

ABSTRAK

Perkembangan industri ritel di Indonesia yang semakin kompetitif akibat meningkatnya kebutuhan masyarakat, perkembangan teknologi digital, serta perubahan perilaku konsumen mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar mampu mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing usaha. Salah satu ritel berbasis syariah yang berkembang di Kabupaten Bojonegoro adalah Swalayan NU Ngasem Bojonegoro yang menerapkan konsep bauran pemasaran syariah 7P, yaitu product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence yang diintegrasikan dengan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran syariah 7P serta perannya dalam meningkatkan daya saing di Swalayan NU Ngasem Bojonegoro.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan pengelola, karyawan, dan konsumen sebagai informan penelitian. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan bantuan software Nvivo12, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran syariah 7P di Swalayan NU Ngasem Bojonegoro telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut tercermin dari penyediaan produk halal dan berkualitas, penetapan harga yang adil dan terjangkau, lokasi yang strategis, promosi yang jujur dan informatif, pelayanan karyawan yang ramah dan mencerminkan akhlak Islami, proses transaksi yang transparan dan amanah, serta kondisi toko yang bersih, rapi, dan nyaman. Penerapan bauran pemasaran syariah 7P tersebut berperan dalam meningkatkan daya saing melalui terciptanya keunggulan kompetitif, meningkatnya kepuasan dan loyalitas konsumen, serta tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap Swalayan NU Ngasem Bojonegoro sebagai ritel berbasis syariah yang mampu bersaing dengan ritel modern lainnya.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Syariah 7P, Daya Saing, Swalayan NU Ngasem Bojonegoro.

ABSTRACT

The increasingly competitive retail industry in Indonesia, driven by rising consumer needs, digital technology advancements, and changing consumer behavior, is driving businesses to implement effective marketing strategies to maintain their existence and enhance their competitiveness. One of the growing Sharia-compliant retailers in Bojonegoro Regency is the NU Ngasem Bojonegoro Supermarket, which implements the 7Ps of Sharia marketing mix: product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, integrated with Islamic values such as honesty, trustworthiness, fairness, and responsibility. This study aims to analyze the implementation of the 7Ps of Sharia marketing mix and its role in enhancing competitiveness at the NU Ngasem Bojonegoro Supermarket.

This study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques included interviews, observation, and documentation, involving managers, employees, and consumers as informants. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing using Nvivo12 software. Data validity was tested through source and technique triangulation.

The results of the study indicate that the implementation of the 7P sharia marketing mix at the NU Ngasem Bojonegoro Supermarket has been running well and in accordance with sharia principles. This is reflected in the provision of halal and quality products, fair and affordable pricing, strategic location, honest and informative promotions, friendly employee service that reflects Islamic morals, transparent and trustworthy transaction processes, and clean, tidy, and comfortable store conditions. The implementation of the 7P sharia marketing mix plays a role in increasing competitiveness through the creation of competitive advantages, increasing customer satisfaction and loyalty, and growing public trust in the NU Ngasem Bojonegoro Supermarket as a sharia-based retailer that is able to compete with other modern retailers.

Keywords : *7P Sharia Marketing Mix, Competitiveness, NU Ngasem Bojonegoro Supermarket.*