

Promosi dan Kualitas Layanan Outlet Rabbani di Kabupaten Bondowoso (Studi Kasus Outlet Rabbani di Jalan Badean Kota Bondowoso)

**Regiel Aiqa Mega Wira Thassia¹, Dimas Herliandis Shodiqin²,
Salahuddin Rizal Arifin³**

Fakultas Agama Islam, Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: tasyaregiel@gmail.com

Abstract

The research methodology used in this study aims to find out what the research design and data collection techniques in this study are and how are the examples. Based on the results of literature reviews from various sources in the research methodology, data collection techniques in research design are: direct and indirect observation techniques and communication techniques with examples.

Keywords : *Promotion, Quality of Service, Rabbani*

Abstrak

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa desain penelitian dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dan bagaimana contoh-contohnya. Berdasarkan hasil kajian pustaka dari berbagai sumber dalam metodologi penelitian, teknik pengumpulan data dalam desain penelitian berupa: teknik observasi langsung dan tidak langsung serta teknik komunikasi dengan contoh.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas Layanan, Rabbani*

Pendahuluan

Kebanyakan muslim dari seluruh dunia tinggal di Afrika Utara dan Tengah, Timur Tengah dan Asia Tenggara. Negara-negara di kawasan dengan populasi Muslim 90% meliputi Mesir, Afghanistan, Suriah, Pakistan, Turki, dan Irak. Namun, negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ini masih ditempati oleh Indonesia. Pada 2021, populasi Muslim Indonesia akan mencapai 231 juta. Angka ini menyumbang 86,7% dari total populasi negara dan 13% dari total jumlah umat Islam di dunia. Sementara itu, Islam di Indonesia sendiri merupakan kelompok Muslim terbesar di dunia, menurut data sensus Desember 2021, dengan sekitar 86,93% atau 238,09%

penduduk beragama Islam dari jumlah penduduk sebanyak 273,87 juta jiwa. Meski mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia bukanlah negara yang berbasis Islam. Indonesia sendiri secara konstitusional mengakui enam agama, yaitu Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Budha, dan Konghucu.

Islam adalah agama monoteistik yang hanya menyembah satu Tuhan, Allah SWT. Dasar hukum utama agama ini adalah Alquran (Kitabullah) dan Sunnah (As-Sunnah). Meskipun dalam perkembangannya rujukan-rujukan Islam berkembang menjadi ijma, qiyas, dan lain-lain, seorang muslim wajib mengamalkan rukun Islam dan rukun iman. Rukun Islam meliputi syahadat, shalat, zakat, puasa dan haji. Rukun iman meliputi iman kepada Allah, Malaikat Allah, Kitab Allah, Rasul Allah, adanya hari kiamat, dan qada dan qadar.

Saat ini penggunaan hijab di Indonesia berkembang sangat pesat. Kerudung sebagai jilbab juga dimaknai sebagai jilbab sebelum tahun 90-an, sebagai jilbab segi empat di akhir tahun 90-an, dan sebagai sorban di awal tahun 2000-an, menjadi bagian dari perkembangan gaya hijab Indonesia. Jilbab cukup populer di masyarakat Indonesia saat ini, yang disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah tekanan informasi yang mempengaruhi perkembangan jilbab di Indonesia. Tekanan informasi disini dapat dilihat dari berbagai media informasi seperti televisi, majalah, internet dll yang menyediakan informasi hijab.

Rabbani merupakan outlet fashion yang dikenal konsumen sebagai pemasok busana muslim. Didirikan di Kota Bandung pada tahun 1994, kampanye Rabbani hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, pamflet, dan selebaran. Seiring waktu, pada tahun 2000-an, agen penjualan mulai bermunculan dan rumah mode muslim lainnya menjadi pesaing, sehingga Rabbani mulai memasang iklan di majalah dan mempromosikan produknya di televisi. Rabbani adalah perusahaan pakaian yang menjual busana muslim dengan tagline Profesor Kerudung Indonesia.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui analisis deskriptif yaitu berdasarkan data yang diperoleh dan informasi tertulis tentang topik penelitian yang akan dibahas, menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara dan dokumen Teknik untuk mendukung proses analisis data, langsung ke Rabbani Toko. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan data yang akurat dan objektif.

Pembahasan

Toko Rabbani Bondowoso mengukur hasil promosi dengan meninjau hasil penjualan toko sebelum dan sesudah promosi. Hal ini didukung oleh penelitian Koni'ah sebelumnya tentang pengaruh promosi dan kualitas layanan dalam penelitian mereka, tetapi karena data yang dihasilkan di lapangan menunjukkan bahwa hasil analisis promosi sebenarnya tidak optimal.

Kualitas layanan adalah syarat utama bagi merek atau toko untuk menarik pasar sasaran. Sebagai afiliasi toko, idealnya memiliki nilai-nilai pelayanan yang baik seperti tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Semuanya menjadi pelengkap yang lengkap, sehingga memudahkan pelanggan untuk menentukan pilihannya terhadap produk tersebut. Hasil analisis penulis pada Toko Rabbani Bondowoso menggunakan teknik pelayanan yang mengutamakan kekeluargaan. Berikan sudut pandang bahwa siapa pun dapat mencoba produk kami.

Simpulan

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rabbani Store Bondowoso termasuk dalam kategori sangat baik, dimana pelanggan baru dan lama dilayani oleh pelayan dan diberikan informasi tentang fasilitas. Selain itu, semua paket yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen, seperti diskon dan jaminan ketersediaan stok badan yang dibutuhkan. Rabbani Store Bondowoso telah menerapkan semua aspek kualitas pelayanan dengan baik. Dan kualitas promosinya masih tergolong buruk. Karena Toko Rabbani Bondowoso hanya mengandalkan nama brand dan tidak menggunakan bauran promosi yang ideal.

DAFTAR PUSTAKA

Amrullah Abdul Malik Karim (2017). Dari Kubah Tua: Mengungkap Sejarah Islam di Indonesia. Jakarta: Gema Insani Press. ISBN 978-602-250-419-1.

Dadi Ahmadi dan Nova Yohana, "Konstruksi Jilbab Sebagai Simbol Islam," MediaTor 8, no.12. 2 (29 Desember 2007), 235,

<http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1155>.

Erwin Tan, Pengaruh Faktor Harga Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Berbelanja Konsumen di Alpha Mart Surabaya, Majalah Kewirausahaan, Vol.5, No.2, Desember 2011, hal.12

Evolusi Model Hijab di Indonesia, Dari Selendang Menjadi Hijab Syar'i, Kabar Gembira Indonesia, Diakses di:

<https://www.goodnewsfromindonesia.org/2016/08/09/evolution-model-hijab-di-indonesia-darikerudung-shawl-ti-hijab-syar-i>, 29 Sep 2016, 15:00 WIB

Glady Sendow, Riane Pio, Jurnal Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Belanja Konsumen, PT Jumbo Swalayan Manado, p.24

Laporan Ekonomi Islam Global 2014-2016, tersedia di:

http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf. 18 September 2016 pukul 17:00 WIB

https://myblogmystory13.blogspot.com/2015/10/v-behaviorurldefaultvmlo_27.html
Ibid., 94.

Ibid, hal.200

Imam Heryanto, Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Analisis Implementasinya Pada Keputusan Pelanggan, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan, Vol.9, No.2, Oktober 2015, No.84 Hal.

Khusnul Latifah, Information Age Hijaber, diakses di:

<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapersln9efeef6f94full.pdf>, 25 September 2016, 20.40 WIB

Dikontribusikan oleh: Syamsul Dwi Maarif - 21 Maret 2022 13:22 WIB

Baca selengkapnya di artikel "Negara Terpadat Muslim di Dunia", <https://tirto.id/gp5s>

Mursid, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal.95

Pengamatan dilakukan dengan data yang diberikan oleh staf bunker Rabbani pucang saudara ina Surabaya (28 Juli 2016 13:30 WIB)

Septiani, Lisa. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan", Jurnal Ilmu Manajemen, 17(1), 98-108.

Suci Pratiwi, Fashionable Qibla for World Muslims in Indonesia, Asia Magazine, Desember 2015, diakses 27 September 2016, 30 Oktober

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Metode Praktek, h. 129.

Sumadi Suryabrata, Metode Penelitian (Jakarta: Rajawali, 1987), h. 93.5

Thungasal, Chandra. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas

Kepuasan Pelanggan oleh Hotel Kasuari," Agora, 7(1).

Vayoudi, Reza. 2019. "Kualitas Pelayanan dan Promosi Pada Media Loyalitas Konsumen Melalui Pelayanan Pengiriman Kepuasan Konsumen PT Pos Indonesia (Persero) di Surabaya", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.8, No.9

