

ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN J&T EXPRESS DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS ISLAM

¹ Jelita Eriyanti, Nini Sumarni²

1 Jelita Eriyanti (FEBI, UIN UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi), jelitaetiyanti318@gmail.com

2 Nini Sumarni (FEBI, UIN UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi),
ninisumarni@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan J&T Express Ampek Angkek untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan untuk mengetahui tinjauan perpektif bisnis islam J&T Express Ampek Angkek dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, dimana penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan wawancara, obersvasi, dan dokumentasi dengan SPV, karyawan dan konsumen J&T Express Ampek Angkek. digunakan J&T Express Ampek Angkek dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah strategi 7P (Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang/SDM, Proses Dan Bukti Fisik). Produk yang dapat di jemput ke alamat konsumen tanpa biaya tambahan, penetapan harga yang wajar 10.000-14.000 untuk pengiriman dalam kotadan 52.000 untuk pengiriman luar kota, pemilihan lokasi berada di kawasan strategis mudah dijangkau dan terletak dipinggir jalan raya, parker yang luas dan ruangan yang bersih, dari segi promosi telah menggunakan berbagai macam cara seperti sosial media, pameran, hadiah, mempunyai karyawan yang berpengalaman dan profesional, senantiasa memberikan loyalitas kepada konsumen.

Kata Kunci: marketing mix (7P), Loyalitas, Bisnis syariah

Abstract

This research aims to find out the strategies used by J&T Express Ampek Angkek to increase consumer loyalty and to find out the perspective of J&T Express Ampek Angkek's Islamic business perspective in increasing consumer loyalty. This research is a type of field research (Field Research), this research uses descriptive-qualitative methods , where in this research the researcher collected data by interviews, observations and documentation with SPV, employees and consumers of J&T Express Ampek Angkek. J&T Express Ampek Angkek used in increasing consumer loyalty is the 7P strategy (Product, Price, Promotion, Place, People/HR, Process and Physical Evidence). Products that can be picked up at the consumer's address without additional costs, reasonable prices 10,000-14,000 for delivery within the city and 52,000 for delivery outside the city, location selection is in a strategic area that is easy to reach and is located on the side of the main road, spacious parking and clean rooms , in terms of promotion, we have used various methods such as social media, exhibitions, prizes, have experienced and professional employees, and always provide loyalty to consumers.

Keywords: marketing mix (7P), Loyalty, Sharia business.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi pada saat sekarang ini menuntut Perusahaan untuk lebih bekerja keras dan lebih meningkatkan kinerja usaha dalam agar para konusmen tidal lari dan tidak berpindah keperusahaan yang sejenis. Semangkin berkembangnya usaha tentu akan

bertambah pula pesaing yang akan dihadapi oleh perusahaan. Jasa pengiriman barang merupakan salah satu Perusahaan yang berkembang sangat pesat pada saat sekarang ini. seiring dengan meningkatnya kebutuhan Masyarakat untuk tujuan pelayanan pengiriman barang dari satu tempat ketempat lainnya.

Perusahaan jasa pengiriman di Indonesia Sekarang ini terus berkembang dan semakin banyak muncul industri-industri yang menawarkan dan memasarkan produk atau jasa, dengan adanya *e perdagangan* (bisnis digital) dan bisnis online membuka peluang yang sangat besar bagi pebisnis pengiriman barang. J&T Express adalah salah satu jasa pengiriman yang mampu berdiri ditengah persaingan. Hadir sebagai perusahaan Express baru di Indonesia yang diresmikan pada 20 Agustus 2015 walaupun perusahaan J&T Express baru dibidang jasa pengiriman barang, namun J&T optimis akan menjadi jasa unggulan dan menjadi pilihan bagi masyarakat indonesia dan yakin konsumen akan loyal, J&T Express juga siap melayani masyarakat indonesia untuk mendapatkan kiriman paket yang cepat, nyaman dan terpercaya.

Konsumen yang loyal merupakan mereka yang amat puas dengan sesuatu produk atau jasa yang ditawarkan. Pada industri pelayanan butuh tingkatan tindakan kepatuhan pelanggan. Pelanggan yang patuh hendak meluaskan kesetiannya kepada pelayanan yang ditawarkan serta hendak antusiasme buat memberitahukan pada siapapun yang mereka tahu. Tanpa kedudukan seseorang konsumen yang loyal tentu Perusahaan akan lambat berkembang bahkan tidak akan berkembang.

Tabel 1.1
Jumlah Data Konsumen J&T Express 2024

| Bulan | Minggu 1 | Minggu 2 | Minggu 3 | Minggu 4 | Total |
|-------|----------|----------|----------|----------|-------|
| April | 950 | 870 | 500 | 520 | 2.840 |

(sumber konsumen J&T Express Ampek Angkek)

Berdasarkan tabel maka dapat diketahui bahwa konsumen yang menggunakan jasa J&T Express di wilayah ampek angkek dalam perminggunya ada sekitar 900 pada saat mendekati hari lebaran, dan hal ini menunjukkan adanya ketertarikan untuk menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

II. METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif. penelitian kualitatif ialah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantitatif dan angka. Dalam penelitian kualitatif berarti penelitian tentang suatu cerita, perilaku, kehidupan seseorang atau hubungan timbal balik.

Posisi Serta Durasi Penelitian

Posisi penelitian ini ialah J&T Express Ampek Angkek yang beralamat lengkap di Jl. Raya Bukittinggi-Payakumbuh Koto Hilalang Lambah, Kec. Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Durasi untuk penelitian ini 19 Maret sampai 19 April.

Tipe Serta Pangkal Data

- a. Informasi primer

Data primer adalah data yang didapatkan melalui survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data secara original.

b. Informasi sekunder

Informasi sekunder merupakan suatu informasi yang sudah digabungkan oleh sesuatu pihak, yang digabungkan tidak cuma buat sesuatu kebutuhan studi saja, data sekunder tidak hanya diperoleh secara langsung akan tetapi melalui media perantara seperti situs web, buku dan sebagainya.

Informan Penelitian

Informan penelitian ini ialah supervisor J&T Express Ampek Angkek yaitunya Bapak Adi, Admin J&T Express Ampek Angkek yaitunya Ibuk Mentari dan Konsumen J&T Express Ampek Angkek.

Tata cara Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat langsung terhadap kondisi dan fenomena, guna memperoleh data dan mengetahui lebih jauh tentang Analisis Strategi Perusahaan Jet Express (J&T Express) Ampek Angkek Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Berdasarkan Perprktif Bisnis Islam.

2. Wawancara

Wawancara merupakan cara untuk mendapatkan informasi melalui tanya jawab guna untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat, tanya jawab dilakukan dengan supervisor, admin dan konsumen J&T Express Ampek Angkek.

3. Dokumentasi

Metode yang dilakukan untuk pengumpulan dokumen-dokumen penting yang digunakan sebagai bukti yang akurat dari pencatatan sumber informasi terkait suatu objek yang diteliti.

Metode Analisa Data

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan melaksanakan kolonialisme dengan cara biasa terpaut suasana subjek yang diawasi, diamati serta didengar dan direkam yang pengarang jalani dengan pemantauan, tanya jawab dengan supervisor, admin dan konsumen J&T Express Ampek Angkek.

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan pemilihan, pemusatan, pengabstrakan dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan yang ditulis dan didapatkan dilapangan.

3. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan data yang disusun, dan kemungkinan terdapatnya pencabutan kesimpulan serta pemilik aksi.

4. Pembujuk kesimpulan

Pencabutan kesimpulan merupakan usaha mencari ataupun menguasai arti, pola, uraian, karena dampak. Jenjang ini ialah tahap terakhir buat merumuskan analisa informasi supaya melengkapi riset dan meluaskan dari riset terdahulu, alhasil memperoleh Kesimpulan.

III. Hasil dan Pembahasan

Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di J&T Express Ampek Angkek Ditinjau Dari Prespektif Bisnis Islam

Strategi yang dilakukan J&T Express Ampek Angkek ialah strategi marketing Mix atau 7P.

1. Produk

Hasil yang pengarang dapatkan dari wawancara dengan Spv J&T Express Ampek Angkek yaitunya bapak Adi, beliau berkata J&T Express memiliki keunggulan dibanding jasa pengiriman barang yang sejenis, keunggulan tersebut adalah produk atau barang konsumen dapat dijumpi kealamat konsumen tanpa biaya tambahan dari konsumen, keunggulan lainnya adalah konsumen dapat mengakses keberadaan barang konsumen dengan menggunakan aplikasi atau website J&T Express dengan mudah dan dapat dipercaya. Bagi J&T Express Kepercayaan konsumen menjadi prioritas tinggi bagi perusahaan, maka dari itu J&T Express memberikan pelayanan maksimal dari segi komunikasi yang ramah, memberikan informasi yang sebenarnya dan pengantaran paket yang tepat. J&T juga memberikan asuransi bagi customer yang apabila terjadi kecelakaan atau kehilangan, yang mana beda dengan ekspedisi lain yang juga memberikan asuransi, dengan syarat dan ketentuan tertentu.

2. Harga

Harga setiap daerah itu berbeda, untuk penetapan harga itu tergantung kepada berat dan jarak tempuh produk atau barang. Kalau didalam kota seperti dari Ampek Angkek ke Padang itu berkisar 10.000- 14.000 sedangkan untuk keluar kota seperti dari Ampek Angkek ke Jakarta itu dengan biaya sekitar 54.000. Walaupun harga J&T Express agak mahal dibandingkan jasa pengiriman lainnya akan tetapi J&T Express memiliki keunggulan yaitu bisa jumpi barang atau produk kealamat konsumen tanpa biaya tambahan, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot datang ke J&T Express, cukup dengan menghubungi pihak J&T Express maka akan dijumpi ke Alamat.

3. Promosi

Agar jasa yang ditawarkan kepada masyarakat dapat diminati, maka perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk menginformasikan jasa kepada masyarakat luas sehingga timbul suatu keinginan akan menggunakan jasa yang ditawarkan serta dapat dilakukan dengan menyusun sebuah strategi promosi. J&T Express Ampek Angkek menggunakan kegiatan promosi dalam menjalankan setiap usahanya untuk menginformasikan kepada konsumen dengan cara menggunakan social media brosur dan baju kebanggaan j&t express yang berwarna merah menyala, agar konsumen dapat membedakan jasa pengiriman J&T Express dan ekspedisi lainnya dan agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman J&T Express, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut bisa tercapai sesuai yang telah ditetapkan oleh Perusahaan tetapkan dan agar tidak terjadi overload.

4. Tempat

Letak J&T Express yang strategis sangat memudahkan para konsumen untuk datang. Pada saat pemilihan tempat J&T Express melakukan riset terlebih dahulu sehingga

tempat yang akan dipilih dapat dilihat apakah tepat untuk dibuka disana atau tidak,dengan dilakukannya riset terlebih dahulu letak J&T Express Sangat strategis yang mana terletak dipinggir jalan Raya Bukittinggi-Payakumbuh.

5. Orang

Karyawan di J&T Express Ampek Angkek cukup terlatih, hal ini karena karyawan diberikan pelatihan terlebih dahulu. Pelatihan ini sesuai dengan di bagian mana mereka nantinya akan bekerja. Sehingga karyawan akan lebih handal dalam melakukan pekerjaan. Sebelumnya, J&T Express melakukan rekrutmen karyawan sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh Perusahaan.

6. Proses

Proses mengacu pada serangkaian kegiatan yang dilakukan J&T Express untuk memenuhi permintaan konsumen dari kegiatan produksi, sehingga konsumen akhirnya mendapatkan barang atau jasa yang disediakan oleh J&T Express.

7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Tampilan Fisik yang menjadi brand atau ciri khas dari J&T Express yaitu dari segi warnanya yang serba merah menyala mulai dari logo J&T Express, brosur, mobil, seragam karyawan seperti jaket, baju, helm dan juga jas hujan. Dilihat dari kantor J&T Express juga menampilkan serba merah yang menjadi pembeda dari jasa pengiriman lainnya.

Tinjauan Dari Perspektif Bisnis Islam Dari Strategi Peningkatan Loyalitas Konsumen.

nilai-nilai syariah yang dikedepankan J&T Express Ampek Angkek

1. *Shidiq* (jujur)

Dari hasil tanya jawab yang peneliti lakukan, menurut peneliti J&T Express ampek angkek itu sudah bagus karena mereka sudah menerapkan kejujuran dalam melakukan usaha seperti pada saat penimbangan berat barang, itu bisa dilihat oleh konsumen sehingga konsumen tidak merasa dibohongi karena mereka sudah melihat berat dari barang mereka.

2. Amanah

Menjalankan usaha jasa pengiriman, J&T Express selalu meningkatkan kepercayaan konsumen seperti selalu memastikan paket para konsumen sampai dengan selamat dan sampai sesuai dengan waktu yang telah tertera di resi yang telah diberikan kepada konsumen.

3. Implementasi Tauhid

Dari tanya jawab yang peneliti lakukan menurut peneliti karyawan J&T Express Ampek Angkek sudah menerapkan ketauhidan karena semua karyawan melakukan kewajiban mereka seperti melakukan ibadah sesuai dengan kepercayaan masing-masing karyawan.

IV. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang digunakan J&T Express Ampek Angkek dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah strategi 7P (Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang/SDM, Proses Dan Bukti Fisik). Produk yang

dapat di jemput ke alamat konsumen tanpa biaya tambahan, penetapan harga yang wajar sekitar 10.000-14.000 untuk pengiriman dalam kota dan sekitar 52.000 untuk pengiriman luar kota, pemilihan lokasi berada di kawasan strategis mudah dijangkau dan terletak dipinggir jalan raya, parkir yang luas dan ruangan yang bersih, dari segi promosi telah menggunakan berbagai macam cara seperti sosial media, pameran, hadiah, mempunyai karyawan yang berpengalaman dan profesional, senantiasa memberikan loyalitas kepada konsumen,serta sarana pendukung perusahaan yang memadai. J&T Express juga meninjau berdasarkan perpektif syariah dalam meningkatkan loyalitas konsumen yaitunya shidiq (jujur),Amanah,dan Implementasi tauhit.

Saran

J&T Express harus lebih giat lagi dalam melakukan promosi seperti lebih aktif lagi dalam menggunakan social media agar lebih diketahui dan lebih dikenal oleh para konsumen,dan sebaiknya pada masalah ketauhitan juga lebih ditingkatkan lagi kepada para karyawan sepeti pada saat masuk waktu beribadah maka lakukanlah ibadah terlebih dahulu agar senantiasa dilindungi oleh Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syariah*. aswaja presindo: slemen yogyakarta, 2011.
- Ahmad. *Manajemen Strategi*. makasar nass media pustaka, 2020.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. cet.ke-II (yogyakarta:andi,2000) h 17, 2000.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi:Format-Format Kualitatif Dan Kuantitatif Untuk Studi Sosiologi,Kebijakan Publik,Komunikasi,Manajemen,Dan Penewara*. cet.I:Jakarta: kencana, 2013.
- cholid narbuko, dan abu achmadi. *Metodologi Penelitian,Memberukan Bekal Teoritis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar*. cet.XV:Jakarta:Bumi Askara, 2016.
- Kotler, philip & armstrong. *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi 14*. erlangga.
- Malahayati. *Rahasia Bisnis Rasulullah*. yogyakarta:jogja great publisher(anggota ikapi, 2010.
- Purwoko, bagus nur hakim dan banbang. "Strategi Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Ekuitas Dan Citra Merek." *Jurnal Ekobisman* 3 no 3 (2019).
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing(Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw)*. jakarta:PT Gramedia utara.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. cet.ke-II (yogyakarta:andi,2000) h 17, 2000.
- Yafiz, Muhammad. *Bisnis Dan Investasi Syariah*. medan: febi uin SU-Press, 2015.