

ABSTRAK

Moh Roisul Basyar Ali Zuhdi, 1820210060, Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Pertamina Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pertamina Superbonus di Kompleks Pasar Brayung Mejobo).

Loyalitas konsumen mempunyai peran yang amat penting agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup serta meningkatkan kinerja dari setiap usaha. Konsumen yang loyal akan melakukan pembelian berulang secara teratur, mereferensikan kepada orang lain serta tidak tertarik dengan produk pesaing. Pertamina Superbonus merupakan salah satu bisnis penjualan bahan bakar minyak (BBM) yang ada di sekitar Pasar Brayung Mejobo yang menjual produk BBM berjenis Peralite dan Pertamax. Kelebihan Pertamina Superbonus yaitu selain harganya yang bersaing, adanya bonus yang diberikan jika mencapai jumlah pembelian tertentu juga menjadi sebab lirikan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah memberikan informasi tentang strategi yang di pakai oleh Pertamina Superbonus untuk mempertahankan loyalitas konsumen yang sesuai dengan yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad ketika berbisnis. Secara spesifik tujuan yang diinginkan adalah: *Pertama*, untuk mengetahui tentang strategi usaha Pertamina Superbonus untuk mempertahankan loyalitas konsumen dalam perspektif ekonomi Islam. *Kedua*, untuk mengetahui apa saja karakteristik konsumen yang loyal pada usaha Pertamina Superbonus. *Ketiga*, untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat pada usaha Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reaseach*) deskriptif dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Sumber data diperoleh melalui data primer (berkaitan dengan subjek penelitian) dan data sekunder (berkaitan literatur yang berhubungan dengan objek penelitian), dengan teknik pengumpulan data baik wawancara (dengan *owner*, karyawan dan konsumen Pertamina Superbonus), observasi maupun dokumentasi. Kemudian dilakukan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Setelah data terkumpul, data dianalisis dengan mereduksi data, penyajian dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini memperoleh temuan bahwa strategi yang dipakai Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen yang sesuai dengan ekonomi Islam yaitu; membangun komunikasi, menarik perhatian konsumen, dan pelayanan optimal. Kemudian, karakteristik loyalitas konsumen pada usaha Pertamina Superbonus, antara lain; melakukan transaksi secara teratur, tidak terpengaruh dengan pertamina lain, dan merekomendasikan kepada orang lain. Selanjutnya, faktor pendukung strategi mempertahankan loyalitas konsumen usaha Pertamina Superbonus antara lain; keunggulan produk, keunggulan harga, keunggulan tempat, dan keunggulan promosi/bonus. Sedangkan, faktor penghambatnya adalah kelangkaan bahan bakar dari SPBU pusat, bermunculan pertamina baru, kenaikan harga BBM, dan terjadinya pandemi dan *lock down*.

Kata Kunci : *Strategi, Loyalitas Konsumen, Pertamina, Ekonomi Islam*