

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berfungsi untuk menganalisis dan mendiskusikan hasil penelitian yang telah disajikan di bab sebelumnya. Dalam bab ini, penulis akan menginterpretasikan temuan penelitian, menghubungkannya dengan kerangka teori dan studi-studi sebelumnya, serta mengevaluasi implikasi teoritis dan praktis dari hasil tersebut. Selain itu, bab ini juga akan membahas keterbatasan penelitian dan memberikan rekomendasi untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Melalui analisis mendalam, penulis berupaya untuk memberikan wawasan yang lebih luas dan mendalam terkait topik penelitian, serta memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang bersangkutan.

Pada bagian ini membahas terkait dengan hasil dari data yang di peroleh selama penelitian skripsi yang mana data ini diperoleh melalui observasi, wawancara serta dokumentasi secara langsung. Analisis penelitian ini berisi tentang penerapan *relationship syariah* dalam loyalitas pelanggan di *ahsantum creative*.

Sejarah dan latar belakang *Ahsantum creative* seperti yang dikatakan oleh yazidunni'aam selaku owner perusahaan bahwa:

“Sejarah berdrinya ahsantum yaitu ketika saya masih di pondok pesantren annur saat menjelang lulus, latar belakang dari ahsantum itu karena annur itu belum punya merchendes official akhirnya iseng-iseng sama temen-temen khususnya sahabat saya kang tamyiz bikinlah produk, kemudian mencari tempat-tempat produksi kaus dan sebagainya, akhirnya berjalannya waktu sampailah hari ini ada yang namanya annur merchendes yang dibackingin oleh *ahsantum creative*. Kemudian berdirinya ahsantum sendiri itu kurang lebih pada tahun 2014 berarti sudah 10 tahun lebih sampai sekarang. *Ahsantum creative* sendirinya namanya itu diambil dari tabarukan dari ayat al-Qur'an surat al-isro ayat 7 yang berbunyi *in ahsantum ahsantum*

li'anfusikum, disitu diambil kata ahsantumnya yang berarti kebaikan kepadamu, yang intinya harapannya dari ahsantum ini selalu memberikan kebaikan kepada siapa pun yang feedbacknya itu nanti kembali *li'anfusikum* kembali ke diri kita masing-masing (*ahsantum creative*), karena ini untuk bisnis konveksi maka ada tambahannya yaitu *creative* buat pelengkap agar kreatif juga.”⁷⁸

“Kira kira kurang lebih 4 tahunan. Peran dan tanggung jawab saya terhadap ahsantum sendiri sangatlah besar karena saya berada dibidang marketing sebagaimana yang diterapkan diahsantum yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan dan mempromosikan agar lebih bisa dijamah oleh masyarakat, juga membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan serta mengelola database pelanggan.”⁷⁹

Dari penjelasan di atas bahwasannya *ahsantum creative* sudah berdiri sejak tahun 2014 hingga sekarang, pemilik *ahsantum creative* sekaligus owner perusahaan tersebut yaitu Yazidunni'aam mengatakan bahwa disaat beliau masih di pondok pesantren saat menjelang kelulusannya, beliau dan teman-temannya secara tidak sengaja membuat produk, kemudian mencari tempat-tempat produksi kaus dan sebagainya. Nama dari ahsantum sendiri diambil dari tabbarukan ayat Al-Qur'an Surat Al-Isro ayat 7 yang berbunyi *in ahsantum ahsantum li'anfusikum*, yang artinya kebaikan untuk kamu, yang pada hakikatnya adalah harapan, karena ini untuk bisnis konveksi maka ditambahkan *creative* untuk sebagai pelengkap nama perusahaan.

Pada bagian deskripsi yang kedua, salah satu karyawan *ahsantum creative* yaitu Ahmad Farhan memberikan pernyataan terkait peran dan tanggung jawab terhadap pekerjaannya sebagai marketing dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk-produk *ahsantum creative* juga

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner Ahsantum Creative.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan Ahsantum Creative.

membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan serta mengelola database pelanggan.

Seperti yang dikatakan owner perusahaan *Ahsantum creative* yaitu yazidunni'amm, adapun produk dan layanan yang ditawarkan oleh *Ahsantum creative* bahwa:

“Untuk ahsantum ini varian menunya banyak tetapi yang utama prodaknya, jadi kita kan beroperasi di 2 bidang aslinya yang pertama bidang konveksi dan percetakan aslinya. Tetapi yang percetakan itu tidak kita tampilkan, yang kita tampilkan adalah sablon kaus dan konveksi, untuk menu utamanya itu menyediakan produksi kaus kemudian konveksinya itu seperti membikin seragam korsa atau kemeja yang untuk mahasiswa kemudian ada jas ada jaket, pokoknya tentang konveksi semuanya kami garap, menu utamanya 2 yaitu kaus dan jaket.”⁸⁰

Sebagaimana penjelasan di atas, bahwa perusahaan *ahsantum creative* bergerak di dua bidang yaitu konveksi dan percetakan. Tetapi yang ditampilkan itu hanyalah yang konveksi, menu utama dari konveksi tersebut adalah kaus dan juga jaket.

Dari fakta-fakta yang ditemukan peneliti dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti selama pengerjaan tugas akhir, maka peneliti dapat menjabarkan beberapa indikator penerapan *relationship syariah* dalam loyalitas pelanggan di *ahsantum creative*, sebagai berikut:

A. Penerapan Prinsip-Prinsip *Relationship syariah* Dalam Pengelolaan Hubungan Dengan Pelanggan Di *Ahsantum Creative*

Dalam era globalisasi dan modernisasi, praktik bisnis dan hubungan komersial mengalami perubahan yang signifikan. Sektor ekonomi syariah,

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Yazidunni'amm selaku owner *Ahsantum Creative*.

yang diatur oleh prinsip-prinsip syariah, telah menjadi salah satu segmen yang berkembang pesat dalam perekonomian global. Prinsip-prinsip syariah yang meliputi keadilan, transparansi, dan kesejahteraan bersama, menawarkan kerangka kerja yang berpotensi menciptakan hubungan bisnis yang lebih adil dan etis. Hubungan Syariah atau *Relationship syariah* menekankan pada pentingnya membangun dan memelihara hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis, ini mencakup hubungan antara perusahaan dan pelanggan, pemasok, karyawan, serta masyarakat luas.

Relationship syariah adalah konsep yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam membangun dan memelihara hubungan bisnis yang etis, adil, dan berkelanjutan. Konsep ini mencakup berbagai aspek hubungan bisnis termasuk hubungan dengan pelanggan, pemasok, karyawan, dan masyarakat luas. Dalam konteks ekonomi syariah yaitu menekankan pentingnya menjaga hubungan yang baik antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi ekonomi, termasuk antara pelanggan dan penyedia layanan, antara investor dan perusahaan, serta antara pemerintah dan masyarakat.

Konsep ini sudah dijalankan oleh *ahsantum creative* sebagai pedoman untuk mengembangkan usahanya di *ahsantum creative*, dan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam membangun hubungan yang harmonis terhadap pelanggan, karyawan dan masyarakat luas, serta pelayanan yang etis, adil dan berkelanjutan.

Pernyataan ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yaitu Yazidunni'aam. Beliau mengatakan tentang pemahaman tentang konsep *relationship syariah* bahwa:

“Saya sendiri pribadi memahami, ya kalau kita seorang pembisnis kita harus melayani pelanggan ini semaksimal mungkin, ibaratnya kalo saya memahami tentang hubungan syariah ini ya intinya bagaimana yang kita kerjakan itu masih didalam koridor syariah atau disini berarti koridornya fiqih muamalah, kalau dianalogi yang namanya pelanggan itu kan raja, berarti kalau kita menjadi pelayannya raja berarti tidak boleh setengah hati harus sepenuh hati maka yang menjadi jargonya *ahsantum* yaitu *make you perfect* menjadikanmu sempurna dari sempurna itu tidak ada kata lain dengan memfasilitasi atau dengan memberikan pelayanan yang sepenuh hati”⁸¹

Dari penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa pemahaman beliau terkait konsep *relationship syariah* yaitu seperti fikih muamalah, yang hakikatnya kita lakukan tetap di dalam koridor syariah. Fikih Muamalah tersusun dari dua kata (*lafadz*), yaitu fikih (الفقه) dan Muamalah (املعاماتل). *Lafadz* yang pertama (الفقه) secara etimologi memiliki makna pengertian atau pemahaman.⁸² *Lafadz* yang kedua (املعاماتل), arti *lughawi* dari kata ini adalah kepentingan, sedangkan *lafadz* امعاماتل memiliki arti hukum syari' yang mengatur hubungan kepentingan individu dengan yang lainnya.⁸³ Menurut istilah yang dimaksud muamalah adalah hukum-hukum yang mengatur hubungan interpersonal antar manusia.⁸⁴ Muamalah menurut

⁸¹ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

⁸² Munawwir, Ahmad Warson, *Kamus Arab-Indonesia Terlengkap*, Surabaya, *Pustaka Progresif*, 1997, hlm.1068

⁸³ Munawwir, *Kamus Arab-Indonesia*. Hlm. 974.

⁸⁴ Abdurrahman, *Pengantar dan Asas-asas Hukum Perdata Islam*. Hlm. 31.

golongan Syafi'i adalah bagian fikih untuk urusan-urusan keduniaan selain perkawinan dan hukuman, yaitu hukum-hukum yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia dan alam sekitarnya untuk memperoleh kebutuhan hidupnya.

Konsep pekerjaan dalam penerapan *relationship syariah* menekankan pentingnya kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap interaksi. Pernyataan ini juga sesuai dengan apa yang dikatakan oleh karyawan *ahsantum creative* yaitu Ahmad Farhan. Beliau mengatakan tentang pemahaman tentang konsep pekerjaannya terhadap penerapan *relationship syariah* bahwa:

“Salah satunya yaitu keadilan. Praktik marketing harus adil dan tidak menipu konsumen. Harga dan promosi harus sesuai dengan nilai yang diterima oleh konsumen.”⁸⁵

Penerapan *relationship syariah* oleh *Ahsantum Creative* dapat memperkuat persepsi pelanggan tentang mereka sebagai perusahaan yang etis, terpercaya, dan bertanggung jawab, yang sangat berharga dalam lingkungan bisnis saat ini. Pernyataan ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pelanggan *ahsantum creative* bahwa:

“Yaaa logikanya saja kalo ada suatu perusahaan ko tanggung jawab dan amanah itukan dimata orang juga sangat menjadi daya tarik begitu, saya lihat itu dari ahsantum makannya saya terus menggunakan layanan mereka.”⁸⁶

Hubungan perusahaan terhadap pelanggan juga harus jelas, ketika pelanggan pertama kali menggunakan layanan *ahsantum creative*. Hal tersebut

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

dirasakan oleh salah satu pelanggan *ahsantum creative*, beliau mengatakan bahwa:

“Pengalaman pertama saya menggunakan layanan ahsantum ketika bulan desember 2023 ketika itu saya memesan korsa fakultas ushuludin, alhamdulillah dilayani dengan baik dan juga kualitasnya baik. Hubungan saya dengan ahsantum kebetulan ownernya itu saya kenal, karena berasal dari pondok pesantren yang sama yaitu pondok pesantren annur. Saya menilainya dari seberapa sering ahsantum menawarkan bantuan ketika konsumennya kesulitan, contohnya ketika saya meminta didesain korsa buktinya mereka juga bersedia untuk mendesainkannya.”⁸⁷

Peneliti dapat menyimpulkan terkait penjelasan pelanggan terhadap pelayanan yang digunakan oleh *ahsantum creative* bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan begitu ramah dan baik, bahkan ketika pelanggan merasa kebingungan dalam desain, perusahaan *ahsantum creative* berinisiatif untuk mendesainkannya.

Untuk menjaga prinsip-prinsip syariah dan memelihara nilai-nilai Islam, penulis akan memaparkan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan di *ahsantum creative* pada aspek pelayanan, berikut apa yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yaitu Yazidunni'aam dan Ahmad Farhan dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan di *Ahsantum Creative* selaku karyawan *ahsantum creative* bahwa:

“Salah satunya memberikan pelayanan yang maksimal atau bisa dikatakan pelanggan ini sampai ngerasa tidak enak hati, contohnya ada orang yang mau order yang tidak tau tentang ini bahan apa, itu semua diedukasi dulu atau transparansi, biar tau oh ini yang kain kombatan, plastisol dan lain sebagainya. Kembali lagi karena kita seorang pelayan atau bergerak di bisnis jasa maka yang paling utama adalah memfasilitasi pelanggan ini memang benar-benar

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

tidak kebinguan, kaya misalnya belum punya desain kita desainkan, bingung warna kita rekomendasikan pokoknya sampai dia tidak enak hati order diahsantum.”⁸⁸

“Prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan di perusahaan ini yaitu kejujuran dan transparansi, keadilan, penghindaran dari unsur haram, kepatuhan terhadap kontrak, tanggung jawab sosial dan kemanusiaan, kepedulian terhadap hak pelanggan, dan Amanah.”⁸⁹

Dari penjelasan owner dan karyawan perusahaan *ahsantum creative* menjelaskan bahwa perusahaan memberikan pelayanan dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan secara maksimal, sampai pelanggan tersebut tidak enak hati terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan *ahsantum creative*.

Hal tersebut juga dirasakan oleh salah satu pelanggan *ahsantum creative* beliau mengatakan bahwa:

“Iya saya merasakannya salah satunya prinsip syariah yaitu tanggung jawab misalkan saja ownernya bilang barang tersebut jadi tanggal sekian, dan kenyataannya juga begitu sesuai dengan apa kata yang dibilang ownernya, jadi tanggung jawabnya besar. Bisa dibilang tidak ada unsur gharar atau ketidakpastian/ketidakjelasan dan riba. Layanan yang pada saat itu saya gunakan adalah jasa pembuatan baju korsa fakultas ushuluddin.”⁹⁰

Dari pernyataan pelanggan tersebut bahwa beliau merasakan tidak ada unsur gharar atau ketidakpastian/ketidakjelasan dan riba, salah satunya ketika produk yang dipesan sudah sesuai dengan tanggal yang dipastikan.

Untuk memastikan bahwa setiap prinsip-prinsip syariah diimplementasikan dalam hubungan pelanggan, owner perusahaan *ahsantum*

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

creative sendiri yaitu yazidunni'am dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* mengatakan bahwa:

“Tidak adanya gharar atau tidak adanya sesuatu yang tidak jelas maka kalo kita mau muamalah dengan konsep syariah ya jelas, apapun yang kita ucapkan atau apapun yang kita akadkan kepada pelanggan itu harus jelas detail dan kembali lagi ke transparan itu, misal kalau kita bilang ini kainnya combat 24s, kan nanti ada 30s, 20s, nah itu tidak boleh kita ngomongnya 24s pas ketika kita sudah eksekusi biar labanya tambah besar dikasih yang 30s atau ini ngomongnya combet pas nanti ketika saya belanja saya belanjanya yang dibawah itu, nah itu yang akhirnya menjadi sebuah gharar. Dan untuk terkait riba itu jelas tidak ada”.⁹¹

“Untuk memastikan itu, *ahsantum creative* sendiri sudah memiliki kebijakan sendiri yang didalamnya mencakup kejujuran, transparansi, keadilan dan penghindaran dari unsur riba.”⁹²

Dari deskripsi di atas peneliti menyimpulkan terkait apa yang dikatakan oleh owner dan karyawan perusahaan *ahsantum creative* bahwa perusahaan jelas transparans, tidak ada unsur gharar maupun riba. Untuk memastikannya perusahaan *ahsantum* sendiri sudah memiliki kebijakan sendiri yang di dalamnya terdapat prinsip yang diterapkannya yaitu kejujuran, transparansi, dan keadilan.

Pernyataan di atas juga dirasakan dengan apa yang dikatakan oleh salah satu pelanggan *ahsantum creative* beliau mengatakan bahwa:

“Menurut saya *ahsantum creative* sangat mengedepankan transparansi, contohnya ketika memberikan nota pembayaran itu sangat jelas rinciannya sehingga saya tidak bertanya-tanya lagi.”⁹³

“Saya merasa diperlakukan dengan adil oleh *ahsantum*, contohnya ketika menetapkan harga produk itu saya rasa sangat sesuai dengan kualitas bahannya.”⁹⁴

⁹¹ Hasil wawancara dengan Yaziidunni 'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

⁹² Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

⁹³ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

Di dalam perusahaan pasti ada yang namanya karyawan perusahaan yang dimana pasti memerlukan pelatihan terhadap kinerjanya, seperti yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative yazidunni'aam* dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* yaitu:

“Kalau pelatihan secara formal tidak ada, jadi pelatihan atau edukasi itu langsung dari saya, maksudnya sambil berjalan biar niru seperti bagaimana saya melayani pelanggan atau saya lepas dulu kalau karyawan bingung lalu bertanya kepada saya dan saya berikan arahan.”⁹⁵

“Untuk pelatihan yaitu ketika saya merasa kebingungan lalu saya bertanya langsung kepada ownernya langsung, maksudnya pelatihannya itu secara langsung disaat saya melakukan pekerjaan saya.”⁹⁶

Dalam menanggapi keluhan dari pelanggan, karyawan tidak boleh bertindak gegabah. Karyawan akan mempertanyakan terlebih dahulu perihal keluhan pelanggan tersebut. Setelah diketahui permasalahannya, sebisa mungkin pihak *ahsantum creative* menyelesaikan permasalahan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative yazidunni'aam* dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* bahwa:

“Yang namanya keluhan itu biasanya terjadi adanya miskom atau kurang adanya komunikasi yang bagus antara pihak vendor atau produksi dengan pelanggan. Cara mengatasinya yaitu dengan prinsip syariah carikan win solution, maksudnya cari tengah-tengah, jadi gini mas zuhri di setiap akad jual beli pastinya ada yang ridho maupun tidak ridho, makannya kita bagaimana caranya agar saling ridho nah itu berarti bagaimana kita mengedukasi atau menjelaskan tentang keluhan itu apa biar benar benar pelanggan ini menerima dengan dari hati bukan menerima dengan terpaksa agar keluhan itu juga menjadi pelajaran bagi kami.”⁹⁷

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner Ahsantum Creative.

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan Ahsantum Creative.

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner Ahsantum Creative.

“Sejauh ini alhamdulillah semenjak saya berada di *Ahsantum* belum ada yang namanya keluhan dari pelanggan. Ya walaupun ada yaitu paling terkait pelanggan kebingungan dalam memilih warna lalu kita merekomendasikan warna yang pas untuk produknya.”⁹⁸

Pemaparan tersebut menjelaskan terkait keluhan pelanggan terhadap produk dan layanan perusahaan *Ahsantum Creative*. Seperti yang dikatakan oleh owner dan karyawan *Ahsantum Creative*, walaupun ada keluhan yang dialami oleh pelanggan, yaitu paling terkait pelanggan kebingungan dalam memilih warna lalu kita merekomendasikan warna yang pas untuk produk yang dipesan. Hal ini dapat peneliti simpulkan bahwa ketika ada keluhan dari pelanggan, perusahaan akan mencari solusi dan cara mengatasinya dengan prinsip syariah.

Pernyataan tersebut dirasakan oleh salah satu pelanggan terkait jika ada keluhan atau masalah yang dihadapi, beliau mengatakan bahwa:

“*Ahsantum Creative* menurut saya sangat responsif terhadap pelanggannya, misalkan saja ketika saya belum ada desain untuk membuat *corsa*, ownernya bersedia untuk mendesain.”⁹⁹

Penerapan *relationship syariah* dalam interaksi sehari-hari dengan pelanggan mencakup transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Perusahaan berusaha membangun hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan dengan pelanggan, berdasarkan nilai-nilai etika Islam yang kuat. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan keadilan bagi seluruh pihak

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

yang terlibat. Seperti contoh yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yazidunni'aam dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* bahwa:

“Contohnya jelas jadi kita memberikan relasi dengan pelanggan itu tidak dibanding-bandingkan dengan pelanggan yang lain ya intinya sama, gitu mas zuhri.”¹⁰⁰

“Dengan cara mensetarakan pelanggan satu dengan yang lainnya, jadi tidak ada yang namanya diistimewakan salah satu pelanggan, semuanya setara.”¹⁰¹

Dari pernyataan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan *ahsantum creative* dalam melakukan pelayanan itu tidak memandang siapapun pelanggan yang memesan produknya.

Dalam perusahaan *ahsantum creative* untuk mengukur kepuasan pelanggan terkait penerapan *relationship syariah* dapat dilakukan melalui berbagai metode yang mencakup survei kepuasan pelanggan, dan wawancara mendalam. Seperti contoh yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* bahwa:

“Untuk mengukur kepuasan pelanggan itu setelah prodak kita sudah sampai ke pelanggan, baru kita wawancara atau interview lewat whatssap kalau pelanggan responnya Puas, berarti tidak ada masalah terkait prodak yang kita buat, maka point plusnya adalah memungkinkan dia akan masuk lagi.”¹⁰²

“Untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelanggan terkait produk yang telah dipesan yaitu kita bertanya melalui whatssap tentang bagaimana produk yang kami berikan apakah puas, jika pelanggan merasa puas, itu menunjukkan bahwa tidak ada masalah dengan produk yang kita buat, dan ini memungkinkan pelanggan untuk kembali.”¹⁰³

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

¹⁰² Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

Dari pemaparan tersebut perusahaan *ahsantum creative* dalam mengukur kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan, yaitu dengan cara menginterview pelanggan melalui sosial media terkait produk dan layanan yang dipesan, jika respon pelanggan puas, maka tidak ada masalah apapun terkait apa yang sudah diberikan oleh perusahaan *ahsantum creative* kepada pelanggannya.

Dalam penerapan *relationship syariah* pasti ada perbedaan dalam cara *Ahsantum creative* memperlakukan pelanggan sebelum dan setelah menerapkan prinsip syariah dalam hubungan bisnis, owner *ahsantum syariah* yaitu yazidunni'aam dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* menyatakan juga dirasakan oleh salah satu pelanggan bahwa:

“Selama saya berjalan beroperasi itu menggunakan prinsip syariah, jadi kita untuk meperlakukan pelanggan sebelum dan setelah itu pastinya tetap memakai prinsip tersebut.”¹⁰⁴

“Secara keseluruhan, menerapkan prinsip syariah dalam hubungan bisnis membawa perubahan positif dalam bagaimana perusahaan memperlakukan pelanggan, meningkatkan transparansi, keadilan, dan kepatuhan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan lebih etis.”¹⁰⁵

“Ada sedikit perbedaan karena yaitu sangat responsif terhadap kebutuhan konsumen.”¹⁰⁶

Dari pernyataan yang dijelaskan di atas peneliti menyimpulkan bahwa sejak *ahsantum* berdiri hingga sekarang, sudah berjalan atau beroperasi menggunakan penerapan prinsip-prinsip syariah, karena membawa pengaruh positif dalam perusahaan yang feedbacknya dapat meningkatkan pendapatan

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan *Ahsantum Creative*.

perusahaan dan juga peningkatan pelanggan. Dan juga dirasakan oleh pelanggan *ahsantum creative* bahwa *ahsantum creative* sangat responsif terhadap kebutuhan konsumennya.

B. Kontribusi *Relationship syariah* Yang Diterapkan Dalam Pengelolaan Hubungan Dengan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Penerapan prinsip-prinsip *relationship syariah* dalam interaksi usaha bisnis memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Prinsip-prinsip syariah yang menekankan pada kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dapat berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pelanggan, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Yazidunni'aam owner *ahsantum creative* dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* bahwasannya:

“Sangat berpengaruh kepada bisnis kami karena hubungan ini nomor yang utama didalam semua bisnis kami.”¹⁰⁷

“Menurut saya, sangat berpengaruh karena penerapan prinsip *relationship syariah* dapat memperkuat loyalitas pelanggan dengan membangun kepercayaan, menunjukkan kepedulian, meningkatkan reputasi perusahaan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dengan memprioritaskan etika dan kepatuhan syariah, perusahaan dapat membangun basis pelanggan yang setia dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.”¹⁰⁸

Berdasarkan pernyataan di atas peneliti menarasikan bahwa penerapan prinsip-prinsip *relationship syariah* memberikan kontribusi

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

terhadap loyalitas pelanggan di *ahsantum creative*. Seperti yang dikatakan oleh owner perusahaan dan juga salah satu karyawan *ahsantum creative*, dimana prinsip tersebut sangat berpengaruh kepada bisnisnya, karena penerapan prinsip *relationship syariah* dapat memperkuat loyalitas pelanggan dengan membangun kepercayaan, menunjukkan kepedulian, meningkatkan reputasi perusahaan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

Di dalam suatu perusahaan pasti memiliki suatu perbedaan terkait pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya. Dengan demikian, perbedaan dalam pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari bentuk pelayanan, kualitas pelayanan, prinsip pelayanan, karakteristik pelayanan dan standar pelayanan.

Hal di atas juga dirasakan oleh salah satu pelanggan *ahsantum creative* terhadap perbedaan pelayanan *ahsantum creative* dengan pelayanan perusahaan lain. Beliau mengatakan bahwa:

“Ya saya merasa lebih loyal kepada ahsantum, karena ownernya saya sudah kenal dekat dan pelayanannya juga baik. Alasannya karena kualitasnya terjamin dan harganya ramah dikantong. Makannya sangat mempengaruhi saya untuk memilih ahsantum.”¹⁰⁹

Secara keseluruhan, penerapan *relationship syariah* tidak hanya membantu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang ada tetapi

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Rifqi Muslim selaku pelanggan Ahsantum Creative.

juga menarik segmen pasar baru yang mengutamakan nilai-nilai syariah, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan.

Pernyataan di atas juga sesuai dengan apa yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yaitu Yazidunni'aam dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* dalam dampak pada peningkatan jumlah pelanggan terhadap penerapan *relationship syariah* bahwa:

“Pelanggan juga sangat bergantung pada bagaimana prinsip-prinsip tersebut diimplementasikan dan dikomunikasikan kepada pelanggan. Jika pelanggan merasakan manfaat nyata dan konsistensi dalam penerapan prinsip-prinsip syariah, maka kemungkinan besar mereka akan merespons secara positif.”¹¹⁰

“Yaa berdampak sekali, karena dapat membantu perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menekankan nilai-nilai etika dan religius yang relevan juga membuka peluang untuk memasuki pasar baru.”¹¹¹

Dapat peneliti menyimpulkan terkait penjelasan di atas bahwa penerapan *relationship syariah* berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan, seperti yang dikatakan oleh owner dan karyawan perusahaan *ahsantum creative*, bahwasannya penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat memberikan manfaat nyata yang dirasakan oleh pelanggan. Dan membantu perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penerapan *relationship syariah* dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi usaha bisnis di mata pelanggan dan masyarakat umum. Prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan kejujuran, transparansi,

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

keadilan, dan tanggung jawab sosial memberikan citra positif bagi perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yaitu Yazidunni'aam dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* dalam reputasi *Ahsantum creative* di mata pelanggan dan masyarakat umum, bahwa:

“Ketika kita sudah menerapkan itu maka efeknya adalah positif, dan positifnya itu memberikan dampak yang begitu baik dimata pelanggan, karyawan dan secara umum dimata masyarakat.”¹¹²

“Dengan menunjukkan komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan, membedakan dirinya di pasar, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitas serta pelanggan.”¹¹³

Dari pernyataan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan *ahsantum creative* di mata pelanggan dan masyarakat umum seperti yang sudah dijelaskan oleh owner dan karyawan *ahsantum creative*, Ketika kami merealisasikannya, efeknya positif dan positif, berdampak sangat baik di mata pelanggan, karyawan, dan secara umum di mata masyarakat. Dengan menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip Syariah, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan, membedakan diri di pasar, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat dan pelanggan.

Dalam peningkatan pendapatan suatu usaha, penerapan *relationship syariah* juga berdampak positif melalui pengembangan produk dan layanan yang inovatif, efisiensi operasional, serta dukungan dari komunitas dan

¹¹² Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹¹³ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip syariah yang menekankan kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan beretika, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yaitu Yazidunni'aam dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* bahwa:

“Efektivitas penerapan *relationship syariah* dalam meningkatkan pendapatan perusahaan juga sangat bergantung pada bagaimana prinsip-prinsip tersebut diimplementasikan dan dikomunikasikan kepada pelanggan. Jika pelanggan merasakan manfaat nyata dan konsistensi dalam penerapan prinsip-prinsip syariah, maka kemungkinan besar mereka akan merespons secara positif.”¹¹⁴

“Iya, karena dengan penerapan ini dapat memberikan berbagai manfaat yang mendukung peningkatan pendapatan perusahaan. Dengan menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas, membedakan perusahaan di pasar, dan meningkatkan reputasi, perusahaan dapat memanfaatkan prinsip syariah sebagai alat untuk pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan.”¹¹⁵

Dampak peningkatan pendapatan usaha diawali dari adanya prinsip-prinsip syariah yang diimplementasikan dan dikomunikasikan kepada pelanggan. Apabila pelanggan merasakan manfaat nyata dan konsistensi dalam penerapan syariah, kemungkinan besar mereka akan merespon secara positif. Karena dengan prinsip-prinsip syariah dapat menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas, bertahan di pasar dan meningkatkan reputasi, perusahaan dapat menggunakan prinsip syariah sebagai alat pertumbuhan pendapatan berkelanjutan.

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹¹⁵ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

Penerapan *relationship syariah* di *Ahsantum creative* dapat membantu dalam strategi loyalitas pelanggan dengan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, menarik segmen pasar khusus, meningkatkan reputasi perusahaan, mengembangkan produk dan layanan inovatif, menjalankan program tanggung jawab sosial, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah, *Ahsantum creative* tidak hanya dapat mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk kesuksesan jangka panjang. Pernyataan ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh owner *ahsantum creative* yaitu Yazidunni'aam dan Ahmad Farhan selaku karyawan *ahsantum creative* bahwa:

“Sangat membantu karena bagaimanapun kalau kita menggunakan strategi apapun tanpa menggandeng hubungan syariah antara vendor/produksi dengan pelanggan itu akan sulit membuat hubungan yang harmonis antar pelanggan dan produksi maka strategi pengembangan di usaha ini sangat membantu kalau menggunakan syariah.”¹¹⁶

“Dengan meningkatkan daya tarik pasar, membangun kepercayaan, menjalin kemitraan, dan mengelola risiko, perusahaan dapat memanfaatkan prinsip syariah untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.”¹¹⁷

Dapat peneliti simpulkan terkait pernyataan yang dijelaskan oleh owner dan karyawan perusahaan *ahsantum creative*. Strategi loyalitas pelanggan dengan menggunakan penerapan prinsip-prinsip syariah dapat memberikan kontribusi terhadap perusahaan *ahsantum creative* sendiri yaitu

¹¹⁶ Hasil wawancara dengan Yazidunni'aam selaku owner *Ahsantum Creative*.

¹¹⁷ Hasil wawancara dengan Ahmad Farhan selaku karyawan *Ahsantum Creative*.

memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.