

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang sembako dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Pasar Anyar Tangerang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pedagang sembako di Pasar Anyar Tangerang telah menerapkan etika bisnis Islam yang berdasarkan empat aksioma menurut Syed Nawab Haider Naqvi, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Pedagang menyadari pentingnya kejujuran, religiusitas, keadilan, pelayanan yang baik dalam memberikan kebebasan bertransaksi kepada pelanggan, dan tanggung jawab dalam menjaga kualitas dan kenyamanan pembeli. Prinsip-prinsip tersebut dijalankan meskipun dalam kondisi pasar yang sedang direlokasi akibat revitalisasi.
2. Etika bisnis Islam terbukti berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan melalui enam indikator loyalitas menurut Tjiptono, yaitu pembelian ulang, kebiasaan memilih pedagang tertentu, preferensi terhadap pedagang, konsistensi dalam berbelanja, kepercayaan terhadap pedagang, dan kecenderungan merekomendasikan kepada orang lain. Pelanggan menunjukkan sikap loyal karena merasa dilayani dengan jujur, adil, dan nyaman. Revitalisasi Pasar Anyar Tangerang membawa tantangan baru bagi pedagang, seperti lokasi relokasi yang kurang strategis, jalan becek, serta penurunan jumlah pembeli. Namun, para pedagang tetap menunjukkan konsistensi dalam menjalankan nilai-nilai etika bisnis Islam, yang turut berperan dalam menjaga loyalitas pelanggan meskipun dalam kondisi yang tidak ideal. Sikap ramah, kejujuran, dan tanggung jawab pedagang menjadi faktor utama pelanggan tetap berbelanja pada pedagang langganannya.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih banyak kekurangan serta keterbatasan. Peneliti berharap penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan peneliti lain untuk meneliti etika bisnis Islam dan loyalitas pelanggan di sektor lain atau dengan pendekatan kuantitatif. Perluasan cakupan wilayah atau jenis komoditas juga bisa memberikan hasil yang lebih beragam dan mendalam. Serta bisa bermanfaat untuk orang lain khususnya untuk kajian ekonomi Islam yaitu etika bisnis Islam.
2. Untuk para pedagang sembako, diharapkan agar terus mempertahankan dan meningkatkan penerapan etika bisnis Islam, karena hal tersebut tidak hanya mencerminkan nilai religius tetapi juga terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan yang menjadi kunci keberlangsungan usaha, bahkan dalam situasi sulit seperti masa revitalisasi.