

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE MEMBERSHIP DALAM MENJAGA KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH

Herdina Amalia¹, Zakiyah², Agus Purnomo³

¹Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.18510161

²Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 061310672

³Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK. 061512850

Email: herdina.amaliaa@gmail.com

ABSTRAK

Banyak pelaku usaha di bidang digital printing, seperti Restu Guru Promosindo, menggunakan beberapa kanal periklanan, salah satunya media sosial. Penelitian ini membahas pertanyaan bagaimana strategi pemasaran Restu Guru Promosindo dijalankan dan kendala apa saja yang muncul ketika banyak pesaing. Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis manajemen strategis menggunakan keanggotaan untuk menjaga kepercayaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Populasi survei terdiri dari direktur, manajer, supervisor dan tiga karyawan dari Restu Guru Promosindo cabang Banjarbaru. Sampel untuk penelitian ini terdiri dari 10 konsumen dari printer, instansi pemerintah, dan lembaga publik. Pengambilan sampel dengan teknik target sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Restu Guru Promosindo berada pada kuadran strategi pertumbuhan. Artinya penerapan SO sangat cocok untuk Restu Guru Promosindo, namun dalam Islam kelebihan dan kekurangannya menunjukkan kelebihan dari strategi ini. Meskipun hal ini dapat mengarah pada hasil yang diinginkan dan membangun persahabatan saat membeli produk dan layanan, kekalahan dapat menyebabkan persaingan yang tidak sehat. **Kata Kunci:** *Membership, Kepercayaan Konsumen, Pemasaran Syariah, Strategi Pemasaran.*

ABSTRACT

The number of business actors in the digital printing sector, such as Restu Guru Promosindo, uses several promotional media, one of which is social media. This study discusses the problem of how the marketing strategy is carried out by Restu Guru Promosindo, and what obstacles are experienced when there are many competitors. The purpose of this study is to analyze strategic management using membership in maintaining consumer trust by using SWOT analysis. The research method used is a descriptive qualitative research method. The population of this research is the director, manager, supervisor, and 3 employees of Restu Guru Promosindo Banjarbaru Branch. The sample of this research is 10 consumers from printing, government and public members. Sampling using purposive sampling technique. Data collection techniques with the method of observation, interviews, and documentation. The results show that Restu Guru Promosindo is in the growth strategy quadrant which means that the application of SO is very appropriate for Restu Guru Promosindo, while in Islam it can be seen from the benefits and disadvantages, this strategy has the benefit of being able to provide the desired results when buying products or services used and can establish friendship, while the loss can lead to unhealthy competition.

Keywords: *Consumer Trust, Marketing Strategy, Membership, Sharia Marketing.*

- Bela Amanda Agustin, *Pemberlakuan Membership Berbayar Sebagai Syarat Mendapatkan Potongan Harga Ditinjau Dari Hukum Islam Studi Kasus Studi Kasus Toko Hp Dan Cell Mojojoto Kabupaten Kediri*. Kediri (Tesis Program Sarjana Strata Satu Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung 2021). hlm 2-3
- Bela Amanda Agustin, *Pemberlakuan Membership Berbayar Sebagai Syarat Mendapatkan Potongan Harga Ditinjau Dari Hukum Islam Studi Kasus Studi Kasus Toko*
- Hilmiatus Sahla, *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan Vol. 5 NO.2. 2019. hlm 59
- Moch Choirul Fahmi, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya*. Surabaya (Tesis Program Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya 2019). hlm 5.
- Moch Choirul Fahmi, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya*. Surabaya (Tesis Program Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya 2019). hlm 5-12
- Ria Resti Ridhawati, *Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Rbbani Semarang*. Semarang (Tesis Program Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang 2015). hlm 5.
- Veti Andriani, *Analisis Pengaruh Memberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Ekita Bisnis Islam*. Lampung (Tesis Program Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung 2018). hlm 4-5.
- Wawancara dengan Ahmad Mujahid, Supervisor, Pada tanggal 10 juni 2022
- Wawancara dengan Elsa Nurfadila, Administrasi, Pada tanggal 02 juni 2022
- Wawancara dengan Khairil Anwar, Maneger, Pada tanggal 07 juni 2022
- Wibowo Soedjono, Frendy Limantoro, *Analisis Kegiatan Customer Relationship Management Melalui Membership Card Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada Sogo Premier Card*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1. No. 2. hlm 123