

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Bisnis Ritel Minimarket Aldam Mart Gresik dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Ditinjau dari Perspektif Bauran Pemasaran Syariah 7P, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minimarket Aldam Mart telah menerapkan bauran pemasaran syariah 7P yang meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* dengan mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Pada aspek *product*, Aldam Mart menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta melakukan seleksi terhadap produk yang dijual dengan tidak memperdagangkan produk yang bertentangan dengan prinsip syariah dan rutin melakukan pengecekan masa kedaluwarsa. Pada aspek *price*, penetapan harga dilakukan secara wajar, transparan, dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan sehingga konsumen menilai harga yang ditawarkan relatif terjangkau dibandingkan minimarket lain.

Aspek *place* diterapkan melalui pemilihan lokasi yang strategis di tengah permukiman sehingga memudahkan masyarakat memperoleh kebutuhan sehari-hari. Pada aspek *promotion*, promosi dilakukan secara sederhana melalui media WhatsApp, penyampaian informasi langsung kepada konsumen, serta pemberian informasi harga promo secara terbuka tanpa unsur manipulasi. Aspek *people* diwujudkan melalui pelayanan yang

ramah, sopan, jujur, dan mengutamakan hubungan yang baik antara pemilik, karyawan, dan konsumen. Pada aspek *process*, proses transaksi berlangsung sederhana, cepat, transparan, serta didukung dengan berbagai metode pembayaran yang memudahkan konsumen. Sementara itu, aspek *physical evidence* tercermin dari kondisi toko yang bersih, rapi, nyaman, serta penataan produk yang memudahkan konsumen mencari barang yang dibutuhkan.

Secara keseluruhan, penerapan bauran pemasaran syariah di Minimarket Aldam Mart tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mengedepankan nilai *shiddiq* (jujur), amanah, keadilan ('adl), dan pelayanan yang memberikan kemaslahatan bagi konsumen. Penerapan nilai-nilai tersebut menjadi keunggulan Aldam Mart dalam menghadapi persaingan dengan minimarket modern.

2. Peran Bauran Pemasaran Syariah 7P dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Berdasarkan hasil analisis menggunakan NVivo 14 serta wawancara dengan delapan informan, bauran pemasaran syariah 7P berperan dalam mempertahankan loyalitas konsumen melalui empat indikator loyalitas, yaitu kepuasan konsumen, pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain (*word of mouth*), serta kecenderungan konsumen untuk tidak berpindah ke kompetitor.

Kepuasan konsumen terbentuk karena konsumen memperoleh pengalaman berbelanja yang positif melalui harga yang terjangkau, pelayanan yang ramah, proses transaksi yang jujur dan transparan, serta

kondisi toko yang bersih dan nyaman. Pembelian ulang dipengaruhi oleh kombinasi beberapa unsur bauran pemasaran syariah, terutama *place* karena lokasi toko yang dekat dengan tempat tinggal konsumen, *price* yang kompetitif, serta pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman untuk kembali berbelanja.

Konsumen juga bersedia merekomendasikan Aldam Mart kepada keluarga, teman, maupun kerabat berdasarkan pengalaman positif yang mereka rasakan. Rekomendasi tersebut didorong oleh harga yang lebih terjangkau, kemudahan memperoleh produk, pelayanan yang ramah, serta hubungan baik yang telah terjalin antara konsumen dengan pemilik maupun karyawan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berkembang menjadi promosi dari mulut ke mulut yang memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen tetap memilih Aldam Mart meskipun terdapat minimarket modern seperti Indomaret dan Alfamart di sekitar lokasi. Loyalitas tersebut dipengaruhi oleh lokasi toko yang lebih dekat dengan permukiman, harga yang kompetitif, pelayanan yang mengedepankan kejujuran, serta hubungan personal yang telah terbangun antara pemilik, karyawan, dan konsumen. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa beberapa konsumen sesekali berbelanja di minimarket lain karena mempertimbangkan kelengkapan produk dan program promosi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa seluruh unsur bauran pemasaran syariah perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan secara

seimbang agar loyalitas konsumen tetap terjaga di tengah persaingan ritel yang semakin kompetitif.

Dapat disimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran syariah 7P memiliki peran penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen Minimarket Aldam Mart. Unsur *price*, *place*, *people*, *process*, *product*, *promotion*, dan *physical evidence* saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif, membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan, mendorong pembelian ulang, menghasilkan rekomendasi kepada orang lain, serta mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke kompetitor.

B. Saran

1. Bagi Minimarket Aldam Mart Gresik, berdasarkan temuan penelitian, Aldam Mart telah berhasil menerapkan bauran pemasaran syariah yang mampu mempertahankan loyalitas konsumen. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih dapat ditingkatkan. Pertama, Aldam Mart disarankan menambah variasi produk pada kategori yang masih sering dikeluhkan konsumen, terutama kebutuhan bayi, beberapa merek rokok, dan produk tertentu yang terkadang tidak tersedia. Kedua, kegiatan promosi perlu dilakukan secara lebih rutin dan bervariasi, baik melalui media sosial maupun program potongan harga pada waktu-waktu tertentu, sehingga mampu meningkatkan daya saing dengan minimarket modern. Ketiga, biaya administrasi pada beberapa layanan

digital, seperti top-up saldo, dapat dievaluasi kembali agar lebih kompetitif sesuai harapan konsumen. Selain itu, pelayanan yang ramah, transparan, serta hubungan baik antara pemilik, karyawan, dan konsumen perlu terus dipertahankan karena terbukti menjadi salah satu faktor utama yang membentuk loyalitas konsumen.

2. Bagi pelaku usaha ritel lokal, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif ritel lokal tidak harus bertumpu pada modal besar atau fasilitas modern, melainkan dapat dibangun melalui kepercayaan, kejujuran, dan kedekatan relasional dengan konsumen yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Pelaku usaha ritel lokal disarankan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam secara nyata dalam setiap elemen bauran pemasaran 7P sebagai strategi diferensiasi yang berkelanjutan. Selain itu, keunggulan lokasi yang berada di tengah permukiman masyarakat perlu dimaksimalkan dengan menggabungkannya bersama pelayanan yang berkualitas dan produk yang sesuai kebutuhan konsumen lokal sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan ritel modern yang semakin kompetitif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai bauran pemasaran syariah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif maupun *mixed methods* sehingga mampu mengukur besarnya pengaruh masing-masing unsur bauran pemasaran syariah terhadap loyalitas konsumen secara statistik. Selain itu,

penelitian dapat dilakukan pada objek ritel yang lebih luas atau membandingkan beberapa minimarket syariah maupun minimarket modern sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai strategi mempertahankan loyalitas konsumen di sektor ritel.

4. Bagi pemerintah dan pemangku kepentingan terkait, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ritel lokal seperti Aldam Mart memiliki potensi besar dalam mempertahankan loyalitas konsumen melalui pendekatan yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Pemerintah Kabupaten Gresik bersama dinas terkait disarankan untuk memberikan dukungan konkret kepada pelaku usaha ritel lokal berupa pendampingan manajemen bisnis, pelatihan pemasaran digital, dan fasilitasi akses permodalan agar ritel lokal dapat meningkatkan daya saingnya secara berkelanjutan di tengah ekspansi minimarket modern yang semakin masif.