

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan bisnis pada kemajuan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bertindak dan bersikap secara tepat dan cepat untuk mengatasi hal tersebut pada lingkungan perbisnisan yang begitu dinamis serta adanya ketidakpastian. Maka guna menarik dan mempertahankan pelanggan, bisnis harus menggunakan berbagai strategi, termasuk bersaing berdasarkan kinerja strategi pemasarannya untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan.¹

Dalam lingkungan bisnis yang *kompetitif*, setiap bisnis perlu berusaha untuk mempertahankan keunggulannya dan menarik pelanggan dari pesaing. Salah satu alasan mengapa strategi pemasaran persaingan bisnis sangat penting adalah karena konsumen memiliki banyak pilihan dan informasi yang mudah diakses. Dalam lingkungan bisnis yang semakin terbuka, pelanggan dapat membandingkan produk dan layanan dari berbagai merek dengan mudah dan cepat. Oleh karena itu, bisnis perlu menawarkan produk dan layanan yang menarik, memberikan nilai tambah dan membedakan diri dari pesaing. Strategi pemasaran yang baik akan memberikan informasi yang jelas dan terfokus mengenai memanfaatkan setiap peluang bisnis, sehingga bisnis dapat bertahan dan memenangkan persaingan.² Berikut adalah data usaha Pizza yang ada di Kota Jombang :

¹ Eka Ardianto, "*Mengelola Aktiva Merk, Sebuah Pendekatan Strategis, Forum Manajemen*" (Jakarta: Prasetiya Mulya, 2017).

² Tamamudin, "*Refleksi Teori Pemasaran... (Tamamudin)*," *Jurnal Hukum Islam (JHI) Volume 12, Nomor 2, Desember, 2014*, 12 (2014): 273–285.

Tabel 1.1
Beberapa Daftar Data Usaha Pizza di Kota Jombang

NO	Nama Usaha	Alamat	Ranting	Ulasan
1.	Pizza Hits Indonesia	Jln. Adityawarman No. 5 Kepanjen Jombang	4,5/5 Bintang	686 Ulasan
2.	DKU Pizza Delivery Jombang	Jln. A. Dahlan No. 18	4,2/5 Bintang	47 Ulasan
3.	Pizza Hut Delivery	Jl. KH. Wahid Hasyim Jombang	4,5/5 Bintang	942 Ulasan
4.	Eposs Pizza Resto	Jl. Kh. A. Dahlan No.8 Jombatan Jombang	4,2/5 Bintang	243 Ulasan
5.	Sicilian Pizza	Jl. KH.Wahid Hasyim No. 3C, Candi M Jombang	3,9/5 Bintang	76 Ulasan
6.	Pizza Azza Jombang	Suwaru, Wringinpitu, Kec. Mojowarno Jombang	3,5/5 Bintang	6 Ulasan
7.	Pizza Radinka	Cukir, gang 2 No. 40 Diwek Jombang	4,4/5 Bintang	42 Ulasan
8.	Waroenk Pizza	Jl. KH. Wahid Hasyim No. 4 Jombang	4,5/5 Bintang	5 Ulasan

Sumber : Hasil observasi (Data diolah)³

Dari pemaparan delapan data usaha resto pizza yang ada di Jombang, dilihat berdasarkan dari ulasan google maps, informasi melalui web yang banyak diminati, dan observasi wawancara terhadap informan pelanggan, peneliti memilih tiga usaha meliputi Pizza Hits Indonesia, Eposs Pizza Resto, Sicilian Pizza sebagai data perbandingan yang ada di Kota Jombang sebagai berikut :

³ *Observasi dan website*

https://www.google.com/search?q=pizza+di+kota+jombang&rlz=1C1OKWM_enID866ID866&oq=pizza+di+&aqs=chrome.1.69i57j35i39j0i512l3j46i175i199i512j0i512l4.4325j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8 diakses pada 3 September 2021

Tabel 1.2

Perbandingan Pizza Hits Indonesia, Eposs Pizza Resto, dan Sicilian Pizza

No	Kategori	Pizza Hits Indonesia	Eposs Pizza Resto	Sicilian Pizza
1.	Produk	Tekstur roti lembut dan tebal. Untuk topping lebih banyak. Memiliki 15 varian pizza. Ada beberapa menu selain pizza (pasta, appetizer, desert, main course, minuman hangat dan dingin).	Tekstur roti lembut dan tebal. Topping sedikit Memiliki 9 varian pizza. Ada beberapa produk selain pizza (pasta, appetizer, minuman hangat dan dingin)	Tekstur roti keras dan tipis Untuk topping lebih banyak Memiliki 14 varian pizza. Ada beberapa produk selain pizza (pasta, appetizer, minuman hangat dan dingin)
2.	Harga	Harga mulai dari 32.000	Harga mulai dari 40.000	Harga mulai dari 35.000
3.	Cabang	Jombang, Surabaya, Bangkalan. Ponorogo, Tuban.	Jombang	Jombang, Bali, Tulungagung, Kediri.
4.	Pemesanan	Melayani dine in, take way, delivery order, kurir, dan gojek, grabfood	Melayani dine in, take way, delivery order, dan grabfood	Melayani dine in, take way, dan gojek, grabfood
5.	Tempat	Outlet terletak di pinggir jalan raya, dipertengahan kota, tempat outletnya nyaman dan luas serta tempat parkir yang luas	Outlet terletak di pinggir jalan raya, dipertengahan kota, dan tempat parkir mobil yang kurang luas	Outlet terletak didalam Plaza Jombang, tempatnya sempit, dan tempat parkir gabung bersama Plaza.

Sumber : Hasil Observasi (Data diolah)⁴

Dari tabel di atas terdapat perbedaan dari hasil observasi dengan pecinta kuliner pizza dan salah satu karyawan dari Pizza Hits Indonesia kota Jombang, Epoons Pizza, dan Sicilian Pizza yang mempunyai kekurangan dan kelebihan dalam bisnis restoran Pizza Hits Indonesia Kota Jombang. Peneliti tertarik memilih Pizza

⁴ *Observasi*, pada 3 September 2021

Hits Indonesia sebagai objek penelitian karena banyaknya kelebihan yang dimiliki oleh Pizza Hits Indonesia Kota Jombang dari pizza merk lain (Pizza Epoons Pizza, Sicilian Pizza) Selain itu, pernah dikunjungi oleh artis terkenal seperti Opick penyanyi serta actor religi dan Opie Kumis Komedian di tanah air, serta menggunakan strategi *membership card* yang dapat menarik pelanggan yang tidak digunakan oleh restoran pizza lainnya.

Pizza Hits Indonesia Kota Jombang adalah usaha dibidang makanan siap saji berada di Jln Adityawarman No.5. Berdiri pada tahun 2019. Pizza Hits Indonesia Kota Jombang menempatkan dirinya yang menjadi restoran yang *instagramable* dan kekinian dimana cocok sebagai tempat yang menjadi tempat perkumpulan keluarga, anak muda, sahabat, orang tersayang dan ada tempat khusus seperti taman bermain untuk anak anak biar tidak bosan, sehingga menambah daya tarik pelanggan untuk berkunjung di Pizza Hits Indonesia Kota Jombang.⁵

Sofjan Assauri pada karya buku “Manajemen Pemasaran” menjelaskan mengenai Strategi Pemasaran yakni himpunan terhadap konsisten, tepat, serta layak dilakukan oleh entitas usaha untuk mewujudkan pasar sasarannya (*target market*) yang berjangka panjang maupun adanya tujuan entitas yang berjangka panjang (*objectives*), pada situasi kompetisi. Pada strategi pemasaran tersebut, adanya bauran pemasaran ataupun strategi acuan (*marketing mix*), dimana menentukan komposisi yang paling baik serta dari empat variabel ataupun komponen pemasaran (4P) diantaranya harga, produk, promosi dan tempat.⁶ Dari keempat bauran

⁵ *Observasi*, pada 3 September 2021

⁶ Sofjan Assauri, "Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi, Cet. Ke-1" (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 168.

pemasarannya terfokuskan terhadap kegiatan promosi penjualan yang menjadi pemenang kompetisi pasarnya. Promosi yakni usaha yang menawarkan ataupun memberitahukan jasa maupun produk yang tujuannya menarik pelanggan guna melaksanakan pembelian serta konsumsinya.⁷ Peter dan Olson berpendapat strategi pemasaran secara sukses yakni strategi guna meningkatkan kemungkinan bahwa konsumen akan membentuk kesan secara baik pada layanan atau produk, mencobanya, dan terus melakukan pembelian berulang.⁸ Hal ini juga dilakukan oleh restoran makanan siap saji seperti Pizza Hits Indonesia Kota Jombang yang berupaya menyesuaikan guna memunculkan inovasi yang baru melalui strategi untuk melaksanakan produk ke pasaran supaya mampu menarik pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi pemasaran *membership card*.

Membership card merupakan kartu berisikan nama pemilik agar memperoleh diskon terhadap harga produk ataupun berbagai layanan yang diberikan sebuah entitas usaha. Siswanto Sutojo menjelaskan diskon ataupun potongan harga termasuk remisi harga terhadap sesuatu yang dicantumkan pada daftar harga sebenarnya. Diskon diberikan pada orang yang membeli jika membeli dalam jumlah tertentu atau pembelian dalam produk tertentu.⁹

⁷ Mia Mulyani Petri, "Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)", *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2020): 1689–1699.

⁸ J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 1*" (Jakarta: Salemba Empat, 2013).

⁹ Siswanto Sutojo, "*Peranan Penting Manajemen Pemasaran Yang Efektif*" (Jakarta: Damar Mulia Pusaka, 2010), 17.

Membership Card merupakan strategi *korporasi ritel* modern meningkatkan penjualan melalui pemberian informasi dan promosi secara lebih efektif. Dengan program *membership card*, perusahaan bisa memiliki basis data yang cukup lengkap untuk mempelajari jenis produk kepuasan pelanggan. Perusahaan baik yang bergerak pada bidang jasa maupun makanan siap saji, harus memiliki tujuan pengembangan yang berkesinambungan dan pengelolaan yang baik agar dapat mempertahankan dan meningkatkan laba atau keuntungan perusahaan dengan memanfaatkan peluang serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan. *Membership Card* ini dapat memberikan berbagai keuntungan dan fasilitas kepada pemiliknya seperti diskon khusus dan program *reward*, pengiriman produk gratis. Dengan memberikan keuntungan ini, perusahaan berharap dapat meningkatkan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang lebih sering.¹⁰

Keunikan dari strategi *membership card* dalam menarik pelanggan agar mampu meningkatkan penjualan yaitu hanya dengan membeli produk dari Pizza Hits Jombang diatas pembelian Rp. 100.000 pelanggan sudah dapat memiliki *membership card* disamping itu juga tidak dikenai pembiayaan ataupun gratis dan tidak dipungut biaya untuk perpanjangan. Berbeda dengan toko, restoran, dan mall yang lainnya. Pizza Hits Indonesia Kota Jombang memiliki banyak keuntungan bagi pengguna *membership card* seperti untuk mendapatkan potongan harga sebesar 10% pada suatu produk yang sudah ditetapkan entitas usahanya. Pemberian

¹⁰ Anwari Masatip et al., "Analisis Strategi Pemasaran Pada Hotel Inna Parapat Dalam Situasi Pandemi Covid-19," *Jurnal Akademi Pariwisata Medan* 8, no. 2 (2020): 150–159.

reward atau hadiah, bagi pengguna *membership card* yang sudah mengumpulkan poin sebanyak 10 poin yang didapatkan selama membeli produk yang pada waktu satu bulan dapat dicairkan dalam bentuk produk pizza dengan ukuran pan regular bebas pilih topping. Untuk mendapatkan poin melalui persyaratan tiap pembelian paling sedikit Rp. 100.000 yang diberlakukan kelipatan dalam pembelian produk, pemberian diskon produk tertentu, dan setiap jum'at diadakannya *buy one get one*. Kelebihan dari *membership card* untuk entitas usaha yakni agar diketahui data pelanggannya. Perusahaan bisa mengetahui tingkah laku pelanggannya yang bisa memberi pelayanan secara lebih baik supaya pelanggannya setia. *Membership card* tersebut membangun hubungan secara mutualisme yang memberikan keuntungan satu sama lain. Ditinjau dari segi emosional, maka *membership card* tersebut menarik daya tarik pelanggannya dan mendorong penjualan lebih meningkat. Namun kelemahan dari praktik *Membership card* dalam transaksi jual beli di Pizza Hits Indonesia Kota Jombang hanya memberikan masa aktif selama 1 bulan, jika selama satu bulan poin belum terkumpul 10 poin maka poin sebelumnya yang didapat untuk ditukarkan *reward* atau hadiah akan hangus.¹¹

Berikut ini dapat dilihat dari tabel data penjualan Pizza Hits Jombang pada tahun 2019 – 2022 berdasarkan temuan maupun wawancara observasi bersama Bu Risma selaku manajer Pizza Hits Indonesia Kota Jombang sebelum program *membership card* dan sesudah dilakukannya program *membership card* :

¹¹ Reisma, *Wawancara dan observasi*, pada 1 Januari 2022

Tabel 1.3

Data Penjualan Pizza Hits Indonesia Kota Jombang tahun 2019-2022

Bln	Sebelum Program <i>Membership Card</i>								Program <i>Membership Card</i>							
	2019				2020				2021				2022			
	TA	DO	DI	TTL	TA	DO	DI	TTL	TA	DO	DI	TTL	TA	DO	DI	TTL
1					187	23	105	315	262	23	182	467	321	26	326	673
2					193	34	58	285	219	21	106	346	376	28	256	660
3	315	39	289	643	207	18	51	276	231	35	110	376	353	12	288	653
4	295	55	301	651	231	25	55	311	261	35	107	403	245	32	312	589
5	245	43	236	524	271	21	26	318	272	40	99	411	361	39	345	745
6	281	32	187	500	215	27	72	314	230	46	0	276	355	24	378	757
7	213	42	197	452	195	22	98	315	286	41	0	327	298	26	321	645
8	198	33	203	434	261	19	95	375	252	51	0	303	279	33	362	674
9	189	23	112	324	255	22	91	368	322	28	114	464	332	29	295	656
10	162	26	165	353	213	27	74	314	309	31	132	472	354	41	302	697
11	211	38	132	381	179	24	107	310	315	32	143	490	442	38	342	822
12	264	46	142	452	234	22	125	336	301	52	192	545	369	46	277	692
TTL	2373	377	1964	4714	2641	284	957	3837	3260	435	1185	4880	4085	374	3804	8263

Sumber : Hasil observasi Pizza Hits Indonesia (Data diolah)¹²

Keterangan :

TA : *Take Way*

DI : *Dine In*

DO : *Delivery Order*

TTL : Total

Berdasarkan dari data yang sudah dipaparkan, penjualan pada tabel 1.3 fluktuatif cenderung meningkat setelah adanya strategi *membership card* yang digunakan Pizza hits Indonesia Kota Jombang. Menurut Reisma selaku manager Pizza Hits Indonesia Kota Jombang Penurunan omset dirasakan pada tahun 2020

¹² *Observasi*, pada 3 September 2021

sebelum menggunakan strategi *membership card* serta dengan adanya kebijakan pemerintah menetapkan PSBB, untuk tidak boleh keluar rumah kepada masyarakat dan mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, serta besar kerugian yang disebabkan restoran tidak dapat menjalankan operasi dengan normal yaitu sebab adanya pelarangan terhadap kebijakan makan di tempat ataupun dine-in yang berpengaruh kepada bisnis tersebut.

Peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui strategi yang dilakukan Pizza Hits Indonesia Kota Jombang, karena dilihat dari penjualan tabel 1.3 yang cenderung meningkat setelah adanya strategi program *membership card* yang digunakan Pizza hits Indonesia Kota Jombang dengan memberi judul penelitian “STRATEGI *MEMBERSHIP CARD* DALAM MENINGKATKAN *OMZET* PENJUALAN (Studi Kasus Pizza Hits Indonesia Kota Jombang)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang sebagaimana yang sudah dijelaskan, penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *membership card* pada Pizza Hits Indonesia Kota Jombang ?
2. Bagaimana strategi *membership card* dalam peningkatan *omzet* penjualan pada Pizza Hits Indonesia Kota Jombang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan permasalahan pada penelitian, tujuan yang ditetapkan penelitian ini antara lain guna :

1. Untuk mengetahui strategi *membership card* pada Pizza Hits Indonesia Kota Jombang.

2. Untuk mengetahui strategi *membership card* dalam meningkatkan *omzet* penjualan Pizza Hits Indonesia Kota Jombang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun praktis diantaranya :

1. Kegunaan secara teoritis

Temuan riset akan memberi kontribusi pengetahuan dan pemahaman baru, khususnya di bidang strategi pemasaran yang berkaitan dengan peningkatan pendapatan bisnis.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi Penulis

Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan bisa memperluas pengetahuan dan wawasan penulis terkait peran dari strategi pemasaran.

- b. Bagi Mahasiswa

Temuan penelitian dapat dipergunakan sebagai tambahan referensi yakni mengembangkan ilmu secara umum dan khusus untuk mahasiswa yang melaksanakan penelitian terkhusus pada Strategi Pemasaran.

- c. Bagi Pebisnis diharapkan bisa memperluas pengetahuan dan wawasan untuk pebisnis, terkait penerapan strategi pemasarannya yang hendak digunakan.

E. Telaah Pustaka

Penelitian sebelumnya mempunyai tujuan guna memperoleh referensi acuan dengan pembandingan. Di samping hal tersebut, adanya anggapan atas kesamaan penelitian, sehingga menuliskan hasil riset sebelumnya yakni :

1. Penelitian oleh Muntiara Gani Worosiwi mahasiswa Institut Agama Negeri Islam Kediri tahun 2016 yang berjudul “Penerapan Strategi *Member Card* Dalam Menarik Minat Konsumen Melakukan Pembelian (Studi Kasus di Butik Busana Muslim Balqis Kampung Dalem Kediri)”.¹³

Temuan dari peneliti ini menjelaskan penerapan dari *Member card* yang menjadi sarana promosi pada Butik Busana Muslim Balqis dengan begitu mudahnya guna memikat minat konsumennya supaya setiap pada pembelian sebab bagi pemegang member yang memperoleh berbagai keuntungan misal memperoleh beberapa jenis diskon masing-masing pembelian produknya. Persamaan riset yang hendak dilaksanakan sama-sama menerapkan metode kualitatif serta mengkaji *member card*. Sementara perbedaannya ada dalam objek penelitiannya, penelitian dilaksanakan di Kediri tepatnya Butik Busana Muslim terfokus pada meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan di Jombang pada Pizza Hits Indonesia terfokus pada peningkatan penjualan.

¹³ Mutiara Gani Woro Siwi, “Penerapan Strategi *Member Card* Dalam Menarik Minat Konsumen Melakukan Pembelian (Studi Kasus di Butik Busana Muslim Balqis Kampung Dalem Kediri)” (Skripsi Institut Agama Negeri Islam Kediri, 2016).

2. Penelitian oleh Ayunda Putri dan Amsal Amri Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tahun 2018 yang berjudul “Analisis Strategi *Membership Tribun FamilyCard* Harian Serambi Indonesia”¹⁴

Temuan dari peneliti ini memiliki tujuan agar diketahui efektivitas strategi dari *membership card Tribun Family Card* Harian Serambi Indonesia. Metode yang dipakai yakni metode penelitian kualitatif tepatnya jenis deskriptif. Hasilnya mengindikasikan kartu *member* memberi manfaat besar dari kartu kepemilikannya yang dikarenakan fasilitas kartu TFC bersesuaian pada keinginan dan kebutuhan anggota *member*. Persamaannya yakni menerapkan metode kualitatif deskriptif serta mengkaji mengenai *membership card*. Sedangkan perbedaannya ada dalam objek penelitiannya, penelitian dilaksanakan pada Serambi Indonesia *Daily Newspaper*. Sementara penelitian dilaksanakan di Pizza Hits Indonesia Kota Jombang.

3. Penelitian oleh Muhammad Zen mahasiswa fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2013 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru*,”¹⁵

Temuan penelitian ini menjelaskan bahwasanya kualitas pelayanan memberikan pengaruh pada loyalitas pelanggannya di *International Futsal*. Sementara *membership card* dalam hal ini tidak memberikan pengaruh pada

¹⁴ Ayunda Putri dan Amsal Amri, 2018 “*Analisis Strategi Membership Tribun Family Card Harian Serambi Indonesia, Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*”, Volume 3, Nomor 2, 2018.

¹⁵ Muhammad Zen. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru, 2013*” fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

loyalitas pelanggannya di International Futsal. Tujuannya agar diketahui apakah ada pengaruhnya dari program *membership card* maupun kualitas pelayanan pada *International* Futsal dengan loyalitas pelanggannya yang menerapkan metode kuantitatif. Persamaannya yang ditemukan yaitu keduanya mengkaji *member card*. Sementara perbedaan yang ada yakni objek maupun metode penelitian, riset ini dilaksanakan pada *International* Futsal Panam Pekanbaru terfokus dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang menerapkan metode kuantitatif. Sementara riset ini dilaksanakan di Jombang pada Pizza Hits Indonesia terfokus pada peningkatan penjualan pelanggan dengan menggunakan metode kualitatif.

4. Penelitian oleh Fadhil Muhammad mahasiswa sunan kalijaga tahun 2021 dengan judul *Pengaruh Program Membership Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction*” (Studi Pada Pengguna Kartu Aku di Alfamart Jalan Sunan Kalijaga Malang).¹⁶

Temuan ini menerapkan metode kuantitatif teknik analisis mencakup analisis deskriptif. Hasilnya mengindikasikan *Membership* memberikan pengaruh yang signifikan pada *customer loyalty*. Tujuannya yakni agar diketahui program *membership* pada loyalitas pelanggannya terhadap kepuasan pelanggan yang dijadikan variabel mediasinya. Persamaan dari kedua riset yakni mengkaji *membership* dan memakai analisis deskriptif. Sementara perbedaan yang ada yakni dalam objek penelitian dan metode penelitian, penelitian ini dilakukan

¹⁶Fadhil Muhammad, “*Pengaruh Program Membership Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction*” (Studi Pada Pengguna Kartu Aku di Alfamart Jalan Sunan Kalijaga Malang,2021)

terhadap Pengguna Kartu Aku pada Alfamart Jalan Sunan Kalijaga Malang terfokus dalam pengaruhnya dari loyalitas pelanggan dalam *membership* yang memakai metode kuantitatif. Sementara penelitian di Jombang yang dilaksanakan Pizza Hits Indonesia terfokus pada peningkatan penjualan pelanggan dengan menggunakan metode kualitatif.

5. Penelitian oleh Fadhil Puspa Ayu Aprilia Pujianingrum, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana mahasiswa Universitas Padjadjaran Sumedang tahun 2022 dengan judul "Rumusan Program *Membership*, *Poin Rewards* dan *Email Marketing* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Studi pada Semanis Kamu Café".¹⁷

Temuan penelitian yang dilaksanakan menerapkan metode kualitatif teknik analisis mencakup analisis deskriptif. Hasilnya didapatkan tiga usulan program yakni *membership* yang memakai *poin rewards*, *member card*, dan *email marketing*. Usulan program yang dibuat harapannya mampu mengoptimalkan loyalitas pelanggan dari Semanis Kamu Cafe. Tujuannya yakni agar mampu mengoptimalkan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan dipergunakan menjadi suatu ukuran level kesetiaan, jika level kesetiaan pelanggannya mengalami peningkatan maka total pelanggan aktifnya juga meningkat saat melaksanakan transaksi. Persamaan dari kedua riset yaitu terkait *membership card* dan bergerak di bidang makanan siap saji. Sedangkan

¹⁷Fadhil Puspa Ayu Aprilia Pujianingrum, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana, "Rumusan Program *Membership*, *Poin Rewards* dan *Email Marketing* untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Studi pada Semanis Kamu Café", Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Padjadjaran, Sumedang. Volume 11, Nomor 1, Tahun 2022, pp. 21-30 P-ISSN: 2252-3294 E-ISSN: 2548-4923

perbedaannya penelitian dilakukan di sumedang pada pada Semanis Kamu Cafe yang terfokus dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan di Jombang pada Pizza Hits Indonesia terfokus pada peningkatan penjualan pelanggannya.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang penulis tentukan dari beberapa literatur mengenai strategi *membership card* dengan metode penelitian dan fokus kajian masing-masing dari literatur tersebut, terdapat beberapa perbedaan dan persamaan. Kajian mengenai strategi *membership card* dalam meningkatkan *omzet* penjualan yang belum dilakukan beberapa literatur dengan penerapan atau pendaftarannya tidak dikenakan biaya atau *free* berbeda dengan literatur lainnya. Hal inilah yang penulis anggap menarik untuk dikaji lebih lanjut.