

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Pertamina Superbonus

Pertamina Superbonus adalah salah satu bisnis penjualan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang di dirikan pada tanggal 15 Juli 2019 yang menjual produk BBM berjenis Peralite dan Pertamax. Dalam menjalankan usahanya dan memasarkan produk-produknya, Pertamina Superbonus memaksimalkan kualitas produk dan jasa untuk tetap mempertahankan konsumen. Kelebihan lainnya adalah selain harganya yang murah, adanya bonus yang diberikan jika mencapai jumlah pembelian tertentu juga menjadi sebab lirikan konsumen. Pertamina Superbonus juga memiliki tujuan untuk memudahkan masyarakat sekitar dalam membeli BBM yang dalam perjalanannya tidak melewati atau jaraknya jauh dari SPBU Pertamina. Dengan mesin penjualan BBM digital yang disediakan, diharapkan lebih efektif dan mempermudah masyarakat untuk membeli BBM dengan tarif harga yang relatif terjangkau jika dibandingkan dengan membeli di Pedagang Bensin Botol, di Pertamina lain, atau di SPBU Pertamina yang jaraknya sangat jauh dari lokasi tersebut.¹

Kualitas dan pelayanan yang dijalankan Pertamina Superbonus selalu menjadi hal utama yang diperhatikan yang juga merupakan bentuk etika dalam berbisnis agar menciptakan kenyamanan dan kepuasan pada konsumen. Etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam mengandung nilai-nilai etika yang secara khusus dapat dijadikan sebagai pedoman dalam aktivitas bisnis yang terdiri dari prinsip kebenaran, kepercayaan, kejujuran, ketulusan, pengetahuan, dan keadilan.²

¹ Observasi oleh penulis pada Pertamina Superbonus, 1 Desember, 2021, pukul 13.45 WIB.

² Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), 9-10.

2. Lokasi Pertamina Superbonus

Lokasi Pertamina Superbonus terletak di kompleks ruko depan Pasar Brayung Jl. Suryo Kusumo, Kesambi, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59381. Lokasi tersebut sangat strategis, karena dekat dengan pusat perdagangan, kompleks ruko usaha-usaha kecil, sekolahan, dan khususnya berada di depan Pasar Brayung Mejobo. Juga lalu lintas di jalan depan pasar yang sangat ramai dan dianggap sangat strategis karena merupakan jalan alternatif antar kota, sehingga dapat menjadi jangkauan perluasan pelanggan Pertamina Superbonus.

3. Waktu Operasional Pertamina Superbonus

Pertamina Superbonus buka setiap hari mulai senin sampai minggu dan libur hanya pada saat hari raya Idul Fitri dan Idul Adha. Untuk jam operasionalnya yaitu sif satu mulai pukul 06.00 WIB hingga pukul 14.00 WIB, sedangkan untuk sif dua yaitu mulai pukul 14.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB. Sedangkan untuk penghasilan dan jumlah pembeli selalu naik turun tergantung dari situasi dan kondisi.³

4. Struktur Organisasi Pertamina Superbonus

Struktur organisasi memegang peranan penting bagi perusahaan. Yaitu demi kelancaran aktivitas skala kecil maupun aktivitas skala besar dalam sebuah perusahaan. Karena suatu pengorganisasian akan menjadikan pekerjaan lebih efektif. Struktur organisasi Pertamina Superbonus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1. Struktur Organisasi Pertamina Superbonus

No	Job Description	Jumlah Karyawan
1	Owner (Pemilik Usaha)	1 orang
2	Pemasok Produk	1 orang
3	Operator Mesin + Kasir	2 orang
4	Teknisi Mesin	1 orang

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah karyawan di Pertamina Superbonus berjumlah 5 orang. Yaitu 1 orang sebagai *owner* selaku pemilik usaha. 1 orang sebagai

³ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 2 Desember, 2021, pukul 06.10 WIB, wawancara 1, transkrip.

pemasok produk yang bertugas mengontrol pasokan produk Bahan Bakar Minyak (BBM) yang akan dijual. Kemudian 2 orang sebagai operator mesin penjualan BBM sekaligus kasir yang bertugas melayani saat ada pembeli. Dan 1 orang lagi sebagai teknisi mesin yang bertugas memperbaiki mesin penjual BBM digital ketika terjadi kerusakan.

5. Produk yang Dijual Pertamina Superbonus

- a. Bahan Bakar Minyak berjenis Pertalite (dijual dengan harga RP 8.650/ liter).
- b. Bahan Bakar Minyak berjenis Pertamax (dijual dengan harga RP 13.500/ liter).

B. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian yang diperoleh bersumber dari beberapa narasumber yang sesuai. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti melakukan wawancara kepada *owner/* pemilik, karyawan, dan konsumen Pertamina Superbonus dari berbagai kalangan, dengan klasifikasi desa sekitar lokasi Pertamina dan berapa lama menjadi konsumen di Pertamina Superbonus. Data penelitian berupa hasil wawancara yang telah terkumpul pada saat penelitian dan kemudian akan dijabarkan serta diolah memakai teknik analisis data yang akan dibahas pada subbab selanjutnya.

Tabel 4.2. Data Narasumber

Nama Narasumber	Desa	Lama Berlangganan	Kode Narasumber
Muchid Arba, S.E.	Sunggingan	Pemilik	N1
Ellin Putri	Megawon	Karyawan 3 Thn	N2
Anggi	Hadipolo	Karyawan 1 Thn	N3
Dewi Zulianti	Kesambi	3 Tahun	N4
Nurul	Temulus	2 Tahun	N5
Sri Wahyuni	Golantepus	3 Tahun	N6
Edo Candra	Hadiwarno	3 Tahun	N7
Saiful Anas	Mejobo	2 Tahun	N8

1. Strategi Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Perspektif Ekonomi Islam

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik dan para karyawan Pertamina Superbonus menerangkan bahwa strategi usaha Pertamina Superbonus dalam mempertahankan konsumen, diantaranya yaitu :

a. Membangun Komunikasi

Hal utama yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas konsumen yaitu dengan membangun komunikasi. Dengan adanya komunikasi yang tercipta, pelanggan akan merasa nyaman dan diperhatikan.

Sesuai dengan wawancara kepada Bapak Muchid Arba selaku pemilik Pertamina Superbonus, menjelaskan bahwa:

“Hal utama yang menjadi dasar konsumen tetap setia membeli yaitu komunikasi, saya selalu mengingatkan kepada karyawan di Pertamina Superbonus untuk selalu menyapa pembeli dengan senyum, mempersilahkan pembeli dengan sopan, menggunakan bahasa yang positif agar pembeli merasa nyaman. Karena kunci konsumen nyaman beli di kita, yaitu jaga komunikasi”.⁴

Wawancara dengan Ellin Putri yang merupakan karyawan di Pertamina Superbonus menuturkan bahwa :

“Komunikasi menurut saya hal yang sangat penting bagi saya, kalau dalam bekerja disini komunikasi yang saya lakukan dengan senyum kepada konsumen saat mereka mau beli, kemudian mempersilahkan dan menyapa “Monggo Pak/bu”, seringkali saya mengawali pembicaraan misal bertanya darimana atau mau kemana, tapi sebisa mungkin kita memberikan kenyamanan kepada konsumen”.⁵

⁴ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

⁵ Ellin Putri, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.14 WIB, wawancara 2, transkrip.

Wawancara dengan Anggi yang merupakan karyawan di Pertamina Superbonus juga menuturkan hal yang sama, bahwa :

“Menurut saya, komunikasi adalah hal penting. Tanpa adanya komunikasi tidak akan terjadi hubungan yang baik. Kalau saat saya bekerja disini komunikasi yang saya berikan kepada konsumen yaitu dengan menyapanya dengan senyum yang tulus, mempersilahkan pelanggan dengan sopan”.⁶

Dari beberapa wawancara diatas menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen dengan membangun komunikasi. Komunikasi menurut pemilik dan karyawan Pertamina Superbonus sesuai dari hasil wawancara merupakan hal yang sangat penting, tidak ada hubungan baik tanpa adanya jalinan komunikasi.

b. Menarik Perhatian Konsumen / Promosi

Upaya yang dilakukan Pertamina Superbonus untuk menarik perhatian konsumen, seperti yang dijelaskan oleh pemilik Pertamina Superbonus bapak Muchid Arba, menjelaskan bahwa:

“Upaya kami untuk menginfokan ke masyarakat sekitar dan para pengguna jalan yang lewat melalui media *Billboard* yang besar dan terang saat malam hari, serta memasang spanduk besar di atas toko. Pertamina superbonus yang lokasinya sangat strategis untuk dijangkau pengguna jalan yang lewat menjadi alasan tersendiri untuk pembeli. Yaitu berlokasi di dekat pasar Brayung Mejobo dan juga berada di pinggir jalan alternatif antar kabupaten. Harga yang dibandrol juga terjangkau dibanding penjual botol eceran. Apabila pembeli membeli Rp 30.000 lebih akan mendapatkan bonus air mineral”.⁷

⁶ Anggi, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 15.25 WIB, wawancara 3, transkrip.

⁷ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

Sesuai wawancara peneliti dengan Ellin Putri terkait cara menarik perhatian konsumen di Pertamina Superbonus, beliau menjelaskan bahwa :

“Cara saya menarik perhatian konsumen untuk selalu membeli di disini dengan cara selalu berpenampilan rapi dan sopan. Di sini, di Pertamina Superbonus ini apabila pembeli membeli lebih dari Rp 30.000 akan mendapat bonus air mineral, itu juga yang menjadi daya tarik bagi pengguna jalan yang lewat untuk membeli bensin di sini”.⁸

Hal yang sama juga sesuai wawancara peneliti dengan Anggi, menjelaskan bahwa:

“Saya saat bekerja selalu mengutamakan kesopanan, berpakaian rapi juga selalu saya terapkan. Adanya papan nama yang menjadi penanda tempat ini yang cukup jelas, lokasi juga strategis ramai orang lewat, harga terjangkau, dan apabila membeli bensin lebih dari Rp 30.000 akan mendapat bonus air mineral. Itu menurut saya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pembeli.”⁹

Sesuai wawancara peneliti dengan Ibu Zulianti selaku konsumen di Pertamina Superbonus, beliau berlangganan sebagai konsumen di Pertamina Superbonus mulai saat awal Pertamina ada, Ibu Zulianti menjelaskan bahwa :

“Karena sejalur dari rumah dan dekat dengan pasar Brayung, soalnya sekalian saja mampir beli bensin kalau belanja ke pasar Brayung dan juga hampir setiap hari juga lewat jalan sini.”¹⁰

Nurul selaku konsumen di Pertamina Superbonus dan telah menjadi pelanggan selama kurang lebih dua tahun, beliau menuturkan kepada peneliti bahwa :

⁸ Ellin Putri, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.14 WIB, wawancara 2, transkrip.

⁹ Anggi, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 15.25 WIB, wawancara 3, transkrip.

¹⁰ Dewi Zulianti, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.35 WIB, wawancara 4, transkrip.

“Karena searah dari tempat kerja dan sudah buka pagi-pagi banget saat mau pergi bekerja.”¹¹

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan Ibu Sri Wahyuni yang juga merupakan konsumen Pertamina Superbonus, beliau menjelaskan bahwa :

“Ya karena satu jalur dengan pasar dan rumah mertua, terus karena tempatnya lebih nyaman dibanding yang lain. Promosi bonusnya menarik dan bermanfaat, kalau saya beli Rp30.000 pasti dapat air mineral, saya juga pernah mendapat kaos”¹²

Mas Edo yang merupakan konsumen lama juga menjelaskan kepada peneliti, sesuai dengan wawancara beliau menjelaskan bahwa :

“Karena sering lewat sini, jadi sekalian beli di sini. Terus bisa beli pas nominal berapapun, tidak ribet pakai nunggu uang kembalian. Bonusnya menarik, tertulis di banner cukup besar, pembelian Rp30.000 dapat bonus air mineral. Dan saya sering mendapatkan bonus tersebut.”¹³

Wawancara dengan Saiful Anas yang juga konsumen lama kurang lebih sudah dua tahun berlangganan, menuturkan bahwa :

“Karena dekat dengan rumah dan sering melewati ketika mau pergi kemanapun. Terus juga karena simpel dan cepet, tidak seperti bensin eceran yg di botol.”¹⁴

Pertamina Superbonus dalam menarik perhatian konsumen untuk tetap setia membeli dengan menawarkan promosi bonus air mineral, pemasangan media *Billboard*

¹¹ Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

¹² Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

¹³ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

¹⁴ Saiful Anas, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.26 WIB, wawancara 8, transkrip.

yang besar dan terang saat malam hari sehingga konsumen tertarik untuk memperhatikan, memasang spanduk besar di atas toko dengan tulisan yang berwarna dan cukup jelas. Di sekitar pasar Brayung saat ini hanya Pertamina Superbonus yang menjual bensin dengan menggunakan alat yang modern.

Konsumen sangat terbantu dan dimudahkan dengan adanya Pertamina Superbonus, terlebih lokasi yang strategis menjadi hal penting. Pertamina Superbonus buka setiap hari dengan jam-jam yang konsisten, dan menjadi salah satu Pertamina yang bisa diandalkan oleh masyarakat didaerah pasar Brayung yang cukup jauh dari SPBU.

c. Pelayanan

Pertamina Superbonus selalu mengedepankan pelayanan prima. Pelayanan yang baik kunci bagi konsumen untuk terus berulang melakukan pembelian. Pelayanan yang baik, menghadirkan kepuasan tersendiri bagi setiap konsumen di Pertamina Superbonus.

Sesuai dengan wawancara dengan Bapak Muchid Arba, beliau menjelaskan bahwa :

“Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen melalui standar operasional karyawan dalam melayani konsumen, standar operasionalnya sendiri antara lain: sesegera mungkin menghampiri dan tidak boleh menunda-nunda ketika ada konsumen kecuali sedang sholat, selalu ramah dan sopan santun ketika menghadapi konsumen, menanyakan jenis BBM dan jumlahnya yang akan dibeli, usahakan memberikan uang kembalian yang pas sesuai dengan yang tertera di layar display mesin, mengucapkan terima kasih kepada konsumen setelah pengisian dan pembayaran selesai, mencatat jenis BBM dan jumlah yang dibeli oleh konsumen pada kertas laporan penjualan.”¹⁵

¹⁵ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

Lebih lanjut wawancara dengan Ellin Putri karyawan Pertamina Superbonus, menjelaskan bahwa :

“Saya setiap melakukan transaksi selalu menawarkan kepada konsumen terlebih dahulu apakah mau membeli bensin pertalite atau pertamax, kemudian bertanya kembali kepada konsumen mau membeli bensin berapa liter. Jika sudah selesai saya mengucapkan terimakasih kepada konsumen karena telah membeli bensin di pertamini superbonus kami.”¹⁶

Sesuai wawancara dengan Anggi karyawan Pertamina Superbonus, juga menjelaskan bahwa :

“Saat melayani pembeli yang saya lakukan adalah bertanya mau beli bensin pertalite atau pertamax lalu bertanya berapa yang ingin di beli. Ketika sudah tau maka saya akan memasukan jumlah yang ingi di beli pembeli ke mesin pertamini, lalu saya mengisi bensin pembeli. Jika pembeli memberi uang lebih dari pembelian maka saya akan mengembalikan kembalian dengan benar, misalkan pembeli membeli Rp. 18.500 dan memberi uang Rp. 20.000 maka kembalian yang saya berikan Rp. 2.500 setelah itu saya mengucapkan terima kasih.”¹⁷

Wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Zulianti selaku konsumen Pertamina Superbonus, beliau menuturkan bahwa:

“Pelayanannya bagus, karyawannya ramah, pakaiannya sopan dan rapi, tempatnya teduh dan nyaman buat antri.”¹⁸

¹⁶ Ellin Putri, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.14 WIB, wawancara 2, transkrip.

¹⁷ Anggi, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 15.25 WIB, wawancara 3, transkrip.

¹⁸ Dewi Zulianti, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.35 WIB, wawancara 4, transkrip.

Selanjutnya Nurul dalam wawancara dengan peneliti, beliau menuturkan bahwa:

“Pelayanannya baik dan ramah-ramah.”¹⁹

Sesuai wawancara peneliti dengan Ibu Sri wahyuni juga menuturkan hal yang sama, bahwa :

“Pelayanannya bagus, karyawannya ramah dan enak pas diajak ngobrol.”²⁰

Hal yang sama juga dituturkan oleh Edo dalam wawancara dengan peneliti, beliau menuturkan bahwa :

“Pelayanannya memuaskan, baik, ramah, tempatnya nyaman, dan mudah dijangkau.”²¹

Lebih lanjut hal yang sama juga dituturkan oleh Saiful Anas dalam wawancara dengan peneliti, beliau menuturkan bahwa :

“Pelayanannya bagus, karyawannya ramah dan sopan, dan buka terus setiap hari.”²²

Dalam mengatasi keluhan konsumen, sesuai wawancara dengan pemilik usaha Pertramini Superbonus bahwa :

“Memperbaiki pelayanan penjualan dan sesegera mungkin menangani keluhan yang terjadi. Jika memang terjadi kesalahan, maka pihak Pertamina Superbonus akan memberikan kompensasi kepada konsumen.”²³

Hasil wawancara menjelaskan pelayanan yang diberikan Pertamina Superbonus kepada konsumen merupakan hal yang utama diperhatikan oleh seluruh karyawan. Karyawan dalam melakukan pelayanan selalu

¹⁹ Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

²⁰ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

²¹ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

²² Saiful Anas, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.26 WIB, wawancara 8, transkrip.

²³ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

berusaha sesuai standar operasional yang telah ditetapkan oleh pemilik Pertamina Superbonus.

Pendapat atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pertamina Superbonus kepada para konsumen cukup baik sesuai dengan hasil wawancara di atas, yaitu ramah dan sopan menjadi salah satu point lebih yang diberikan konsumen. Serta adanya kompensasi kepada konsumen ketika terjadi kesalahan saat transaksi dari pihak Pertamina Superbonus.

d. Usaha Pertamina Superbonus dalam Pandangan Ekonomi Islam

Jual beli yang dilakukan Pertamina Superbonus dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu berdasarkan hukum Islam. Islam selalu mengajarkan kepada setiap orang agar mencari nafkah menggunakan cara yang halal. Ketik memperoleh kekayaan dengan jalan yang tidak sah dan dilarang akan membawa dampak yang tidak baik.

Sesuai wawancara peneliti dengan pemilik Pertamina Superbonus Bapak Muchid Arba, beliau menjelaskan bahwa :

“Insyallah sudah sesuai dengan syariat Islam, karena kita membantu masyarakat atau warga sekitar yang jauh dari SPBU untuk mempermudah dalam mendapatkan BBM. Asas jual beli yang kita terapkan untuk masalah untuk kebaikan bersama. Tidak adanya riba dalam transaksi di Pertamina Superbonus, kita dalam menetapkan harga sangat terjangkau dan harga umum. Tidak pernah menimbun produk BBM, kita semaksimal mungkin dalam melalukan penyetokan produk sewajarnya. Jujur dalam takaran dan harga sehingga tidak curang kepada konsumen. Menyisihkan dari laba perbulan untuk membayar zakat demi kemaslahatan umat. Mengharuskan karyawan untuk segera menunaikan sholat ketika telah masuk waktunya, kita memperbolehkan karyawan tutup toko untuk menjalankan ibadah. Mewajibkan karyawan untuk berpakaian rapi,

sopan dan menutup aurat ketika sedang bekerja.”²⁴

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan Ellin Putri yang merupakan karyawan, beliau menjelaskan :

“Setiap memasuki waktu sholat kita diharuskan menutup toko, diwajibkan menjalankan kewajiban kita terlebih dahulu. Setiap kali saya membuka toko kita diwajibkan membaca doa atau basmalah. Pertamina Superbonus dalam pengambilan keuntungan sudah sesuai dengan ekonomi Islam karena menyesuaikan dengan harga pasarnya dan tidak mengambil keuntungan yang lebih lagi.”²⁵

Hal yang sama juga dituturkan oleh Anggi kepada peneliti, beliau menuturkan bahwa :

“Munurut saya sudah sesuai syariat Islam, karena pemilik hanya mengambil untung Rp1000 rupiah yang mana ada pertamini lain mengambil untung Rp2000 rupiah. Pemilik selalu memberikan kelonggaran waktu kepada karyawan, dan memperbolehkan untuk menutup toko saat saya mau sholat. Untuk awal bekerja diwajibkan membaca Basmalah saat membuka toko.”²⁶

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik Pertamina Superbonus, dalam setiap usaha yang dilaksanakan Pertamina Superbonus selalu berdasar hukum Islam. Pemilik menghimbau kepada karyawan untuk selalu mengutamakan kejujuran. Apabila memasuki waktu sholat pemilik mewajibkan untuk menunaikan ibadah terlebih dahulu, sebelum memulai bekerja membaca doa terlebih dahulu. Dalam hal mengambil

²⁴ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

²⁵ Ellin Putri, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.14 WIB, wawancara 2, transkrip.

²⁶ Anggi, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 15.25 WIB, wawancara 3, transkrip.

keuntungan pemilik tidak berlebihan serta berusaha selalu menyisihkan untuk zakat dan sedekah.

2. Karakteristik Loyalitas Konsumen pada Usaha Pertamina Superbonus

Konsumen yang loyal sangat membantu dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Pelayanan dan citra yang baik yang ditampilkan oleh perusahaan dapat menghasilkan kepuasan dan *review* yang baik dari para konsumen.

Adapun karakteristik dari konsumen yang loyal di Pertamina Superbonus diterangkan dalam wawancara kepada Bapak Muchid Arba selaku pemilik Pertamina Superbonus, menjelaskan bahwa:

“Ada beberapa karakteristik yang biasanya dilakukan oleh konsumen yang sudah sejak lama membeli di Pertamina Superbonus ini. Yang paling kelihatan itu rutin sekali membeli di Pertamina ini secara teratur. Ada yang setiap hari membeli nominal sedikit, ada juga yang langsung membeli nominal besar tiga hari sekali sampai seminggu sekali. Katanya mereka lebih nyaman membeli di sini, baik nyaman dalam segi tempat maupun pelayanannya. Pernah juga ada ibu-ibu yang bilang kalau satu keluarganya semua membeli di Pertamina Superbonus ini. Dan yang paling sering adalah jika ada orang yang kehabisan bensin pada saat belanja atau lewat di sekitar pasar Brayung, pasti akan diarahin ke sini oleh orang-orang sekitar.”²⁷

Begitupula yang di katakan oleh Ellin Putri selaku karyawan saat sesi wawancara, menjelaskan bahwa:

“Tingkat loyalitas pembeli lumayan tinggi, buktinya banyak sekali pembeli yang secara rutin mengisi bensin di sini, bahkan ada yang hampir setiap hari membeli. Hal itu menandakan bahwa mereka lebih memilih membeli di Pertamina Superbonus daripada

²⁷ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

membeli di pertamini lain atau di SPBU yang jaraknya sangat jauh.”²⁸

Di dukung juga dengan pernyataan dari Anggi selaku karyawan, menyatakan bahwa:

“Loyalitas pembeli di Pertamina Superbonus sangat baik, karena setiap hari saya hampir bertemu orang yang sama walau ada juga orang-orang yang baru. Bahkan jika pembeli sudah langganan sekali, biasanya mereka beli sambil mengajak ngobrol. Dan mereka pun jika isi full tank misal Rp. 31.960 mereka akan memberi Rp. 32.000 tanpa meminta kembalian. Karena berlokasi di desa jadi pembeli disana juga loyal-loyal, bahkan kemarin ada yang bilang bahwa ada Pertamina bonus baru di daerah yang sama tapi mereka tetap memilih Pertamina Superbonus.”²⁹

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik loyalitas konsumen yang di temukan pada Pertamina Superbonus antara lain:

a. Melakukan Transaksi Secara Teratur

Konsumen yang loyal senantiasa melakukan transaksi secara teratur dan berkelanjutan karena merasa nyaman dan puas dengan Pertamina Superbonus.

Sesuai dengan wawancara dengan Dewi Zulianti, beliau menjelaskan bahwa :

“Saya akan berlangganan terus membeli di Pertamina Superbonus ini.”³⁰

Wawancara dengan Sri Wahyuni juga menuturkan bahwa:

“Tetap membeli secara teratur dan berlangganan di sini. Walaupun ada Pertamina baru, mungkin akan tetap beli di sini karena sudah nyaman dan biasa beli di sini. Bahkan satu keluarga saya (suami dan anak)

²⁸ Ellin Putri, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.14 WIB, wawancara 2, transkrip.

²⁹ Anggi, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 15.25 WIB, wawancara 3, transkrip.

³⁰ Dewi Zulianti, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.35 WIB, wawancara 4, transkrip.

saya suruh membeli di sini saja, karena dekat, murah dan tempatnya nyaman tidak bahaya langsung dipinggir jalan.”³¹

Pernyataan tersebut diperkuat dengan apa yang disampaikan Nurul, menuturkan bahwa:

“Secara teratur membeli di pertamini ini dan tidak tergoda dengan pertamini-pertamini lain yang baru pada buka.”³²

Hal ini juga sesuai dengan wawancara dengan Edo Candra, yang berkata:

“Saya akan mengisi bensin hanya di pertamini Superbonus ini, tidak di tempat yang lain. Selain karena dekat dengan rumah juga karena selalu tersedia pertalite.”³³

Pada saat diwawancara, Saiful Anas juga mengatakan:

“Dengan terus selalu membeli di pertamini ini, agar pertamini ini terus bertahan karena punya pelanggan tetap.”³⁴

b. Tidak Terpengaruh Layanan Jasa Pertamina Lain

Konsumen yang loyal tidak akan terpengaruh berpindah ke layanan jasa/ produk lain, karena merasa nyaman dan puas dengan Pertamina Superbonus.

Sesuai dengan wawancara dengan Sri Wahyuni, beliau menjelaskan bahwa :

“Tetap membeli secara teratur dan berlangganan di sini. Walaupun ada pertamini baru, mungkin akan tetap beli di sini karena sudah nyaman dan biasa beli di sini. Bahkan satu keluarga saya (suami dan anak) saya suruh membeli di sini saja, karena dekat,

³¹ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

³² Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

³³ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

³⁴ Saiful Anas, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.26 WIB, wawancara 8, transkrip.

murah dan tempatnya nyaman tidak bahaya langsung dipinggir jalan.”³⁵

Pernyataan tersebut diperkuat dengan apa yang disampaikan Nurul, menuturkan bahwa:

“Secara teratur membeli di pertamini ini dan tidak tergoda dengan pertamini-pertamini lain yang baru pada buka.”³⁶

Hal ini juga sesuai dengan wawancara dengan Edo Candra, yang berkata:

“Saya akan mengisi bensin hanya di pertamini Superbonus ini, tidak di tempat yang lain. Selain karena dekat dengan rumah juga karena selalu tersedia pertalite.”³⁷

c. Merekomendasikan Kepada Orang Lain.

Konsumen yang loyal akan menyarankan seseorang untuk menggunakan produk/jasa yang disukainya karena merasa nyaman dan puas dengan Pertamina Superbonus.

Sesuai dengan wawancara dengan Sri Wahyuni, beliau menjelaskan bahwa :

“Tetap membeli secara teratur dan berlangganan di sini. Walaupun ada pertamini baru, mungkin akan tetap beli di sini karena sudah nyaman dan biasa beli di sini. Bahkan satu keluarga saya (suami dan anak) saya suruh membeli di sini saja, karena dekat, murah dan tempatnya nyaman tidak bahaya langsung dipinggir jalan.”³⁸

³⁵ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

³⁶ Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

³⁷ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

³⁸ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen

a. Faktor Pendukung

1) Produk

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Muchid Arba yang merupakan pemilik Pertamina Superbonus, menjelaskan bahwa :

“Produk BBM merupakan suatu kebutuhan pokok masyarakat. Penjualan BBM menggunakan mesin digital lebih diminati masyarakat karena dianggap lebih praktis dan takarannya lebih pas. Di daerah pasar Brayung belum ada jualan bensin versi di gital, Pertamina Superbonus ini merupakan Pertamina yang pertama kali berdiri di daerah sini, pastinya banyak diminati oleh masyarakat sekitar. Pertamina Superbonus menjual BBM jenis Pertamina dan Peralite saja.”³⁹

Pernyataan tersebut diperkuat dengan apa yang disampaikan Edo Candra, menuturkan bahwa:

“Saya akan mengisi bensin hanya di Pertamina Superbonus ini, tidak di tempat yang lain. Selain karena dekat dengan rumah juga karena selalu tersedia Peralite.”⁴⁰

Keunggulan produk pada Pertamina Superbonus ini terdapat pada ketersediaan BBM yang konsisten selalu ada dan jarang sekali kehabisan/ kosong. Kemudian juga karena Pertamina Superbonus merupakan usaha bensin eceran yang sudah menggunakan mesin pompa digital yang lebih efisien dan tidak ribet.

³⁹ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

⁴⁰ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

2) Harga

Sesuai wawancara dengan wawancara peneliti dengan Muchid Arba, beliau menegaskan bahwa:

“Saya dalam menentukan harga untuk BBM yang saya jual, mematok harga terjangkau dan tidak melebihi harga pasaran. Dalam mengambil keuntungan saya selalu berpedoman sesuai prinsip ekonomi Islam. Dengan harga yang relatif terjangkau dan telah menggunakan mesin digital pastinya konsumen akan puas dan sering beli di sini, karena SPBU juga cukup jauh dari daerah sini.”

Wawancara peneliti dengan Ibu Zulianti, beliau menuturkan bahwa :

“Kalau menurut saya, harga bensin disini cukup murah kalau dibanding pertamini lain atau penjual bensin eceran botolan.”⁴¹

Lanjut wawancara peneliti dengan Nurul, beliau juga menuturkan hal yang sama bahwa :

“Harga bensin di sini terjangkau relatif sama pada umumnya.”⁴²

Ibu Sri Wahyuni juga menuturkan hal yang sama kepada peneliti, beliau menuturkan bahwa :

“Cukup terjangkau harga bensinnya.”⁴³

Wawancara peneliti dengan Edo juga menjelaskan hal yang sama terkait harga BBM di Pertamina Superbonus, beliau menjelaskan bahwa :

“Harga bensin sangat umum, harganya relatif lebih murah disbanding eceran, menurut saya pas.”⁴⁴

⁴¹ Dewi Zulianti, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.35 WIB, wawancara 4, transkrip.

⁴² Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

⁴³ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

⁴⁴ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

Lanjut wawancara peneliti dengan Saiful Anas, beliau juga menuturkan bahwa :

“Harga cukup terjangkau dan bisa beli bensin nominal berapapun.”⁴⁵

3) Tempat

Sesuai wawancara peneliti dengan pemilik Bapak Muchid Arba, beliau menjelaskan terkait tempat Pertamina Superbonus yang sangat strategis dan nyaman bahwa :

“Lokasi Pertamina Superbonus yang sangat strategis berada di pinggir jalan alternatif antar kabupaten, berada di dekat pusat keramaian yaitu pasar Brayung, dan berada jauh dari SPBU Pertamina menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Konsisten berjualan setiap hari dan konsisten dalam jam buka dan tutup agar konsumen tidak kecele gara-gara tutup pada saat akan membeli. Tempat Pertamina Superbonus juga luas dan teduh, sehingga membuat konsumen merasa nyaman untuk membeli maupun mengantri.”⁴⁶

Wawancara peneliti dengan Ibu Zulianti, beliau menuturkan terkait tempat Pertamina Superbonus bahwa :

“Untuk tempatnya teduh, luas, dan nyaman buat antri.”⁴⁷

Lanjut wawancara peneliti dengan Nurul, beliau juga menuturkan hal sama bahwa :

“Pertamina ini berada ditempat ramai dekat pasar, tempatnya juga luas menurut saya, teduh juga.”⁴⁸

⁴⁵ Saiful Anas, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.26 WIB, wawancara 8, transkrip.

⁴⁶ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

⁴⁷ Dewi Zulianti, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.35 WIB, wawancara 4, transkrip.

⁴⁸ Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

Lanjut wawancara peneliti dengan Ibu Sri Wahyuni, beliau menuturkan terkait tempat Pertamina Superbonus bahwa :

“Teduh, nyaman, luas kalau menurut saya”⁴⁹

Wawancara peneliti dengan Edo juga menuturkan hal yang sama, bahwa :

“Lokasi di sini sangat baik, tempatnya luas, jadinya lega, tidak sempit.”⁵⁰

Lanjut wawancara peneliti dengan Saiful Anas, bahwa :

“Tempat disini lumayan luas kalau menurut saya, ramai orang lewat juga.”⁵¹

4) Promosi

Promosi merupakan hal sangat penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Sesuai wawancara peneliti dengan Muchid Arba selaku pemilik Pertamina Superbonus, beliau menjelaskan bahwa :

“Saya mencoba menarik perhatian konsumen melalui promosi dengan bonus-bonus yang diberikan. Seperti air mineral, apabila konsumen membeli bensin Rp 30.000 maka akan mendapat bonus air mineral. Kupon yang diberikan juga menambah daya tarik, apabila beruntung akan mendapatkan hadiah kaos, saya rasa bonus-bonus yang saya terapkan di Pertamina Superbonus ini cukup menarik konsumen untuk tetap beli disini.”⁵²

Sesuai wawancara peneliti dengan Ibu Zulianti, beliau menuturkan bahwa :

⁴⁹ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

⁵⁰ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

⁵¹ Saiful Anas, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.26 WIB, wawancara 8, transkrip.

⁵² Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

“Bonusnya disini cukup menarik beda dibanding tempat lain, dapat air mineral saat beli Rp30.000, tapi saya jarang banget dapet bonus, karena seringnya beli Rp10.000 tapi rutin hampir setiap hari.”⁵³

Lanjut wawancara peneliti dengan Nurul, beliau juga menuturkan hal yang sama bahwa :

“Bonusnya bagus, dapat air mineral dan kupon, sangat bermanfaat.”⁵⁴

Lanjut wawancara peneliti dengan Ibu Sri Wahyuni, beliau juga menuturkan hal yang sama bahwa :

“Bonusnya menarik dan bermanfaat, kalau saya beli Rp30.000 pasti dapat air mineral, saya juga pernah mendapat kaos.”⁵⁵

Wawancara peneliti dengan saudara Edo, beliau menjelaskan bahwa :

“Bonusnya menarik, tertulis di banner cukup besar, pembelian Rp30.000 dapat bonus air mineral. Dan saya sering mendapatkan bonus tersebut.”⁵⁶

Berdasarkan beberapa faktor pendukung Pertamina Superbonus dalam rangka mempertahankan loyalitas konsumen diantaranya melalui produk yang dijual lebih dari satu jenis dengan menggunakan mesin digital, harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan cenderung lebih murah, tempatnya luas dan nyaman, serta promosi juga sering dilakukan.

Loyalitas Konsumen merupakan hal yang utama bagi setiap usaha termasuk Pertamina Superbonus ini. Sesuai wawancara peneliti dengan Ellin Putri selaku karyawan di Pertamina Superbonus, beliau menuturkan bahwa :

⁵³ Dewi Zulianti, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.35 WIB, wawancara 4, transkrip.

⁵⁴ Nurul, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.47 WIB, wawancara 5, transkrip.

⁵⁵ Sri Wahyuni, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.08 WIB, wawancara 6, transkrip.

⁵⁶ Edo Candra, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 16.44 WIB, wawancara 7, transkrip.

“Menurut saya tingkat loyalitas konsumen di Pertamina Superbonus cukup baik dan kebanyakan menjadi pelanggan.”⁵⁷

Wawancara peneliti dengan Anggi yang juga karyawan di Pertamina Superbonus, beliau juga menuturkan bahwa :

“Tingkat loyalitas pembeli bensin di sini sangat baik, karena setiap hari saya hampir bertemu orang yang sama walau ada juga orang yang baru. Bahkan jika pembeli sudah langganan sekali, biasanya mereka beli sambil mengajak ngobrol. Dan mereka pun jika isi *full tank* misal Rp.31.960 mereka akan memberi Rp.32.000 tanpa meminta kembalian. Karena berlokasi di desa jadi pembeli di sini juga loyal loyal, bahkan kemarin ada yang bilang bahwa ada Pertamina bonus baru di daerah yang sama tapi mereka tetap memilih membeli di Pertamina Superbonus.”⁵⁸

b. Faktor Penghambat

Sesuai dengan wawancara peneliti dengan Muchid Arba yang merupakan pemilik Pertamina Superbonus, beliau menuturkan bahwa :

“Kelangkaan bahan bakar dari pusat SPBU, mulai adanya banyak Pertamina baru yang bermunculan di sekitar, kenaikan harga BBM, terjadinya pandemi, sehingga menurunnya jumlah pembeli karena *lock down* dan masyarakat tidak bepergian.”⁵⁹

Lebih lanjut wawancara peneliti kepada pemilik untuk solusi yang diterapkan menghadapi berbagai permasalahan dalam penjualan, beliau menjelaskan bahwa :

⁵⁷ Ellin Putri, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 07.14 WIB, wawancara 2, transkrip.

⁵⁸ Anggi, wawancara oleh penulis, 31 Maret, 2022, pukul 15.25 WIB, wawancara 3, transkrip.

⁵⁹ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

“Mencarikan bahan bakar sampai ke luar kota, selalu berinovasi dalam memberikan promosi bonus dan pelayanan yang baik untuk tetap menarik minat konsumen agar membeli di Pertamina Superbonus, memberikan informasi secara halus kepada para konsumen bahwa terjadi kenaikan harga BBM dari pusat, tetap berjualan, dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.”⁶⁰

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Strategi Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen perspektif ekonomi Islam

Pertamina Superbonus selalu memperhatikan bagaimana strategi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Terdapat berbagai langkah yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen atau pelanggan. Berikut merupakan langkah-langkah atau strategi yang dilakukan Pertamina Superbonus untuk mempertahankan loyalitas konsumen, sebagai berikut:

a. Membangun Komunikasi

Komunikasi mempengaruhi semua aspek hubungan bisnis, terutama kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas. Tahap awal komunikasi yaitu dengan membangun kesadaran, meyakinkan pembeli yang tertarik, dan mendorong pembeli potensial untuk membuat keputusan pembelian. Komunikasi yang dibuat oleh konsumen mencakup pertukaran informasi dari mulut ke mulut (tradisional), pelanggan kepada pelanggan (C2C). Pertukaran pengetahuan C2C juga dapat mempengaruhi konsumen atas semua nilai yang diberikan kepada usaha Pertamina Superbonus. Perusahaan sering mengukur kepuasan pelanggan dengan kemampuan komunikatif karyawan mereka berdasarkan kesopanan, profesionalisme dalam

⁶⁰ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

bekerja, perhatian, pengetahuan, kesiapan dan ketelitian.⁶¹

Penggunaan bahasa yang sederhana dalam berkomunikasi diterapkan oleh karyawan Pertamina Superbonus. Bahasa yang kompleks atau istilah-istilah teknis menyebabkan konsumen sulit memahami, setiap konsumen akan mampu memahami pesan yang kita sampaikan dengan bahasa yang sederhana.⁶² Komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen ini berkontribusi pada ekuitas konsumen. Komunikasi pemasaran merupakan sarana untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan calon pembeli serta pelanggan secara langsung maupun tidak tentang bagaimana, mengapa, oleh siapa, dimana, dan kapan suatu produk dapat diperoleh dan dapat digunakan.⁶³

b. Menarik Perhatian Konsumen

Pertamina Superbonus dalam menarik perhatian konsumen untuk tetap setia membeli dengan menawarkan promosi bonus air mineral, pemasangan media *Billboard* yang besar dan terang saat malam hari sehingga konsumen tertarik untuk memperhatikan, memasang spanduk besar di atas toko dengan tulisan yang berwarna dan cukup jelas. Di sekitar pasar Brayung saat ini hanya Pertamina Superbonus yang menjual bensin dengan menggunakan alat yang modern.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Lailatus Sa'adah dalam bukunya yang menyebutkan program loyalitas konsumen dengan cara promosi atau menarik perhatian konsumen sering diterapkan untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Biasanya program ini mempersembahkan

⁶¹ Aang Curatman dkk., *Program Loyalitas Pelanggan* (Sleman : CV Budi Utama, 2020), 16.

⁶² Sudaryono, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta : kencana, 2022), 73.

⁶³ Sugeng Riyanto dkk., *Media Sosial : Modal Sosial dalam Pemasaran Sayur* (Malang : Universitas Brawijaya Press, 2021), 28.

semacam *reward* khusus (diskon, bonus, serta hadiah berkaitan dengan frekuensi pembelian produk) kepada konsumen tetap atau konsumen yang rutin membeli agar terus loyal kepada produk yang dihasilkan oleh perusahaan.⁶⁴

c. Pelayanan

Pelayanan yang baik merupakan kunci memperoleh konsumen loyal. Dengan pelayanan yang baik, tidak hanya mempertahankan konsumen, tapi juga akan mencerminkan citra baik suatu usaha.

Pelayanan yang diberikan Pertamina Superbonus kepada konsumen merupakan hal yang utama diperhatikan oleh seluruh karyawan. Karyawan dalam melakukan pelayanan selalu berusaha sesuai standar operasional yang telah ditetapkan oleh pemilik Pertamina Superbonus. Hal yang pertama dilakukan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan adalah memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan bersikap sopan, ramah, murah senyum dan ucapan terima kasih pasca pembelian. Pemilik usaha Pertamina Superbonus juga memberikan pelayanan secara optimal seperti dalam hal kenyamanan tempat, kualitas produk, ketepatan takaran dan penyelesaian/ ganti rugi ketika ada keluhan dari konsumen.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Suwandi S. Sangadji dalam bukunya yang menyebutkan bahwa pelayanan merupakan salah satu faktor yang memberikan pengaruh pada loyalitas konsumen. Baik itu pelayanan dalam usaha dibidang jasa maupun dalam penjualan produk. Kunci dalam mendapatkan loyalitas dari konsumen adalah melalui pelayanan yang baik dan optimal. Sehingga pelanggan akan bertahan dan memiliki kesan yang baik dengan perusahaan.⁶⁵

⁶⁴ Lailatus Sa'adah, *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 36.

⁶⁵ Suwandi S. Sangadji, dkk., *Perilaku Konsumen: Tinjauan Konseptual Dan Praktis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 72.

Pelayanan yang telah diterapkan di Pertamina Superbonus sudah sesuai dengan pernyataan Velariza Alvioletta dkk., dalam bukunya yaitu:

- 1) Empati atau sikap peduli yang ditunjukkan oleh petugas atau karyawan. Pertamina superbonus dalam memberikan pelayanan selalu bersikap ramah, sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti kepada konsumen.
 - 2) Penampilan fisik atau kerapian petugas, kondisi kebersihan serta kenyamanan tempat.
 - 3) Keandalan serta keterampilan (*reliability*) petugas ketika memberikan pelayanan.
 - 4) Kecepatan petugas dalam memberikan tanggapan atas keluhan yang didapatkan (*responsiveness*).⁶⁶
- d. Usaha Pertamina Superbonus dalam Pandangan Ekonomi Islam

Sebagai umat muslim, dalam menjalankan usaha harus berdasar pada syariat Islam. Dalam perusahaan pastilah terdapat standar operasional yang harus ditaati dan dijalankan sebagai dasar dalam menjalankan aktifitas usaha.

Berikut merupakan standar operasional yang di praktikkan oleh Pertamina Superbonus yang dinilai sudah sesuai dengan ekonomi Islam, antara lain:

- 1) Kejujuran, seperti jujur dalam takaran, promosi, dan kondisi produk.
- 2) Kehalalan, seperti halal produknya dan cara mendapatkannya.
- 3) Tidak menimbun produk.
- 4) Tidak mengandung riba, seperti penetapan harganya yang tidak terlampau tinggi jika dibanding pasaran.
- 5) Zakat dari penghasilan bersih yang didapatkan.

⁶⁶ Velariza Alvioletta dkk., *Penerapan Metode Analytical Hierarchy Proses (AHP) Pada Penilaian Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Pelayanan Divisi (Studi Kasus : CV Tirta Kencana)* (Bandung : Kreatif Industri Nusantara, 2020), 19.

- 6) Adab yang sesuai syariah, seperti dalam hal pakaian harus menutup aurat dan tetap mengingat Allah dengan tidak meninggalkan ibadah wajib.⁶⁷

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Eko Suprayitno dalam bukunya yang menjelaskan bahwa prinsip-prinsip dalam menjalankan dan mempraktikkan ekonomi Islam secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Allah telah memberikan amanah kepada manusia berupa sumber daya yang melimpah, maka pemanfaatannya harus jujur dan dapat dipertanggung jawabkan di akhirat.
- 2) Batasan tertentu untuk kepemilikan pribadi sesuatu yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat banyak dan tidak menimbun serta memperolehnya dengan cara yang tidak sah.
- 3) Seorang muslim ketika berbisnis harus tunduk kepada Allah dan mempertanggung jawabkannya di akhirat. Kondisi tersebut akan menggerakkan orang untuk mejauh pada sesuatu yang berhubungan dengan *maisir*, *gharar* dan bisnis yang batil.
- 4) Zakat wajib dibayarkan ketika kekayaan yang didapat telah mencapai batas *nisab*.
- 5) Riba dalam segala bentuknya sangat dilarang dalam Islam, baik dalam hal bisnis maupun hal yang lain.⁶⁸

Praktik bisnis yang dijalankan oleh Pertamina Superbonus sudah sesuai dengan strategi dan prinsip-prinsip bisnis yang berpedoman kepada Rasulullah Muhammad. Hal ini sesuai dengan pernyataan K.H. Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung dalam bukunya yang menerangkan strategi dan prinsip-prinsip bisnis Rasulullah, antara lain:

- 1) *Shiddiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta ketika menjalankan transaksi bisnis.

⁶⁷ Muchid Arba, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2022, pukul 06.35 WIB, wawancara 1, transkrip.

⁶⁸ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 2-3.

Karena ketika berdusta, menipu, mengurangi takaran dan mempermainkan kualitas dapat menciptakan kerugian yang sesungguhnya baik di dunia maupun hingga di akhirat.

- 2) Kreatif, berani serta percaya diri. Sifat ini adalah perpaduan antara amanah serta *fathanah* yang dalam kehidupan bisnis sering diterjemahkan sebagai sikap tanggung jawab, transparan, mempunyai manajemen bervisi serta manajer dan pemimpin yang cerdas.
- 3) *Tabligh*, yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Komunikasi yang baik antara perusahaan dan konsumen merupakan kunci untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen.
- 4) *Istiqamah*, yaitu secara konsisten menjalankan bisnis sesuai dengan syariat Islam.⁶⁹

Berpijak pada apa yang diungkapkan oleh para narasumber maka peneliti berusaha mengolah data dan membuat matrik sebagai berikut:

Tabel 4.3. Matrik Strategi Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen perspektif ekonomi Islam

Strategi	Narasumber							
	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8
Membangun Komunikasi	✓	✓	✓					
Menarik Perhatian Konsumen	✓	✓	✓			✓	✓	
Pelayanan Optimal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Sumber: Hasil penelitian diolah

⁶⁹ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 54-56.

2. Analisis Karakteristik Loyalitas Konsumen pada Usaha Pertamina Superbonus

Konsumen yang loyal adalah aset bagi suatu usaha, hal ini bisa diamati berdasarkan karakteristik yang dimilikinya. Oleh sebab itu, loyalitas konsumen adalah suatu ukuran yang dapat digunakan untuk memprediksi data pertumbuhan bagi suatu perusahaan. Dari hasil wawancara peneliti kepada pemilik dan karyawan Pertamina Superbonus, dapat dianalisis bahwa terdapat beberapa karakteristik loyalitas konsumen usaha Pertamina Superbonus adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian kembali/ transaksi secara teratur.

Konsumen loyal akan melakukan transaksi secara teratur yang dapat diartikan sebagai konsumen yang hanya melakukan pembelian BBM di Pertamina Superbonus secara berulang-ulang dan konsisten di masa yang akan datang. Hal ini karena, timbul rasa kepercayaan terhadap suatu *brand* yang memberikan kepuasan yang dibutuhkan konsumen.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Lili Suryati dalam bukunya yang menyebutkan konsumen yang loyal akan membeli secara teratur dan berulang-ulang. Konsumen tersebut akan terus menerus dan berulang kali mendatangi tempat yang sama demi memuaskan keinginannya untuk memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa tersebut.⁷⁰

- b. Tidak terpengaruh dengan layanan jasa Pertamina lain.

Konsumen yang loyal tidak akan tertarik untuk membeli dari pesaing atau Pertamina lain. Hal ini karena, pelayanan dan produk yang didapatkannya telah memberikan kepuasan bagi konsumen tersebut. Maka dari itu, Pertamina Superbonus sangat mengedepankan kualitas dari produk, pelayanan, kenyamanan juga promo dan bonus yang ditawarkan.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Jill Griffin dalam bukunya yang menyebutkan bahwa

⁷⁰ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Sleman: Deepublish, 2019), 93.

konsumen yang benar-benar loyal akan menolak membeli pada pesaing lain dan membeli kembali produk yang dibutuhkan dari perusahaan atau penjual yang sama.⁷¹

c. Merekomendasikan kepada orang lain.

Konsumen yang memiliki loyalitas kepada suatu produk/ jasa akan dengan senang hati bersedia menceritakan hal-hal baik mengenai perusahaan dan produknya kepada teman, keluarga atau bahkan orang lain yang pastinya berpengaruh besar dalam hal promosi. Konsumen yang merekomendasikan pertamini Superbonus kepada orang lain akan memberikan testimoni atau pengalaman bahwa konsumen tersebut memperoleh kepuasan terhadap produk/jasa dari pertamini Superbonus, sehingga mengajak orang lain untuk ikut serta dalam membeli BBM di pertamini Superbonus.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Jill Griffin dalam bukunya yang menyebutkan konsumen yang loyal senantiasa memberitahu dan membagi pengetahuan mereka kepada saudara, teman dan tetangga mereka mengenai suatu produk yang disukainya. Para konsumen ini menjadi pendukung paling vokal dan selalu menyarankan orang lain agar membeli produk atau jasa tersebut.⁷²

Berpijak pada apa yang diungkapkan oleh para narasumber maka peneliti berusaha mengolah data dan membuat matrik sebagai berikut:

Tabel 4.4. Matrik Karakteristik Loyalitas Konsumen pada Usaha Pertamina Superbonus

Karakteristik	Narasumber				
	N4	N5	N6	N7	N8
Pembelian Kembali/ Transaksi Teratur	✓	✓	✓	✓	✓

⁷¹ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), 20.

⁷² Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), 23-24.

Karakteristik	Narasumber				
	N4	N5	N6	N7	N8
Setia/ Tidak Terpengaruh		✓	✓	✓	
Merekomendasikan pada Orang Lain			✓		

Sumber: Hasil penelitian diolah

3. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen

a. Faktor Pendukung

1) Produk

Keunggulan produk pada Pertamina Superbonus ini terdapat pada kualitas BBM yang murni tanpa ada kecurangan campuran/oplosan, serta ketersediaan BBM yang konsisten selalu ada dan jarang sekali kehabisan/ kosong. Kemudian juga karena Pertamina Superbonus merupakan usaha bensin eceran yang sudah menggunakan mesin pompa digital yang lebih efisien dan tidak ribet.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat Ubbadul Adzkiya' dalam bukunya yang menyebutkan bahwa Muhammad senantiasa menjelaskan dengan jujur tentang kelebihan dan kekurangan produk yang dijual kepada semua pembelinya. Dalam bisnis Nabi Muhammad, kejujuran memegang peranan yang sangat penting. Dengan jujur kepada konsumen tentang kekurangan maupun kelebihan produk dan tidak berlaku curang, akan menjadikan konsumen percaya pada kita.⁷³

⁷³ Ubbadul Adzkiya', *Etika Bisnis Nabi Muhammad: Sejarah, Ajaran dan Praktik* (Semarang: CV Lawwana, 2021), 107.

2) Harga

Harga produk pada Pertamina Superbonus relatif terjangkau dan tidak melebihi harga pasaran. Dalam menentukan harga dan mengambil keuntungan, pemilik berprinsip agar tidak memberatkan konsumen namun juga tidak terlalu menjatuhkan harga Pertamina lain. Contohnya BBM pertalite di Pertamina Superbonus dijual dengan harga Rp8.650/liter, sedangkan pada Pertamina lain dijual dengan harga Rp9.000 – Rp9.500/liter, bahkan untuk penjual bensin eceran di botol ada yang menjual dengan harga Rp10.000/liter. Para pihak lain mematok harga yang lebih tinggi alasannya karena produk tersebut langka dan semakin sulit mendapatkannya.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat M. Suyanto dalam bukunya yang menyebutkan penetapan harga tidak selalu mengedepankan keinginan dan kepentingan pribadi pedagang, tetapi juga harus mempertimbangkan kemampuan dan daya beli masyarakat. Strategi harga yang diterapkan Nabi Muhammad berdasar pada prinsip suka sama suka (*ridha*), prinsip tidak menyaingi harga pedagang lain, dan prinsip saling membantu.⁷⁴

3) Tempat

Pertamina Superbonus menempati lokasi yang sangat strategis. Yaitu dekat dengan pusat keramaian pasar Brayung, kemudian berada pada jalan utama kecamatan dan merupakan jalan alternatif antar kabupaten. Demi kepuasan dan kenyamanan konsumen, Pertamina Superbonus difasilitasi dengan tempat yang luas dan teduh.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Ubbadul Adzkiya' dalam bukunya yang menyebutkan pada masa Nabi Muhammad

⁷⁴ M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics: Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 267.

pemasaran dalam Islam yang dianjurkan oleh Rasulullah adalah di pasar. Yang terpenting dalam berbisnis adalah memuliakan pembeli dan menjadikannya senyaman mungkin selama proses pembelian, karena pembeli bagaikan tamu yang harus dimuliakan.⁷⁵

4) Promosi

Promosi yang dilakukan Pertamina Superbonus untuk menarik perhatian dan minat konsumen dengan memberikan pelayanan optimal. Tersedia juga bonus pada pembelian nominal tertentu. Kemudian memasang *billboard* yang besar dan terang akan terlihat mencolok, sehingga selain bisa menjadi penanda lokasi, juga berguna sebagai bahan iklan dan promosi.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat M. Suyanto dalam bukunya yang menyebutkan promosi yang dilakukan oleh Nabi Muhammad lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, yang meliputi pemberian pelayanan yang baik, *relationship* dan komunikasi yang terjalin dengan baik, dan mengutamakan keberkahan.⁷⁶

Berpijak pada apa yang diungkapkan oleh para narasumber maka peneliti berusaha mengolah data dan membuat matrik sebagai berikut:

Tabel 4.5. Faktor Pendukung Usaha Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen

Strategi Pendukung	Narasumber							
	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8
Produk	✓						✓	
Harga	✓			✓			✓	✓
Tempat	✓			✓	✓	✓	✓	
Promosi	✓	✓	✓		✓	✓	✓	

Sumber: Hasil penelitian diolah

⁷⁵ Ubbadul Adzkiya', *Etika Bisnis Nabi Muhammad: Sejarah, Ajaran dan Praktik* (Semarang: CV Lawwana, 2021), 108.

⁷⁶ M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics: Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 273.

b. Faktor Penghambat

Adapun beberapa faktor penghambat dalam mempertahankan loyalitas konsumen usaha Pertamina Superbonus yang disampaikan oleh bapak Muchid Arba, antara lain:

- 1) Kelangkaan bahan bakar dari SPBU pusat.
- 2) Mulai banyak pertamini baru yang bermunculan.
- 3) Kenaikan harga Bahan Bakar Minyak.
- 4) Terjadinya pandemi dan *lock down* menyebabkan penurunan jumlah pembeli.

Setelah dianalisis, solusi yang dapat dihadirkan dari permasalahan di atas antara lain:

- 1) Ketika terjadi kelangkaan bahan bakar di dalam kota, maka harus tetap mencari stok bahan bakar sampai ke luar kota terdekat.
- 2) Saat semakin banyak pertamini baru yang bermunculan, maka harus selalu berinovasi dalam memberikan promosi bonus dan pelayanan yang baik untuk tetap menarik minat konsumen agar tetap membeli di Pertamina Superbonus.
- 3) Ketika terjadi kenaikan harga, maka sebisa mungkin memberikan informasi secara halus kepada para konsumen bahwa terjadi kenaikan harga BBM dari pusat.
- 4) Solusi ketika terjadi pandemi yaitu patuhi imbauan pemerintah, jika diperbolehkan berjualan maka harus dengan mematuhi protokol kesehatan.