aroma parfum yang diinginkan dan memahami setiap kebutuhan saya kalau sedang me*Laundry* disana. Operasional waktu yang nyaman buat saya soalnya saya kan ga bisa anterin pagi jadi saya anterin malem kan bukannya sampek malem disana.<sup>77</sup>

Dari wawancara ini diketahui rasa empati *Syariah Laundry* mencangkup rasa peduli dan perhatian yang diberikan secara pribadi oleh karyawan kepada kosumen sampai merasa nyaman.

## **2. Kendala Penerapan Strategi Usaha *Laundry* Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen**

Dalam penerapan strategi pemasaran usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen pastinya akan ada kendala yang dihadapi disetiap usaha yang menjalankannya. hal ini juga disampaikan ole pemilik *Syariah Laundry*, Ibu Fatimah mengatakan bahwa:

<sup>75</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>76</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

<sup>77</sup> Susi, wawancara, Jember, 11 Juli 2023

Awal-awal kendalanya itu saat pertama kali membangun usaha Syariah *Laundry* ini karena sering banyak keluhan dari konsumen karena bajunya hilang, ketuker atau terkena lunturan. Tetapi karena kami menerima keluhan dengan baik dan belajar dari kesalahan untuk memperbaiki kesalahan tersebut dengan manajemen yang baik. Misalnya kami akan memisahkan baju putih dengan yang warna, baju yang mudah luntur dan yang tidak, biasanya kami juga tanyakan kepada pelanggan mana saja baju yang mudah luntur hal ini kami komunikasikan dengan baik pada konsumen untuk mencegah kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi. Untuk kendala saat ini *pertama* banyaknya persaingan di usaha yang serupa ini ya, karena banyak usaha *Laundry-Laundry* kiloan bedanya kalau disini berbasis syariah sedangkan yang lain tidak. *Kedua* dalam penerapan biasanya kalau ada komplain jika bajunya masih ada noda padahal kami kan menerapkan usaha berbasis syariah yang mengutamakan kebersihan pada setiap produk yang di kerjakan. *Ketiga* pada promosi kami hanya bergantung dari mulut ke mulut saja belum mengpromosikan lewat media sosial, brosur, dan pamflet. *Keempat* kendala itu biasanya ada konsumen yang menyaman proses pencucian *Laundry* disini dengan yang lain sebenarnya-kan berbeda proses pencucian Syariah *Laundry* adalah dengan memisahkan pakaian yang terkena najis dan yang tidak, yang terkena najis dihilangkan terlebih dahulu sebelum di campur dengan pakaian yang tidak najis dan dibilas dengan air yang mengalir supaya bersih dan suci. Banyak *Laundry* yang bersih belum tentu suci. *Kelima* program seperti diskon, kartu keanggotaan dan potongan-potongan harga belum diterapkan secara maksimal untuk bisa menjangkau konsumen yang lebih luas.<sup>78</sup>

Hal ini diperjelas lagi oleh Ajeng selaku karyawan Syariah

*Laundry:*

Kendalanya kurang maksimalnya dalam menggunakan media sosial meskipun disini ada layanan secara *online* tapi saya tidak pernah membuat stori-stori di WA itu karena kalau lagi banyak *Laundry-an* ga kira pegang hp. Konsumen kadang si suka komplain karena saya ga baca WAnya buat anter atau jemput barang mereka, ga jarang juga kadang mereka spam saya. Kadang itu saat konsumen menerima pakaian yang masih kotor mereka akan mengatakan “katanya disini *Laundry* dengan sistem syariah tapi kenapa masih kotor, katanya mengutamakan kebersihan dan kesuciannya tai kenapa masih kotor” saya jelaskan dengan baik

<sup>78</sup> Fatimah, wawancara, Jember, 12 Juli 2023

sama pelanggan tersebut dengan meminta maaf atas pelayanan yang diterima kemudian saya mencuci lagi. Kurang telitinya di proses pencucian menjadi kendala juga di Syariah *Laundry* tetapi kami berusaha untuk mencegah ketidak telitian tersebut, pada saat proses setrika itu kamu cek ulang.<sup>79</sup>

Sarah selaku karyawan Syariah *Laundry* menyampaikan:

Penggunaan media sosial yang kurang di maksimalkan oleh Ibu Fatimah sulit untuk saya melakukan promosi atau merekomendasikannya kepada orang lain. Tidak adanya pamflet atau foto-foto daftar harga atau diskon Syariah *Laundry* mengakibatkan kami para karyawan menjelaskan secara seksama dan jelas. Susah juga klo ga ada brosur buat mencari konsumen baru kalau cuman dijelasin kadang ga percaya.

Titin selaku pelanggan memperkuat pernyataan tersebut

mengatakan:

Pada layanan *online* WA di Syariah *Laundry* kurang responsif. Waktu itu saya ingin minta jemput pakaian kotor di rumah mungkin karena banyak *Laundry*-an ya jadinya lama banget buat responnya. Saya inisiatif sendiri buat bilang dulu kalau cucian yang udah selesai di cuci buat dianterin ke rumah, karena mungkin saya pelanggan lama jadi mereka langsung ke rumah tanpa WA saya dulu.<sup>80</sup>

Hal tersebut di pekuat lagi oleh Susi pelanggan menyampaikan:

Pelayanannya bagus dan ramah, mungkin karyawannya perlu di tambah karena untuk melayani konsumen saat mencari barang lama mungkin karena banyak *Laundry*-an jadi susah ketemu, jadinya lama nunggunya. Sama kurang diskon atau brosur-brosur gitu kalau saya lagi rekomendasiin ke temen susah buat nunjukinnya.<sup>81</sup>

Diperjelas lagi oleh Gufron selaku pelanggan Syariah *Laundry*

dengan berkata:

Kalau di Syariah *Laundry* itu masih belum ada potongan-potongan atau diskon menarik buat pelanggannya, padahal saya termasuk konsumen yang sering *Laundry* disana. *Laundry* disana bisa 3-4

<sup>79</sup> Ajeng, wawancara, Jember, 12 Juli 2023

<sup>80</sup> Titin, wawancara, Jember, 12 Juli 2023

<sup>81</sup> Susi, wawancara, Jember, 12 Juli 2023

kali dalam seminggu loh, ya kedepannya saya berharap bisa ada promosi-promosi menarik sih.<sup>82</sup>

Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dikatakan bahwa kendala yang berat itu saat di awal membuka usaha *Syariah Laundry* yang banyak keluhan dari para konsumen. Saat ini kendala terbesar dari promosi yang kurang memaksimalkan media sosial jadi sulit untuk menarik minat konsumen baru.

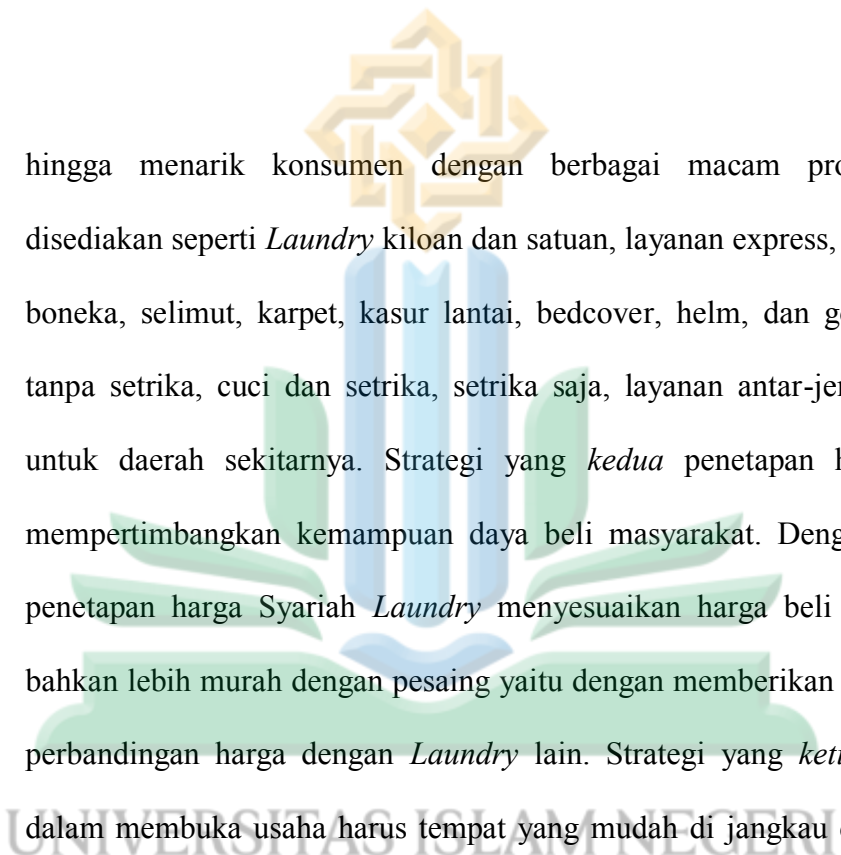
### C. PEMBAHASAN TEMUAN

#### 1. Strategi Usaha *Laundry* Berlabel *Syariah* Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Dari beberapa hasil wawancara yang telah disajikan serta pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tentang pembahasan strategi usaha *Laundry* berlabel *syariah* untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Untuk mempertahankan konsumen loyal perusahaan memiliki strategi agar bisa berkembang dan bertahan salah satunya dengan strategi manajemen hubungan dengan konsumen. Konsumen merupakan fokus utama yang menjadi kunci mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan. Demikian dengan strategi usaha *Laundry* berlabel *syariah* di *Syariah Laundry* untuk mempertahankan loyalitas konsumen, menerapkan beberapa strategi untuk menarik minat konsumen diantaranya:

Strategi pemasaran menurut Kotler dan Keller *pertama* yaitu produk, meliputi kualitas dan komponen atau bahan, ketersediaan layanan dan jaminan. *Syariah Laundry* memberikan kualitas pelayanan yang baik

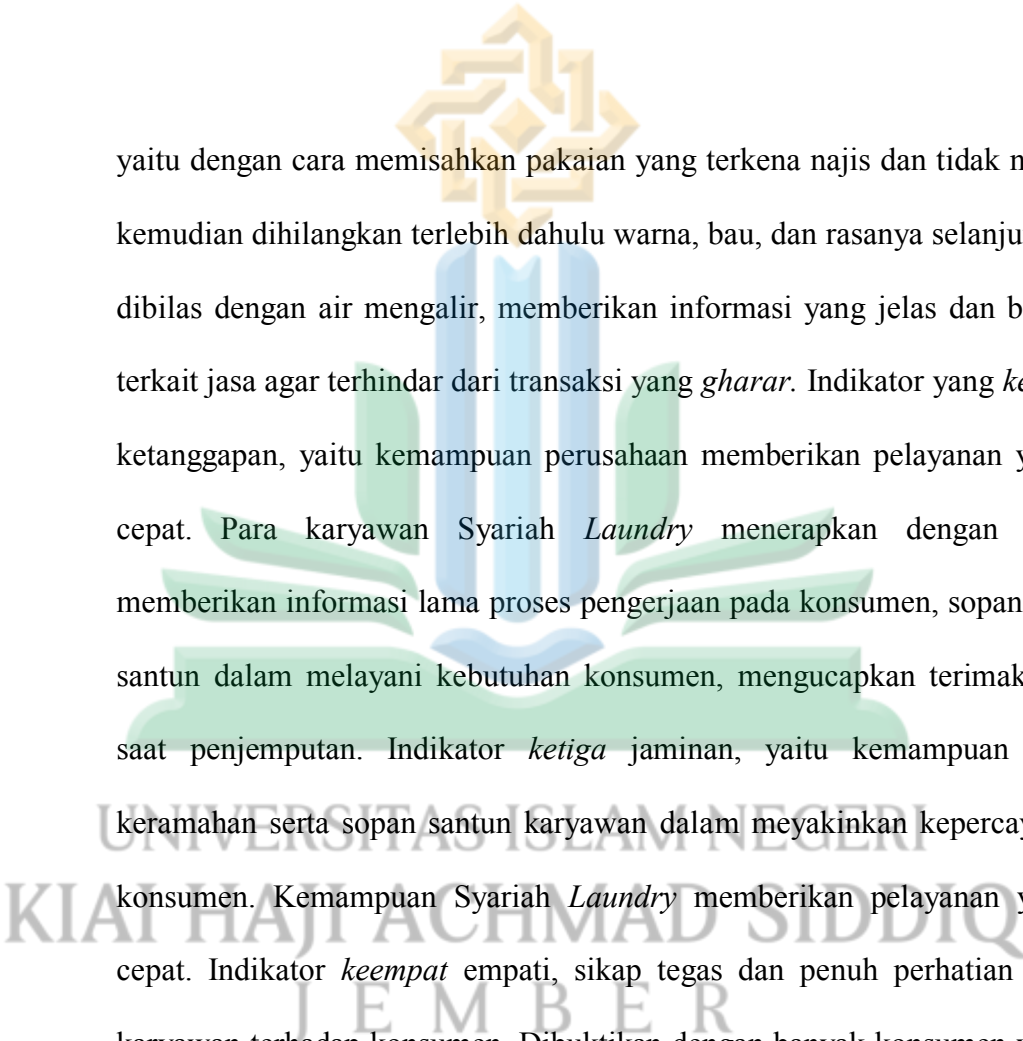
<sup>82</sup> Gufron, *wawancara*, Jember, 12 Juli 2023



hingga menarik konsumen dengan berbagai macam produk yang disediakan seperti *Laundry* kiloan dan satuan, layanan express, tas, sepatu, boneka, selimut, karpet, kasur lantai, bedcover, helm, dan gordena, cuci tanpa setrika, cuci dan setrika, setrika saja, layanan antar-jemput gratis untuk daerah sekitarnya. Strategi yang *kedua* penetapan harga yang mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Dengan strategi penetapan harga Syariah *Laundry* menyesuaikan harga beli konsumen, bahkan lebih murah dengan pesaing yaitu dengan memberikan selisih atau perbandingan harga dengan *Laundry* lain. Strategi yang *ketiga* tempat, dalam membuka usaha harus tempat yang mudah dijangkau dan dilihat.

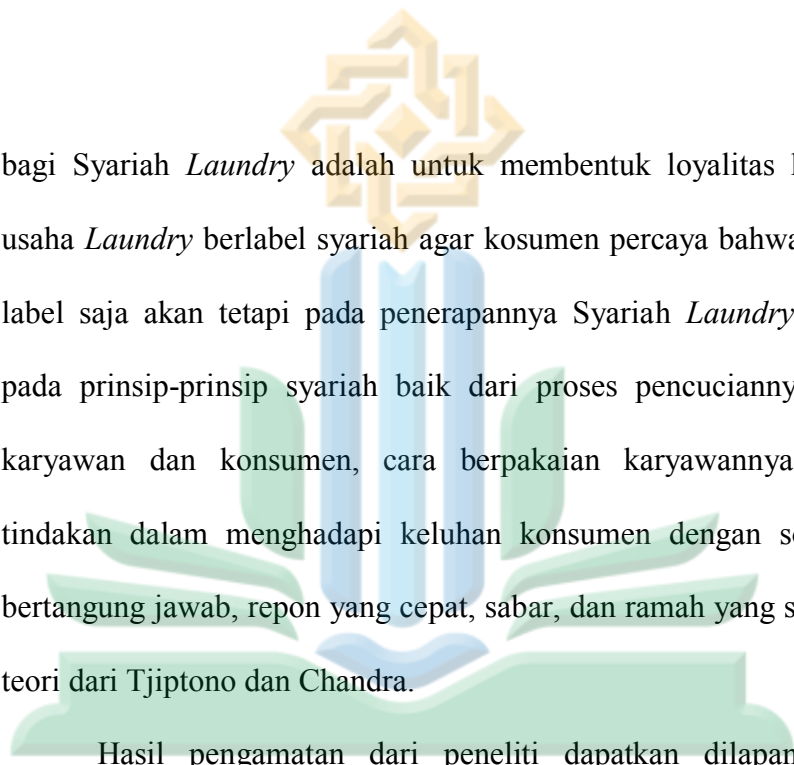
Syariah *Laundry* menyediakan tempat yang nyaman dan sangat strategis. Strategi yang *keempat* promosi, dengan memberikan pelayanan yang baik dan memberikan jasa yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen. Promosi yang dilakukan Syariah *Laundry* dengan menggratiskan krudung dan peralatan solat setiap hari jum'at, promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan konsumen saat mereka puas dengan kualitas pelayanan di Syariah *Laundry* serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha *Laundry* berlabel syariah, ada beberapa indikator yang bisa dirasakan konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan. Indikator menurut Tjiptono dan Chandra yang *pertama* keandalan, yaitu kemampuan untuk menyediakan dan tepat. Dengan konsep layanan Syariah yang disesuaikan pada label Syariah *Laundry* diantaranya: proses pencucian dengan konsep *thaharah*



yaitu dengan cara memisahkan pakaian yang terkena najis dan tidak najis, kemudian dihilangkan terlebih dahulu warna, bau, dan rasanya selanjutnya dibilas dengan air mengalir, memberikan informasi yang jelas dan benar terkait jasa agar terhindar dari transaksi yang *gharar*. Indikator yang *kedua* ketanggapan, yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang cepat. Para karyawan Syariah *Laundry* menerapkan dengan cara memberikan informasi lama proses pengerjaan pada konsumen, sopan dan santun dalam melayani kebutuhan konsumen, mengucapkan terimakasih saat penjemputan. Indikator *ketiga* jaminan, yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun karyawan dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Kemampuan Syariah *Laundry* memberikan pelayanan yang cepat. Indikator *keempat* empati, sikap tegas dan penuh perhatian dari karyawan terhadap konsumen. Dibuktikan dengan banyak konsumen yang merasa puas dengan kualitas pelayanan di Syariah *Laundry* dimana saat konsumen menyampaikan keluhannya pekerja di Syariah *Laundry* akan cepat merespon dengan cara meminta maaf, bertanggung jawab jika ada yang rusak atau hilang, langsung mencari jika terjadi kehilangan atau tertukar.

Strategi pemasaran yang dilakukan di Syariah *Laundry* sesuai dengan teori dari Kotler dan Keller yang menunjukkan adanya kualitas produk yang baik, penetapan yang sesuai dengan daya beli konsumen, tempat yang strategis dan mudah di jangkau serta promosi dari mulut ke mulut dan menggunakan media sosial. Tujuan dari pelayanan yang baik



bagi Syariah *Laundry* adalah untuk membentuk loyalitas konsumen di usaha *Laundry* berlabel syariah agar konsumen percaya bahwa tidak hanya label saja akan tetapi pada penerapannya Syariah *Laundry* berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah baik dari proses pencuciannya, hubungan karyawan dan konsumen, cara berpakaian karyawannya, sikap dan tindakan dalam menghadapi keluhan konsumen dengan sopan santun, bertanggung jawab, repon yang cepat, sabar, dan ramah yang sesuai dengan teori dari Tjiptono dan Chandra.

Hasil pengamatan dari peneliti dapatkan dilapangan tentang strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen dilakukan dengan baik. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha *Laundry* berlabel syariah pemilik usaha *Laundry* membangun kepercayaan konsumen dengan kualitas pelayanan yang berlandaskan kosep syariah seperti pada proses pencucian, penyampaian transaksi secara jelas agar tidak ada unsur *gharar*, bertanggung jawab dan jujur jika terjadi kesalahan dalam proses men-*Laundry* barang-barang konsumen hal ini dilakukan akan konsumen melakukan pembelian berulang dan setia pada Syariah *Laundry*. Sementara itu, peneliti menemukan bahwa pelanggan dari Syariah *Laundry* mayoritas adalah ibu-ibu rumah tangga di perumahan yang memiliki kesibuan mengurus anak dan memiliki usaha sampingan agar pekerjaan mereka lebih ringan. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Nurlaila yang berjudul “Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha *Laundry* berlabel Syariah

(Studi Pada *Laundry* Syari Com Kota Medan)” yang pembahasannya sama-sama tentang analisis strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha *Laundry* berlabel syariah

## 2. Kendala Penerapan Strategi Usaha *Laundry* Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Dari hasil wawancara yang telah diinterpretasikan dalam uraian singkat serta pengamatan peneliti tentang kendala penerapan strategi usaha *Laundry* berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Kendala penerapan strategi usaha Syariah *Laundry* untuk mempertahankan konsumen yang loyal atau setia. *Pertama*, banyaknya persaingan di usaha yang serupa pada usaha *Laundry-Laundry* kiloan bedanya kalau Syariah *Laundry* berbasis syariah sedangkan yang lain tidak. *Kedua*, adanya komplain baju masih ada noda padahal Syariah *Laundry* menerapkan usaha berbasis syariah yang mengutamakan kebersihan (*thaharah*). *Ketiga*, promosi Syariah *Laundry* hanya bergantung dari mulut ke mulut saja belum mempromosikan lewat media sosial, brosur, dan pamflet. *Keempat* ada konsumen yang menyaman proses pencucian Syariah *Laundry* dengan *Laundry* kiloan lain pada kenyataannya berbeda dari proses pencucian Syariah *Laundry* dengan memisahkan pakaian yang terkena najis dan yang tidak, yang terkena najis dihilangkan terlebih dahulu sebelum di campur dengan pakaian yang tidak najis dan dibilas dengan air yang mengalir supaya bersih dan suci. *Kelima*, program seperti diskon, kartu keanggotaan dan potongan-potongan harga belum diterapkan secara maksimal untuk



bisa menjangkau konsumen yang lebih luas. *Keenam*, kurang teliti saat proses pencucian yang kadang menyebabkan menerima komplain atau keluhan dari pelanggan.

Dari kendala penerapan strategi usaha Syariah *Laundry* mempertahankan loyalitas konsumen di awal mereka membangun usaha akan tetapi kemudian mereka memperbaiki dengan setiap keluhan dan kritikan membangun para konsumen, yang awalnya kurang percaya terhadap label syariah yang mereka sematkan hingga Syariah *Laundry* bisa membangun kepercayaan mereka dengan membuktikan perbaikan-perbaikan yang dapat dirasakan konsumen. Selain itu, kendala Syariah *Laundry* terlihat pada promosi produk yang kurang memaksimalkan media sosial sebagai strategi pemasaran di Syariah *Laundry* sehingga sulit menemukan konsumen baru.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

1. Strategi Usaha *Laundry* Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Strategi Syariah *Laundry* mempertahankan loyalitas konsumen dengan kepercayaan dan kualitas pelayanan yaitu memberikan banyak produk (layanan berbagai jenis *Laundry* yang bisa dipilih), mengatakan dengan jujur apabila terjadi kecatatan, kelunturan, hilang, dan rusak, jasa antar-jemput gratis, pencucian dengan konsep *thaharah*, menampung keluhan dan saran serta berusaha mencari solusi dengan mengedepankan sikap sopan santun, ramah sabar, dan bertanggung jawab.

2. Kendala Penerapan Strategi Usaha *Laundry* Berlabel Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Kendala Syariah *Laundry* di awal mereka membuka usaha yang kemudian selalu memperbaiki kesalahan dengan kritikan membangun pada pelanggan sehingga perbaikan tersebut bisa dirasakan secara langsung oleh pelanggan dan juga kurang memaksimalkan media sosial sebagai media promosi yang efektif.

#### B. SARAN

Pemilik usaha Syariah *Laundry* sebaiknya lebih giat dalam memperluas pasar dan harus bisa membaca pasar (keinginan konsumen)

dengan maksimalkan media sosial agar Syariah *Laundry* jauh lebih berkembang dari saat ini serta pelayanannya lebih maksimal.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## DAFTAR PUSTAKA

- Almas, Nadia. "Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Hotel Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Hotel Syariah Grand S'kuntum Kota Metro)". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.
- Burhanuddin. "Analisis Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19". *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no.2 (Juli – Desember, 2020): 382-384.
- Erawati, Sherly Hesti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce". *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 17, no.2 (2020), 305-309.
- Fath, Muhammad. "Dampak Label Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah". *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* 3 no.1 (2023), 223.
- Fitri, Sintia. "Jasa Laundry Dalam Tinjauan Islam Studi Kasus Jasa Laundry di Kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir". *Jurnal Syariah* 8, no.1 (April, 2020), 92.
- Giyarto. *Sumber Daya Alam dan Pemanfaatannya*. Klaten: Mitra Kompetensi, 2015.
- Haida, Nur. "Sharia Marketing Model pada Bisnis Laundry Syariah (Case Study pada Zada Laundry Syariah Sumber Cirebon)". *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 6, no.1 (2022), 54.
- Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, dan Dean A. Shepeherd. *Entrepreneurship Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat, 2020.
- Indrayani, Dewi. "Tinjauan Fiqh Muamalah Pada Praktik Sewa Jasa Laundry Syariah Arransha". *Indonesian Journal Of Multidisciplinary Islamic Studies* 3, no.2 (Juli-Desember 2021), 114-115
- Iyasa, Syaratul. 2021. "Pengaruh Bauran Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Loyalitas Pelanggan Pada Laundry Fajarna Kota Banda Aceh". Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Juhaena. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berkah Laundry di Kecamatan Sinjai Utara". Skripsi, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, 2021.
- Junaedi. *Loyalitas Pelanggan Pemasangan Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.

- Khodijah, Siti, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto. "Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perspektif Islam". *Jurnal Riset Ekonomi 2*, no.6 (Mei, 2023): 737.
- Mashuri. "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 9*, no.1 (Juni 2020), 58.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakaryam, 1989.
- Nancy, Jenny. *Peluang Usaha dan Strategi Pemasarannya*. Cirebon: PT Arr Rad Pratama, 2023.
- Nurjanah dan Rafiza Zuliani. "Dampak Label Syariah Terhadap Pendapatan Pada Usaha Jasa di Kota Langsa (Studi Kasus Pada Amanah Wash Laundry Syariah)". *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah 12*, no.1 (Juni, 2020).
- Nurjanah, Sila. "Analisis Mengelola *Brand Image* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada G Hotel Syariah dan Hotel Nusantara Syariah Bandar Lampung)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2019.
- Nurlaila. "Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha *Laundry* berlabel Syariah (Studi Pada *Laundry* Syari Com Kota Medan)". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumetara Utara Medan, 2020.
- Pranajaya, Eka, Teddy Setiawan, dan Dwinanto Priyo Susetyo. "Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan: Survey Tentang Pelayanan dan Loyalitas Pada Perusahaan Jasa". *Jurnal Disrupsi Bisnis 4*, no.4 (Juli 2021), 305-307.
- Puspaningrum, Astrid. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket)*. Malang: Media Nusa Creative, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Rahayu, Sri. 2019. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. Palembang: Anugerah Jaya.
- Ronas, Calvin. "Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid 19 Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Marie 18 Clinic Bengkulu)". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021.
- Sholihah, Ma'rifatus. "Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang". Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, 2020.

- Siregar, Lia Vebrina, Mustapa Kamal Rokan, dan Isnaini Harahap. “Analisis Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah”. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2019).
- Siregar, Resi Atna. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Yang Berlabel Syariah di Kabupaten Mandailin Natal”. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no.1 (April, 2020): 19.
- Sukei. *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan*. Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2009.
- Thendywinaryo, Claudia, Amelia Sidik, & Felicia Goenawan. 2021. “Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM Retail Non Makanan di Indonesia Timur (Studi Kasus Pada New Em Collection)”. *Jurnal E-Komunikasi* 9, no.2 (2021): 3.
- Tjiptono, Fandy Brand. *Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi, 2005.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Masriatul Wahyuni  
NIM : E20192329  
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bawah skripsi ini dengan judul “STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN USAHA LAUNDRY BERLABEL SYARIAH (STUDI KASUS SYARIAH LAUNDRY DI KECAMATAN UMBULSARI KABUPATEN JEMBER)” adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 13 September 2023  
Saya yang menyatakan



**Masriatul Wahyuni**  
NIM: E 20192329



### Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha <i>Laundry</i> Berlabel Syariah (Studi Kasus Syariah <i>Laundry</i> di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Strategi mempertahankan loyalitas konsumen</li> <li>Loyalitas konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Strategi pemasaran</li> <li>Indikator loyalitas konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsep kualitas pelayanan</li> <li>Konsep harga</li> <li>Konsep lokasi usaha</li> <li>Konsep promosi</li> <li>Keandalan</li> <li>Ketanggapan</li> <li>Jaminan</li> <li>Empati</li> </ol>	<p><b>Informan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pemilik usaha Syariah <i>Laundry</i></li> <li>Karyawan Syariah <i>Laundry</i></li> <li>Pelanggan Syariah <i>Laundry</i></li> </ol> <p><b>Dokumen</b></p> <p>Foto wawancara dengan informan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pendekatan Penelitian: Kualitatif</li> <li>Jenis Penelitian: Deskriptif</li> <li>Lokasi Penelitian: Bertempat di Syariah <i>Laundry</i> Kelurahan Umbulrejo Kecamatan Umbersari Kabupaten Jember</li> <li>Teknik Pemilihan Subyek: Teknik <i>Purposive</i></li> <li>Teknik Pengumpulan Data:             <ol style="list-style-type: none"> <li>Wawancara</li> <li>Obsevasi</li> </ol> </li> <li>Analisis Data: Deskriptif</li> <li>Keabsahan Data: Triangulasi sumber</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bagaimana strategi usaha <i>Laundry</i> berlabel syariah untuk memperthankan loyalita konsumen?</li> <li>Bagaimana kendala penerapan strategi usaha <i>Laundry</i> berlabel syariah untuk mempertahankan loyalitas konsumen?</li> </ol>





## PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana Anda mempertahankan loyalitas konsumen di Syariah *laundry*?
2. Strategi apa saja yang dilakukan Syariah *laundry* untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha berlabel syariah ?
3. Apa alasan Anda memilih jasa *laundry* di Syariah *laundry* ?
4. Bagaimana pihak jasa di Syariah *laundry* menanggapi komplain dari konsumen ketika ada kendala ?
5. Apakah pihak jasa Syariah *laundry* memberitahu jika ada kecatatan, kelunturan, bahkan kerusakan pada barang yang di *laundry* ?
6. Apakah ada kendala selama Anda menggunakan jasa Syariah *laundry* ?
7. Apa yang menjadi alasan Anda memilih jasa di Syariah *laundry* ?
8. Bagaimana kualitas pelayanan di Syariah *laundry* dari segi keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati ?
9. Apakah tempat atau lokasi di Syariah *laundry* strategis ?
10. Bagaimana praktek proses pencucian pada Syariah *laundry* ?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febl.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- 847 /Un.22/7.a/PP.00.9/05/2023 12 Mei 2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.  
Pimpinan Usaha Syariah Laundry  
Dsn. Sidomulyo Ds. Umbulrejo Kec. Umbulsari

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Masriatul Wahyuni  
NIM : E20192329  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah (Studi pada Laundry Syariah Umbulsari) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah  
(Studi Kasus Syariah Laundry di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)

Lokasi Penelitian: Syariah *laundry* Kelurahan Umbulrejo Kecamatan Umbersari  
Kabupaten Jember

No.	Hari / Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	10 Juli 2023	Menyerahkan surat izin penelitian kepada Fatimah selaku pemilik usaha Syariah <i>laundry</i>	
2	10 Juli 2023	Wawancara dengan Fatimah selaku pemilik usaha Syariah <i>laundry</i> )	
3	10 Juli 2023	Wawancara dengan Ajeng selaku karyawan Syariah <i>laundry</i>	
4	10 Juli 2023	Wawancara dengan Sarah selaku karyawan Syariah <i>laundry</i>	
5	11 Juli 2023	Wawancara dengan Susi selaku pelanggan Syariah <i>laundry</i>	
6	11 Juli 2023	Wawancara dengan Titin selaku pelanggan Syariah <i>laundry</i>	
7	11 Juli 2023	Wawancara dengan Gufron selaku pelanggan Syariah <i>laundry</i>	
8	12 Juli 2023	Wawancara dengan Susi selaku pelanggan Syariah <i>laundry</i>	
9	12 Juli 2023	Wawancara kembali dengan Fatimah selaku pemilik Syariah <i>laundry</i>	
10	12 Juli 2023	Wawancara kembali dengan Gufron selaku pelanggan Syariah <i>laundry</i>	

Jember, 29 Agustus 2023

Fatimah  
Pemilik Syariah Laundry



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fatimah

Jabatan : Pemilik Usaha Syariah *Laundry*

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Masriatul Wahyuni

NIM : E20192329

Fakultas/ Jurusan Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam/  
Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad  
Siddiq (UIN KHAS) Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Telah selesai melakukan penelitian di Syariah *laundry* Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha *laundry* berlabel syariah (studi kasus Syariah *laundry* di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Tanggal, 17 Juli 2023  
Pemilik Usaha Syariah *Laundry*

  
Fatimah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id)  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



**SURAT KETERANGAN**


Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Masriatul Wahyuni  
NIM : E20192329  
Semester : IX

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 13 September 2023  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
M.F. Hidayatullah





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataran No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail. [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-25.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/08/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Masriatul Wahyuni  
NIM : E20192329  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlabel Syariah ( Studi Kasus Syariah Laundry Di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 Agustus 2023  
An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



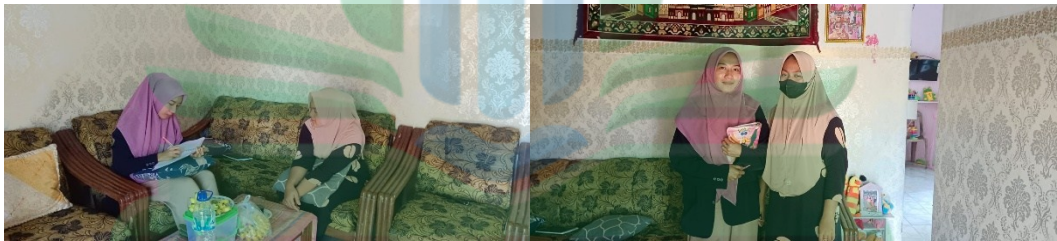
Syahri Mulyadi



**DOKUMENTASI**



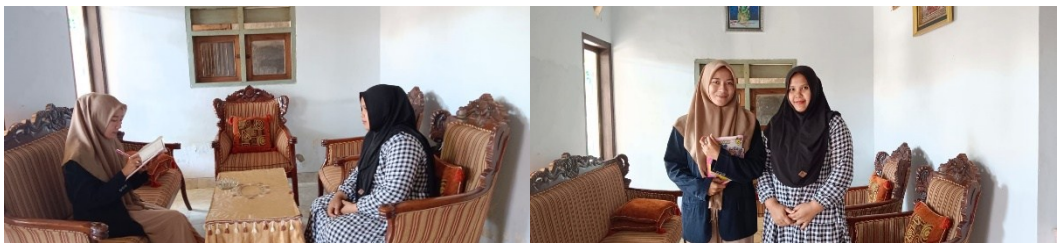
Sumber: Wawancara dengan Fatimah selaku pemilik Syariah Laundry



Sumber: Wawancara dengan Ajeng selaku karyawan Syariah Laundry



Sumber: Wawancara dengan Sarah selaku karyawan Syariah Laundry



Sumber: Wawancara dengan Susi selaku pelanggan Syariah Laundry



Sumber: Wawancara dengan Gufron selaku pelanggan Syariah Laundry



Sumber: Wawancara dengan Titin selaku pelanggan Syariah Laundry

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





Nama : Masriatul Wahyuni  
Tempat, Tanggal lahir : Jember, 09 September 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Cangkring krajan, Jenggawah, Jember  
Agama : Islam  
No. Hp : 085244257300  
Alamat E-mail : masriatulwahyuni@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

SD : SDN MULYOREJO 04 (2007-2013)  
MTs : MTS ASHRI JEMBER (2013-2016)  
MA : MA ASHRI JEMBER (2016-2019)  
Perguruan Tinggi : UIN KH. Achmad Shiddiq Jember (2019-2023)