

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat peneliti simpulkan bahwa implementasi strategi *marketing mix* Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam sebagai berikut :

Implementasi strategi *product* (produk) Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam menggunakan strategi *proses positioning* yang melibatkan ke segmen pasar dimana produk tersebut akan disaingkan dan dengan adanya deferensiasi produk supaya konsumen dapat memilih secara luasa terkait produk yang di inginkan sesuai selera masing-masing, memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran,kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, produk yang diperjual belikan adalah produk yang halal dan persediaan produk sesuai dengan aturan etika bisnis Islam yang berlaku dengan menentukan stok di setiap *outlet*, dapat dilihat dari data penjualan selama seminggu, sebulan dan setahun.

Sementara perbedaan strategi produk yang dilakukan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya ini terletak pada pengembangan produk untuk produk yang dijual Minimarket Berkah Mandiri lebih lengkap tidak hanya produk keperluan rumah tangga tetapi juga menyediakan produk barang

pecah belah, peralatan dapur, dan perlengkapan bayi dan mainan anak-anak sedangkan di Minimarket Putri Cahaya hanya menyediakan produk kebutuhan rumah tangga, selain itu produk yang dijual merupakan produk yang halal dan thoyyib, produk yang berguna dan dibutuhkan, Produk yang berpotensi ekonomi atau *benefit*, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dalam jumlah yang berskala ekonomi sosial, produk yang dapat memuaskan masyarakat.

Implementasi strategi *price* (harga) perspektif etika bisnis Islam pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu dengan menerapkan strategi dalam konteks harga diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak, sebagai alat daya tarik bagi konsumen *selain itu minimarket mencoba untuk mengadopsi konsep membership. Agar lebih menarik konsumen menjadi member, mini market mencoba menggunakan harga khusus member dan umum ini disebabkan karena mayoritas mitranya merupakan para pelaku usaha kecil dan menengah yang membeli dengan harga Grosir, misalnya di daerah sekitar.*

Sementara temuan peneliti terkait implimentasi strategi *price* (harga) Minimarket Putri Cahaya sangat berbeda dengan Minimarket Berkah Mandiri yaitu Minimarket Putri Cahaya menyesuaikan harga produk dengan harga pasar karena dengan menyesuaikan harga produk dengan harga pasar membuat produk yang dijual di mini market tetap dapat bersaing dengan harga pasar. strategi harga yang diberikan dengan beban biaya produksi yang wajar, sebagai alat kompetensi yang sehat, diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak, sebagai alat daya tarik bagi konsumen. Sedangkan persamaan strategi

*price* (harga) Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu selaku penjual menganggap konsumen sebagai teman dengan sikap tolong-menolong dan kejujuran sebagai landasan utamanya. Dengan menjalin persaudaraan dengan konsumen, hubungan jangka panjang akan tercipta secara harmonis.

Implementasi strategi *promotion* (promosi) perspektif etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya menggunakan strategi promosi dari mulut kemulut, dan menggunakan media promosi melalui reklame yang dipasang di dekat area pasar. Serta tetap menjaga ketersediaan produk selama jangka waktu periode promosi, selain itu juga pemasangan periklanan, dan *publisitas* yang mendorong pembelian barang oleh konsumen.

Dalam setiap kegiatan bisnisnya Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya, selalu mengedepankan kejujuran dimana itu merupakan syarat fundamental etika bisnis Islam, kegiatan pemasaran dalam konteks promosi yang diterapkan oleh mini market meliputi sarana memperkenalkan barang, informasi kegunaan dan kualifikasi barang, sarana daya tarik barang terhadap konsumen,serta informasi fakta yang ditopang kejujuran, ini merupakan salah satu upaya minimarket untuk tetap mengutamakan melakukan tindakan jujur ketika melakukan promosi sehingga mendapat keberkahan dalam melakukan kegiatan bisnis.

Implementasi strategi *place* (tempat atau distribusi) perspektif etika bisnis Islam Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya tidak jauh

berbeda yaitu dengan menentukan sasaran minimarket yang didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran, serta dengan menggunakan fungsi logistik yang meliputi pengangkut dan menyortir barang untuk mengatasi perbedaan sementara dan tempat menyimpan untuk memelihara dan melindungi barang. Dengan menerapkan standar *pendisplay-an* yang menarik yang merupakan sebuah cara menarik konsumen untuk membeli produk dengan menata sebuah produk di atas lantai, misalnya menata kardus kardus dengan produk tertentu dan disusun menjadi piramida atau bentuk yang menarik.

Lokasi mini market juga menjadi salah satu strategi *place* (tempat atau distribusi) Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya karena lokasi mini market yang strategis dan dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan, dan sering mengurangi biaya distribusi. Sementara implementasi proses distribusi sesuai dengan etika bisnis Islam yang dianjurkan oleh Al-Ghazali dimana Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya selalu memperhatikan kecepatan dan ketepatan waktu, keamanan dan keutuhan barang, serta konsumen mendapatkan pelayanan yang cepaat dan tepat.

Implementasi strategi strategi *process* (proses) perspektif etika bisnis Islam pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya selalu mengutamakan kepuasan pembeli dengan selalu memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen. Untuk mengukur seberapa besar pasar produk pesaing, mengukur kombinasi target pasar untuk dapat menempatkan diri dalam pikiran dan sudut pandang konsumen.

Mengenai proses pelayanan yang dilakukan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien, selalu dikembangkan dan ditingkatkan. Seluruh operasional perusahaan dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompentensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja dengan tetap mengedepankan aturan etika bisnis Islam yang sesuai.

Implementasi strategi *people (orang)* perspektif etika bisnis Islam pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu dengan terlibatnya semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli, seperti semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

Serta mengutamakan sumber daya manusia yang dimiliki diutamakan dari sisi pengetahuan yang memadai terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen, serta penampilan yang sopan, tata bicara yang santun, penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah yang menunjukkan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) serta tetap mengutamakan adanya motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang di *ekspektasikan*.

Perbedaan yang dari strategi *people (orang)* yang diterapkan Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya terletak pada SDM (Suber Daya Manusia) diman karyawan di Mini Market Berkah Mandiri semuanya dalah

karyawan perempuan sementara di Minimarket Putri Cahaya karyawan laki-laki dan perempuan karena manajemen pengelolaan diserahkan kepada manager selaku pengelola dan penanggung jawab minimarket untuk itu karyawan laki-laki sangat diperlukan untuk kelancaran usaha mini market.

Implementasi strategi *physical evidence* (bukti fisik) perspektif etika bisnis Islam pada Minimarket Berkah dan Minimarket Putri Cahaya hampir sama yaitu dengan kondisi ruangan yang strategis serta peletakkan produk dan *layout* yang nampak sebagai objek di mini market yang dapat langsung dijangkau oleh para konsumen. Tentu saja peralatan yang digunakan untuk proses pelayanan di kasir seperangkat komputer, kipas angin atau AC, pencahayaan dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung.

Strategi *physical evidence* (bukti fisik) yang dilakukan oleh minimarket disatukan dengan servis yang diberikan berupa penampilan *uniforms* (seragam), *packaging* (kemasan) yang menarik, *business cards* (kartu nama) identitas atau nama terang minimarket yang jelas sehingga orang akan mudah menemukan lokasi mini market tersebut.

Serta suasana minimarket yang menyenangkan sehingga membuat pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ini sesuai dengan prinsip dalam bisnis syari'ah yang selalu mengutamakan kebersihan dan nyaman yang pada akhirnya akan mendapatkan kepuasan konsumen tentunya juga akan mencapai keberkahan dalam menjalankan usaha.

## **A. Implikasi**

Berdasarkan hasil temuan yang peneliti lakukan diperoleh implikasi dari hasil penelitian terkait implementasi strategi *marketing mix* pada Minimarket Berkah Mandiri perspektif etika bisnis Islam dapat memberikan kontribusi yang positif bagi keberlangsungan usaha yang berbasis etika bisnis Islam yang selama ini telah diterapkan di mini market tersebut.

Sedangkan implikasi dari hasil penelitian terkait implementasi strategi *marketing mix* Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam menjadi salah satu masukan yang sangat membangun karena masih banyak strategi yang belum terlaksana sehingga ke depan menjadi suatu wacana tersendiri untuk keberlangsungan usaha minimarket ke depan dengan menggunakan strategi marketing yang lebih tepat.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai saran antara lain :

### **1. Bagi Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya**

Senantiasa mempertahankan kebijakan strategi *marketing mix* yang sudah selaras dengan prinsip etika bisnis Islam serta selalu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang berbasis syari'ah sehingga dapat mendapat keberkahan dan kesuksesan dalam menjalankan usaha di MinimarkeBerkah Mandiri dan MinimarkePutri Cahaya serta dalam perusahaan yang berprinsip syariah, pengukuran yang jelas dan transparan

merupakan suatu hal yang penting, karena prinsip syariah mengajarkan mengenai keadilan dan kejujuran perusahaan.

Dalam pemasaran perusahaan harus transparan dengan *stakeholder* (pelanggan, karyawan dan pemegang saham) yaitu dengan keterbukaan informasi yang sejelas-jelasnya dan tidak boleh ditutupi begitu juga yang ingin di implementasikan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya dalam melaksanakan setiap kegiatan usahanya.

## 2. Bagi Akademik

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi diharapkan dapat menjadi dokumen akademik dan perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian yang telah dilakukan tentang strategi *marketing mix* Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam. Ini merupakan penelitian yang dapat digunakan sebagai perumusan strategi suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuan strategis perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan koridor syari'ah murni melalui langkah-langkah alternatif dan diharapkan pada penelitian berikutnya dapat lebih memperdalam lagi baik dari segi teori maupun analisisnya agar akselerasi bisnis ritel dapat lebih berkembang lagi dan sebagai pelengkap bahan referensi penelitian selanjutnya.