

Pendekatan Ekonomi Islam dalam Strategi Pemasaran Salon Lily untuk Memenuhi Kebutuhan Masyarakat Tanjung Jabung Timur

¹Lili Pulmasari, ²Sarmilah, ³Hasna Dewi, ⁴Tryana Wulandari

^{1,3,4}*Institut Islam Al-Mujaddid Sabak, Indonesia*

²*UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia*

Corresponding Author: lilipulmasari4@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Salon Lily di Tanjung Jabung Timur dan menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Salon Lily sebagai salah satu penyedia jasa kecantikan di daerah tersebut berusaha memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam, terutama dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai Islami dalam kegiatan ekonomi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Salon Lily meliputi pendekatan layanan berkualitas, penetapan harga yang adil, serta promosi yang memperhatikan etika Islami. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti transparansi dalam harga dan penggunaan produk halal. Kesimpulannya, penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan usaha yang berkelanjutan di Tanjung Jabung Timur.

Kata Kunci: Pendekatan Ekonomi Islam, Strategi Pemasaran, Kebutuhan Masyarakat

Pendahuluan

Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan, termasuk di daerah-daerah yang lebih terpencil seperti Tanjung Jabung Timur. Kebutuhan masyarakat terhadap layanan kecantikan, seperti perawatan rambut, kulit, dan kuku, semakin meningkat seiring dengan bertambahnya kesadaran akan pentingnya menjaga penampilan (Ihsani, 2012). Namun, dalam masyarakat yang mayoritas beragama Islam, kebutuhan akan layanan tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah semakin mengemuka (Al Mustaqim, 2023).

Ekonomi Islam menawarkan pendekatan yang berbeda dalam berbisnis, yaitu dengan memperhatikan aspek keadilan, transparansi, dan kesejahteraan bersama (Permana & Nisa, 2024). Dalam konteks pemasaran, ekonomi Islam menekankan pada praktik yang halal dan *tayyib* (baik) dalam setiap proses bisnis (Jah, 2024). Hal ini tidak hanya mencakup produk yang dijual, tetapi juga cara promosi dan hubungan dengan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan di industri kecantikan, termasuk Salon Lily, perlu mempertimbangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai tersebut untuk menarik perhatian konsumen Muslim.

Tanjung Jabung Timur adalah salah satu kabupaten di Provinsi Jambi yang didominasi oleh penduduk beragama Islam. Dengan latar belakang tersebut, masyarakat cenderung memiliki preferensi terhadap layanan dan produk yang sesuai dengan ajaran agama. Kondisi ini memberikan tantangan bagi bisnis seperti Salon Lily untuk menyusun strategi pemasaran yang tidak hanya memenuhi standar industri, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Salon Lily memiliki potensi besar untuk mengembangkan usahanya di Tanjung Jabung Timur dengan menerapkan pendekatan pemasaran berbasis ekonomi Islam. Melalui strategi

yang mengedepankan aspek kehalalan produk, kebersihan, dan pelayanan yang ramah syariah, salon ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dari kalangan masyarakat Muslim. Dengan begitu, pemenuhan kebutuhan konsumen dapat dilakukan tanpa melanggar nilai-nilai agama yang diyakini.

Selain itu, pendekatan ekonomi Islam dalam pemasaran juga dapat memberikan nilai tambah bagi bisnis (Azizah & Muhfiatun, 2018). Dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah dalam setiap kegiatan operasional dan pemasaran, Salon Lily tidak hanya menjual layanan kecantikan, tetapi juga menawarkan pengalaman berbelanja yang etis dan sesuai dengan ajaran agama. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun loyalitas yang kuat. Dalam praktiknya, penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam bukanlah hal yang mudah. Terdapat tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam strategi pemasaran modern, terutama di industri kecantikan yang seringkali mengutamakan tren global. Namun, jika dilakukan dengan benar, hal ini dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan Salon Lily dari pesaingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pendekatan ekonomi Islam dapat diterapkan dalam strategi pemasaran Salon Lily. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Muslim di Tanjung Jabung Timur. Kajian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan kecantikan berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan metode studi kasus. Data akan dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak manajemen Salon Lily, serta survei terhadap konsumen untuk memahami preferensi dan harapan mereka. Analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana Salon Lily dapat menyusun strategi pemasaran yang sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi bagi pengembangan bisnis Salon Lily, tetapi juga bagi literatur tentang pemasaran dalam konteks ekonomi Islam. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku bisnis lain yang ingin mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran mereka.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggali dan memahami secara mendalam strategi pemasaran Salon Lily berdasarkan perspektif ekonomi Islam dalam memenuhi kebutuhan masyarakat di Tanjung Jabung Timur. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik salon, karyawan, serta pelanggan, sementara data sekunder diperoleh dari dokumen terkait, literatur, dan referensi yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan secara purposive sampling untuk memastikan bahwa responden yang dipilih memiliki informasi dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian.

Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan dokumen terkait. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, mulai dari transkripsi wawancara, pengkodean data, hingga penarikan kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi sumber dan metode untuk memastikan keakuratan informasi. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam diterapkan dalam strategi pemasaran yang dijalankan oleh Salon Lily dan dampaknya terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat setempat.

Hasil dan Pembahasan

Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam dalam Pemasaran: Teori dan Penerapannya

Salah satu prinsip utama dalam ekonomi Islam adalah kehalalan produk dan layanan yang ditawarkan (Sasongko et.al, 2024). Di Salon Lily prinsip ini diwujudkan melalui penggunaan produk perawatan kecantikan yang terjamin halal, baik dari segi bahan baku maupun proses produksinya. Kehalalan produk menjadi aspek penting bagi konsumen Muslim yang ingin memastikan bahwa layanan yang mereka gunakan sejalan dengan ajaran agama. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan Salon Lily, mayoritas pelanggan menyatakan bahwa kehalalan produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka untuk memilih layanan di salon tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip kehalalan secara konsisten mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen (Wardani & Ridlwan, 2022).

Selain kehalalan produk, keadilan harga juga menjadi prinsip penting dalam ekonomi Islam. Harga yang adil tidak hanya berarti harga yang terjangkau oleh konsumen, tetapi juga seimbang dengan kualitas layanan yang diberikan. Di Salon Lily, harga ditetapkan dengan mempertimbangkan kemampuan masyarakat setempat, sehingga tetap kompetitif dibandingkan dengan salon lain di wilayah Tanjung Jabung Timur. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan manajemen Salon Lily, salon ini berusaha menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas layanan. Prinsip keadilan dalam penetapan harga ini dinilai penting karena memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan, baik konsumen maupun penyedia layanan (Enjelita, 2024).

Prinsip transparansi dalam transaksi juga merupakan aspek penting yang diterapkan di Salon Lily. Dalam ekonomi Islam, setiap transaksi harus dilakukan dengan jelas, tanpa ada unsur ketidakpastian (*gharar*) atau penipuan (Pardiansyah, 2017). Salon Lily berupaya menjaga transparansi dalam setiap aspek layanan, mulai dari penjelasan mengenai jenis perawatan hingga harga yang harus dibayar oleh konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, mereka merasa puas dengan keterbukaan yang ditunjukkan oleh salon dalam menjelaskan rincian biaya dan proses perawatan. Keterbukaan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga memastikan bahwa pelanggan mendapatkan layanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan.

Promosi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam juga menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran Salon Lily. Dalam ekonomi Islam, promosi harus dilakukan secara jujur dan tidak berlebihan (*israf*) (Firmanda, 2014). Salon Lily menerapkan promosi yang tidak hanya menonjolkan kualitas layanan, tetapi juga nilai-nilai yang menghormati etika bisnis Islami. Berdasarkan hasil dokumentasi materi promosi, Salon Lily berfokus pada menonjolkan aspek kehalalan dan profesionalisme dalam layanan mereka. Promosi dilakukan dengan cara yang tidak menipu atau memberikan harapan palsu kepada konsumen. Dengan demikian, promosi yang dilakukan tidak hanya meningkatkan daya tarik layanan, tetapi juga sejalan dengan etika bisnis yang diharapkan dalam ekonomi Islam.

Selain itu, hubungan antara penyedia layanan dan konsumen diatur dalam prinsip tanggung jawab sosial dalam ekonomi Islam. Salon Lily berusaha membangun hubungan yang baik dengan konsumen melalui pelayanan yang ramah dan profesional. Berdasarkan hasil observasi, interaksi antara karyawan Salon Lily dan pelanggan menunjukkan adanya perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, serta upaya untuk memberikan layanan terbaik yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata. Hal ini mencerminkan prinsip

tanggung jawab sosial yang menekankan pada kesejahteraan pelanggan sebagai bagian dari keberlanjutan bisnis yang Islami.

Dari sudut pandang konsumen, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam di Salon Lily dinilai positif. Berdasarkan survei yang dilakukan, mayoritas responden merasa bahwa Salon Lily telah berhasil menerapkan nilai-nilai Islami dalam operasional dan strategi pemasarannya. Pelanggan menghargai transparansi, kehalalan produk, serta keadilan harga yang diterapkan salon tersebut. Kepuasan konsumen ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip ekonomi Islam dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama di kalangan masyarakat Muslim (Permata & Azmi, 2020).

Namun, meskipun Salon Lily telah menerapkan banyak prinsip ekonomi Islam dalam strategi pemasarannya, masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Salah satunya adalah edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya menggunakan produk halal dan layanan yang sesuai dengan syariat. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa mereka tidak sepenuhnya memahami perbedaan antara produk halal dan non-halal dalam konteks perawatan kecantikan. Oleh karena itu, Salon Lily dapat mempertimbangkan untuk mengadakan program edukasi yang lebih intensif untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya kehalalan dalam layanan kecantikan.

Selain itu, Salon Lily juga dapat meningkatkan keterlibatan dalam tanggung jawab sosial dengan lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan komunitas di Tanjung Jabung Timur. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa mereka akan lebih mendukung salon yang peduli terhadap isu-isu sosial dan komunitas. Hal ini dapat diwujudkan dengan mengadakan program-program sosial, seperti perawatan gratis bagi kaum dhuafa atau donasi dari sebagian keuntungan salon untuk kegiatan amal. Dengan demikian, Salon Lily dapat lebih menonjolkan citra positif sebagai usaha yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pemasaran juga berperan penting dalam menjaga etika bisnis. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen, mereka menyatakan bahwa menjaga etika bisnis sesuai dengan syariat merupakan salah satu prioritas utama dalam menjalankan operasional salon. Hal ini tercermin dalam upaya untuk tidak melakukan praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti penipuan atau ketidakjujuran dalam layanan. Komitmen ini membantu Salon Lily membangun reputasi yang baik di kalangan masyarakat setempat.

Pengaruh positif dari penerapan prinsip ekonomi Islam ini juga terlihat dalam peningkatan jumlah pelanggan yang memilih Salon Lily sebagai tempat perawatan kecantikan. Berdasarkan data internal, jumlah pelanggan meningkat signifikan sejak salon ini mulai menerapkan strategi pemasaran yang lebih fokus pada nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis syariah tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Dalam konteks persaingan, penerapan prinsip ekonomi Islam juga memberikan keunggulan kompetitif bagi Salon Lily. Berdasarkan wawancara dengan manajer, banyak pelanggan yang beralih ke Salon Lily karena mereka mencari layanan yang lebih sesuai dengan ajaran agama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang besar bagi bisnis kecantikan yang mengadopsi prinsip-prinsip syariah, terutama di daerah dengan mayoritas penduduk Muslim. Kesimpulannya, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam strategi pemasaran Salon Lily terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kehalalan produk, keadilan harga, transparansi, serta tanggung jawab sosial yang diterapkan Salon Lily menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara penyedia layanan dan konsumen. Dengan terus meningkatkan penerapan nilai-nilai syariah, Salon Lily

berpotensi untuk terus berkembang dan menjadi pilihan utama bagi konsumen Muslim di Tanjung Jabung Timur.

Analisis Strategi Pemasaran Salon Lily Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Salon Lily berfokus pada pendekatan yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam semua aspek operasional. Hal pertama yang menjadi perhatian adalah penggunaan produk kecantikan halal. Salon Lily memastikan bahwa semua produk yang digunakan telah memiliki sertifikasi halal dan tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang dalam Islam. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik salon, pemilihan produk halal ini dilakukan tidak hanya karena alasan bisnis, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial untuk memberikan layanan yang sesuai dengan keyakinan mayoritas masyarakat Muslim di Tanjung Jabung Timur.

Penerapan kehalalan produk ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan pentingnya kehalalan dan tayyib (baik) dalam semua transaksi ekonomi (Arifin & Rahman, 2024). Hal ini menjadi nilai tambah bagi Salon Lily, karena banyak konsumen Muslim yang lebih memilih layanan salon yang menjamin kehalalan produk yang digunakan. Hasil survei terhadap pelanggan menunjukkan bahwa sekitar 85% pelanggan merasa lebih nyaman dan percaya menggunakan layanan Salon Lily karena faktor kehalalan produk. Dengan demikian, strategi pemasaran berbasis kehalalan ini terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Selain produk halal, Salon Lily juga menerapkan prinsip keadilan dalam penetapan harga. Dalam ekonomi Islam, harga harus adil, artinya tidak boleh terlalu mahal sehingga membebani konsumen, namun tetap memberi keuntungan yang layak bagi penyedia layanan. Salon Lily menetapkan harga yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil observasi, harga layanan di Salon Lily tidak berbeda jauh dengan salon lain di wilayah tersebut, tetapi konsumen merasa bahwa kualitas layanan yang diberikan lebih baik, terutama karena adanya jaminan kehalalan.

Transparansi dalam transaksi juga merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran Salon Lily. Setiap layanan yang ditawarkan dijelaskan secara rinci kepada konsumen, termasuk harga dan bahan yang digunakan. Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa mereka menghargai keterbukaan yang ditunjukkan oleh pihak salon, terutama dalam menjelaskan proses dan produk yang digunakan selama perawatan. Transparansi ini tidak hanya menciptakan rasa percaya, tetapi juga membuat konsumen merasa dilibatkan dalam setiap tahap perawatan.

Dari sisi promosi, Salon Lily menggunakan pendekatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Promosi yang dilakukan salon ini tidak berlebihan atau mengandung unsur penipuan. Dalam materi promosi yang dianalisis, tidak ada janji-janji yang tidak realistis atau klaim berlebihan mengenai hasil perawatan. Sebaliknya, promosi lebih berfokus pada aspek kehalalan, profesionalisme, dan pelayanan berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer salon, mereka berusaha menjaga etika dalam setiap kampanye promosi, sesuai dengan ajaran Islam yang melarang israf (pemborosan) dan penipuan dalam promosi.

Strategi lain yang diterapkan oleh Salon Lily adalah memperhatikan tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis. Salon ini aktif berkontribusi dalam kegiatan sosial, seperti memberikan potongan harga atau layanan gratis untuk kaum dhuafa pada momen-momen tertentu, seperti bulan Ramadan. Hal ini mencerminkan prinsip tanggung jawab sosial yang dianjurkan dalam ekonomi Islam, di mana bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat (Inayah, 2020). Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan sangat menghargai inisiatif ini karena menunjukkan bahwa Salon Lily tidak hanya peduli pada keuntungan, tetapi juga kesejahteraan komunitas.

Dalam pelayanan, Salon Lily berusaha menjaga prinsip kejujuran dan profesionalisme. Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap karyawan di salon tersebut telah dilatih untuk memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen. Pelayanan ini tidak hanya menciptakan kenyamanan bagi konsumen, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang menekankan pentingnya adab dan akhlak dalam interaksi sosial. Berdasarkan survei pelanggan, 90% responden menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Salon Lily.

Namun, meskipun banyak aspek dari strategi pemasaran Salon Lily yang sudah sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki. Salah satu temuan dari penelitian ini adalah kurangnya edukasi kepada konsumen tentang pentingnya produk halal dalam perawatan kecantikan. Meskipun Salon Lily telah menerapkan penggunaan produk halal, tidak semua konsumen memahami nilai penting dari penggunaan produk-produk tersebut. Oleh karena itu, perlu ada upaya lebih lanjut untuk mengedukasi konsumen tentang manfaat menggunakan produk halal dalam konteks perawatan kecantikan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa Salon Lily dapat lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran mereka. Saat ini, promosi Salon Lily lebih banyak dilakukan secara konvensional melalui brosur dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan muda, banyak di antara mereka yang menyarankan agar salon lebih aktif memanfaatkan platform digital untuk menjangkau lebih banyak konsumen, terutama generasi milenial yang sering mengandalkan media sosial dalam mencari layanan kecantikan.

Salon Lily juga dapat mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan layanan mereka ke wilayah lain di sekitar Tanjung Jabung Timur. Berdasarkan hasil observasi, permintaan terhadap layanan kecantikan yang sesuai dengan syariat Islam terus meningkat di daerah ini. Dengan memperluas layanan, Salon Lily dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkuat posisinya sebagai salah satu salon kecantikan terkemuka yang menerapkan prinsip ekonomi Islam.

Kesimpulannya, strategi pemasaran Salon Lily yang berfokus pada prinsip-prinsip ekonomi Islam telah menunjukkan hasil yang positif, terutama dalam hal menarik dan mempertahankan pelanggan. Penggunaan produk halal, keadilan harga, transparansi, dan tanggung jawab sosial adalah elemen kunci yang mendukung keberhasilan strategi pemasaran ini. Namun, ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal edukasi konsumen dan penggunaan teknologi digital untuk promosi.

Dengan terus berinovasi dan menjaga komitmen terhadap nilai-nilai ekonomi Islam, Salon Lily dapat semakin menguatkan posisinya di pasar dan menjadi pilihan utama bagi konsumen Muslim di Tanjung Jabung Timur. Penelitian ini memberikan pandangan yang komprehensif tentang bagaimana prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan dalam strategi pemasaran salon kecantikan, dan bagaimana pendekatan ini dapat memberikan keuntungan kompetitif di pasar yang didominasi oleh konsumen Muslim.

Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen di Tanjung Jabung Timur

Penerapan strategi pemasaran berbasis syariah di Salon Lily telah memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Tanjung Jabung Timur. Berdasarkan hasil wawancara dan survei yang dilakukan, mayoritas konsumen merasa bahwa nilai-nilai Islam yang diterapkan oleh salon tersebut, seperti kehalalan produk dan transparansi dalam pelayanan, sangat relevan dengan kebutuhan mereka sebagai masyarakat Muslim. Strategi pemasaran yang berfokus pada aspek syariah ini mampu menarik perhatian

konsumen yang mengutamakan prinsip-prinsip agama dalam memilih layanan kecantikan, sehingga secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan (Iswanto et.al, 2023).

Kehalalan produk yang digunakan di Salon Lily merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan survei, lebih dari 80% responden menyatakan bahwa mereka merasa lebih tenang dan nyaman menggunakan layanan di Salon Lily karena adanya jaminan kehalalan produk. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen, khususnya yang beragama Islam, memiliki preferensi yang kuat terhadap layanan yang menjamin kepatuhan terhadap syariat (Harahap & Lubis, 2021). Kehalalan produk tidak hanya meningkatkan rasa aman bagi konsumen, tetapi juga memberikan kesan bahwa salon tersebut memperhatikan detail yang sesuai dengan kebutuhan religius mereka.

Selain kehalalan, aspek lain yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen adalah keadilan dalam penetapan harga. Dalam ekonomi Islam, penting bagi bisnis untuk menetapkan harga yang adil, yaitu harga yang seimbang antara kualitas layanan yang diberikan dan kemampuan konsumen untuk membayar. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh Salon Lily cukup bersaing dan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa harga yang wajar dan adil ini membuat mereka lebih puas dan cenderung kembali menggunakan layanan salon di masa depan.

Transparansi dalam transaksi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Salon Lily. Setiap layanan yang ditawarkan dijelaskan secara rinci kepada konsumen, mulai dari proses perawatan hingga rincian biaya yang harus dibayar. Hal ini menunjukkan komitmen salon terhadap prinsip transparansi yang diajarkan dalam Islam. Berdasarkan hasil survei, konsumen merasa puas dengan keterbukaan yang ditunjukkan oleh pihak salon dalam setiap transaksi. Transparansi ini memberikan rasa percaya dan membuat konsumen merasa bahwa mereka terlibat dalam setiap tahap perawatan, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Selain itu, promosi yang dilakukan oleh Salon Lily juga berperan penting dalam membentuk persepsi positif konsumen. Promosi yang jujur dan tidak berlebihan sesuai dengan prinsip syariah, di mana promosi harus dilakukan dengan cara yang tidak menipu atau memberi harapan palsu. Berdasarkan hasil observasi, materi promosi yang digunakan oleh Salon Lily lebih menekankan pada kualitas layanan dan kehalalan produk, tanpa janji-janji yang tidak realistis. Konsumen merasa bahwa pendekatan ini lebih meyakinkan dan memberikan kepercayaan terhadap layanan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Tanggung jawab sosial yang diemban oleh Salon Lily juga turut memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Salon ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal ini tercermin dari berbagai program sosial yang diadakan oleh salon, seperti memberikan diskon atau layanan gratis kepada kaum dhuafa pada waktu-waktu tertentu. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen merasa bangga menggunakan layanan di salon yang peduli terhadap sesama, karena hal tersebut sejalan dengan ajaran Islam yang menganjurkan untuk berbagi dan peduli terhadap orang lain.

Pelanggan juga mengapresiasi pelayanan yang ramah dan sopan yang diberikan oleh karyawan di Salon Lily. Berdasarkan hasil survei, hampir 90% responden merasa puas dengan sikap karyawan yang menghormati dan melayani mereka dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelayanan yang menghormati adab dan etika dalam Islam memiliki dampak positif terhadap kepuasan konsumen (Nuralam, 2017). Sikap ramah dan pelayanan yang berkualitas membuat konsumen merasa dihargai, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap salon. Namun, meskipun secara umum strategi pemasaran berbasis

syariah yang diterapkan oleh Salon Lily telah meningkatkan kepuasan konsumen, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Salah satu temuan dari penelitian ini adalah kurangnya edukasi yang diberikan kepada konsumen mengenai pentingnya penggunaan produk halal dalam perawatan kecantikan. Meskipun konsumen menghargai jaminan kehalalan yang diberikan oleh salon, sebagian dari mereka mengaku tidak sepenuhnya memahami perbedaan antara produk halal dan non-halal dalam konteks kecantikan. Oleh karena itu, salon perlu lebih aktif dalam memberikan edukasi kepada konsumen tentang manfaat menggunakan produk halal.

Selain itu, ada saran dari beberapa konsumen agar Salon Lily lebih aktif dalam menggunakan platform digital untuk promosi dan edukasi. Saat ini, promosi Salon Lily masih terbatas pada cara-cara tradisional, seperti brosur dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Konsumen, terutama yang lebih muda, merasa bahwa kehadiran di media sosial akan membantu salon lebih dikenal dan lebih mudah diakses oleh konsumen potensial lainnya. Dengan demikian, optimalisasi penggunaan media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan jangkauan konsumen.

Kesimpulannya, strategi pemasaran berbasis syariah yang diterapkan oleh Salon Lily telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen di Tanjung Jabung Timur. Penggunaan produk halal, penetapan harga yang adil, transparansi, promosi yang jujur, dan tanggung jawab sosial merupakan faktor-faktor utama yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen. Meskipun demikian, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal edukasi konsumen dan optimalisasi promosi digital. Dengan terus mempertahankan dan meningkatkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pemasaran, Salon Lily dapat lebih memperkuat posisinya di pasar dan mempertahankan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang berbasis pada nilai-nilai Islam tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga menciptakan hubungan yang kuat antara penyedia layanan dan pelanggan.

Kesimpulan

Strategi pemasaran berbasis syariah yang diterapkan oleh Salon Lily telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Tanjung Jabung Timur. Penggunaan produk halal, keadilan dalam penetapan harga, transparansi, promosi yang jujur, serta tanggung jawab sosial telah berkontribusi secara langsung dalam meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Meskipun secara keseluruhan strategi ini berhasil, masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal edukasi konsumen mengenai pentingnya produk halal dan optimalisasi promosi melalui media digital. Dengan menjaga komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah, Salon Lily dapat terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai pilihan utama konsumen Muslim di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mustaqim, D. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26-43.
- Arifin, M. F., & Rahman, A. (2024). Analisis Strategi Pengembangan pada Aspek Manajemen Industri Halal dalam Perspektif Ekonomi Islam. *RIKAZ*, 36-47.
- Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal pandanus handicraft dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi

- syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 17(2), 63-78.
- Enjelita, A. L. (2024). *Analisis Harga Jual Buah Pisang Di Pasar Parang Magetan Berdasarkan Teori Penetapan Ibnu Khaldun* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Firmanda, H. (2014). Syariah Card (Kartu Kredit Syariah) Ditinjau dari Asas Utilitas dan Masalah. *Jurnal Ilmu Hukum Riau*, 4(2), 9163.
- Harahap, D., & Lubis, R. H. (2021). Problematika perilaku konsumen lembaga keuangan dan perbankan islam. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(1), 137-153.
- Ihsani, A. N. N. (2012). Pengembangan Salon Kecantikan Sebagai Pilihan Usaha Lulusan Tata Kecantikan. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 7(1).
- Inayah, I. N. (2020). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Investasi Syariah. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah (AKSY)*, 2(2), 88-100.
- Iswanto, J., Musthofa, M. S., & Rahayu, B. P. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Di Era Disrupsi Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Dapur Onah Donat Dan Cake Di Desa Werungotok Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10(2), 168-177.
- Jah, J. I. (2024). konsep halal haram dalam ekonomi islam. *J-EBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 3(02).
- Nuralam, I. P. (2017). *Etika pemasar dan kepuasan konsumen dalam pemasaran perbankan syariah*. Universitas Brawijaya Press.
- Pardiansyah, E. (2017). Investasi dalam perspektif ekonomi islam: pendekatan teoritis dan empiris. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 337-373.
- Permana, Y., & Nisa, F. L. (2024). KONSEP KEADILAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(2), 80-94.
- Permata, S., & Azmi, I. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara. *Jurnal Adz-Dzabah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 36-44.
- Sasongko, D. F., Budianto, E. W. H., Arkaan, D. U., & Herawati, A. (2024). Internalisasi Nilai Moderasi Beragama Dalam Sistem Ekonomi Syariah Pada Umkm Halal Melalui Produk Pembiayaan Syariah. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1303-1320.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37-52.

