

Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau menurut Prinsip Ekonomi Islam di Salon Humaira Muslimah Bandung

¹ Melani Puspitasari, ² Rani Muliani Raba

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,

Jl. Rangka Gading No. 8 Bandung 40171

Email: [1melanipsptsrr@gmail.com](mailto:¹melanipsptsrr@gmail.com)

Abstrak

Salon muslimah berarti suatu bisnis salon kecantikan yang didalamnya mengandung unsur bisnis Islam. Tidak hanya labelnya saja, tetapi juga harus berpegang pada aturan-aturan Islam. Untuk menganalisis bagaimana kendala dalam melaksanakan prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam bisnis salon, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. subjek penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling. Objek dalam penelitian ini adalah tentang mekanisme kerja salon syariah ditinjau menurut prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data dengan observasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah koleksi data (data collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) dan penarikan serta pengujian kesimpulan (drawing and verifying conclusion). Hasil penelitian ini akan menunjukkan berupa mekanisme kerja salon syariah menurut prinsip ekonomi islam yang akan dipaparkan dengan berbagai point dalam pembahasannya.

Kata kunci: mekanisme kerja, salon syariah, prinsip-prinsip ekonomi Islam.

A. PENDAHULUAN

Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan setiap wanita untuk membantunya tampil lebih cantik, mulai dari pangkal rambut hingga ujung kaki. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, macam-macam perawatan kecantikan muncul di pasaran diantaranya Body Spa, totok wajah, ratus,

Melani Puspita Sari

Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau menurut Prinsip Ekonomi Islam di Salon Humaira Muslimah Bandung

facial, hair spa, manicure dan pedicure. Body Spa adalah salah satu perawatan kecantikan tubuh khususnya yang dilakukan oleh sebagian besar kaum wanita dengan berbagai faktor dan tujuan, Body spa dapat mengurangi stress, kelelahan serta ketegangan otot yang berlebihan karena aktifitas sehari-hari, mengembalikan keseimbangan alami tubuh, mencapai kebahagiaan, dan kepercayaan diri. Sedangkan Facial adalah salah satu perawatan kecantikan wajah yang banyak diminati oleh sebagian besar wanita. Perawatan wajah atau facial yaitu prosedur perawatan untuk mengatasi masalah pada kulit wajah, yang meliputi tahap-tahap pembersihan, pengelupasan/penipisan, pengerutan, penyegaran dengan menggunakan alat bahan dan kosmetik tertentu dengan tujuan membuat wajah menjadi sehat. Saat ini Body Spa terus berkembang pesat menjadi lebih beragam. Jika dahulu Body Spa hanya ditemukan di tempat-tempat dan panorama indah yang menenangkan, maka saat ini dapat ditemui di mall, bisnis center bahkan perumahan dengan konsep dan desain yang unik dan mewah.

Humaira Salon berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, hal tersebut terwujud dari ruang tunggu hingga tempat pelayanan pada Humaira Salon yang nyaman dan memanjakan konsumen, Humaira Salon juga merupakan Salon perawatan yang diperuntukan khusus untuk wanita.

Humaira Salon masih menjadi salah satu pilihan bagi konsumen untuk melakukan perawatan, karena dari semua komponen yang ada, Humaira Salon menjanjikan bahwa tempat perawatan tersebut layak untuk dijadikan tempat perawatan. Berbagai macam strategi pemasaran yang tepat, konsumen mengenal seperti apa Humaira Salon Bandung.

Kajian Pustaka

Mekanisme secara umum adalah sebuah proses pelaksanaan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh seseorang atau lebih dengan menggunakan tatanan dan aturan serta adanya alur komunikasi dan pembagian tugas sesuai dengan profesionalitas. Jadi mekanisme ini ada beberapa unsur yang harus ada, yaitu tatanan, komunikasi dan professional.

Mekanisme adalah interaksi antara bagian satu dengan bagian lainnya dalam suatu sistem secara keseluruhan untuk menghasilkan fungsi atau kegiatan sesuai dengan tujuan. Pada dasarnya, mekanisme berasal dari bahasa Yunani *mechane* yang berarti instrument, mesin pengangkat beban, peralatan yang digunakan untuk membantu sesuatu dan juga perangkat. Mekanisme juga berasal dari kata *mechos* yang berarti sarana serta cara untuk menjalankan sesuatu.

Maka dari itu dalam sebuah usaha salon syariah harus ada mekanisme kerja masing-masing agar tujuan dari berdirinya salon bermanfaat bagi para kaum wanita untuk mempercantik diri tetapi sesuai dengan aturan-aturan Islam. Seperti dalam sebuah pelayanan yang mereka berikan kepuasan terhadap pelanggan yang mereka layani yang memang sesuai dengan fasilitas yang mereka berikan saat dalam pelayanan salon tersebut.

Bisnis syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan jual beli yang berlandaskan sistem Islam. Bisnis syariah sendiri berasal dari dua kata yakni bisnis dan syariah. Bisnis merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan jual beli atau berdagang. Sementara syariah berarti sumber jalan yang lurus. Kegiatan bisnis syariah bukan hanya jual beli yang targetnya mendapatkan keuntungan. Namun bisnis ini lebih mengarah kepada hukum Islam yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadits. Jadi bisnis ini dibatasi oleh cara mendapatkan keuntungan dan mengembangkannya dengan konsep halal dan haram.

Salon syariah sama saja dengan salon pada umumnya yaitu sebuah tempat usaha yang bergerak dibidang jasa kecantikan yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dan kosmetik dimana salon kecantikan sebagai tempat untuk mempercantik tubuh. Hanya saja yang membedakan salon syariah dengan salon pada umumnya adalah sebuah aturan-aturan yang sudah ditetapkan dalam agama Islam.

Syariah adalah ketentuan-ketentuan Allah SWT yang mengatur dilaksanakannya atau tidak dilaksanakannya suatu perbuatan baik yang menyangkut ibadah dalam arti sempit atau ibadah dalam arti luas.

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu yang mempelajari kegiatan perekonomian yang dalam pelaksanaannya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan ketauhidan. Ekonomi syariah dapat didefinisikan sebagai suatu sistem perekonomian yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah. Yang dimaksud dengan berasaskan prinsip syariah adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung riba, gharar, objek haram dan menimbulkan kezaliman.

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, wawancara, observasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini akan menjelaskan keadaan yang sekarang ini terjadi. Data yang diperlukan oleh peneliti adalah pengelolaan strategi pemasaran, setelah data tersebut terkumpul dan akan dianalisis sehingga akan ditarik kesimpulan untuk melukiskan keadaan yang ada dalam suatu kondisi antara teori yang terdapat dalam literatur dengan keadaan yang sebenarnya di Humaira Salon Bandung.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai “perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala atau sesuatu”. Adapun observasi ilmiah adalah “perhatian terfokus terhadap gejala, kejadian, atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan factor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengatur”

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* yang mengajukan pertanyaan dan yang *diwawancara* yang memberikan jawaban atas pertanyaan.

Dalam penelitian ini, peneliti dalam mencari informasi dan menemukan solusi dari permasalahan-permasalahan salah satunya menggunakan wawancara kepada

Melani Puspita Sari

Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau menurut Prinsip Ekonomi Islam di Salon Humaira Muslimah Bandung

Alfi Triana selaku Manajer Operasional Humaira wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai konsep pelayanan syariah pada Salon Muslimah Humaira Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Salon Muslimah Humaira Bandung

1. Sejarah Noura Salon Muslimah Humaira Bandung

Salon ini dibuka sejak Juni 2001 dan merupakan salon muslimah pertama di Indonesia. Ide berdirinya Humaira ini bermula dari kebutuhan muslimah yang semakin sadar akan kewajibannya menutup aurat. Sementara salon-salon yang ada belum bias mengakomodir kebutuhan para muslimah. Hal itulah yang kemudian menginspirasi Fenny Mustafa untuk membuka salon muslimah yang benar-benar dapat mewakili kebutuhan kaumnya.

Nama Humaira sendiri diambil dari panggilan kesayangan Nabi Muhammad Saw kepada istrinya, Aisyah. Yang artinya pipi yang kemerah-merahan. Maksudnya humaira ini mewakili figur seorang muslimah yang selalu terjaga keindahan dan kesehatan tubuhnya.

2. Keberadaan Noura Salon Muslimah Humaira Bandung

Salon muslimah humaira ini terletak di Jl. Terusan Tubagus Ismail Indah No. 1, Sekeloa, Coblong, Sekeloa, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40134

3. Konsep dan Produk Salon Muslimah Humaira Bandung

Konsep dari salon humaira ini khusus untuk perempuan saja, oleh karena itu bagi laki-laki tidak dapat masuk ke salon ini. Selain itu di dalam salon ini juga selalu diputar lagu-lagu islami seperti nasyid atau shalawat.

Produk yang ada di salon humaira ini serupa dengan salon-salon lainnya. Seperti perawatan rambut, perawatan tubuh, dan perawatan wajah. Namun, khusus pewarnaan rambut, humaira memakai bahan dasar henna karena untuk memfasilitasi konsumen karena henna bahannya alami dan terjamin kehalalannya.

Bagi yang akan melangsungkan pernikahan, bias ambil paket pra-nikah bias juga konsultasi persiapan pernikahan pada pegawai humaira. Ruang minimalis yang bersih luas dan nyaman membuat konsumen semakin betah mempercantik diri disana. Untuk perawatan rambut ada 9 kursi, spa ada 3 bed, facial ada 2.

Fasilitas yang tersedia yakni mushala, tempat parker luas, dan *welcome drink* . soal harga, salon ini lumayan terjangkau, mulai dari kalangan pelajar, mahasiswa hingga ibu rumah tangga. Selain itu, tiap konsumen yang menjadi member akan diberi voucher gratis di bulan saat konsumen ulang tahun.

B. Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mencakup tentang strategi pemasaran yang dilakukan Noura Salon Surabaya dan penyajian hasil dari penelitian ini dalam bentuk deskriptif atau penjabaran mengenai meliputi, a) kekuatan dan kelemahan, b) peluang dan hambatan, c) perencanaan (perencanaan pasar sasaran/subjek pasar, media pemasaran yang digunakan, perencanaan keuangan atau biaya dan penetapan harga produk), d) Pengorganisasian/ rencana pelaksanaan, e) pelaksanaan perencanaan dan pengawasan, f) evaluasi tujuan pemasaran.

a. Kelebihan dan Kekurangan

Kelebihan :

- Layanan perawatannya bersifat merawat tubuh untuk kebugaran tanpa mengubah bentuk tubuh itu sendiri, tidak terdapat layanan yang tidak sesuai dengan syariat Islam. misalnya: sulam alis, hair extension, perpanjangan bulu mata.
- Selain sebagai tempat perawatan, salon ini juga dirancang agar pelanggan mudah dalam melaksanakan ibadah karena memiliki fasilitas musholla atau ruang yang khusus disediakan untuk sholat.
- Untuk jenis musik yang diputar adalah musik positif atau nasyid yang berisi pesan-pesan kebaikan.
- Salon ini memastikan terjaganya aurat. Terapis yang melayani wajib mengenakan jilbab. Selain itu, saat perawatan di bedspa badan pelanggan ditutup dengan kain dan hanya dibuka di bagian dan pada saat yang dibutuhkan. Misalnya saat pijat bagian kaki, maka hanya kain penutup bagian kaki akan dibuka.

Kekurangan :

- Ruang tunggu di spa syariah menyatu dengan ruang perawatan sehingga dari ruang tunggu bisa melihat ke ruang perawatan.
- Kurangnya jumlah karyawan sehingga harus menunggu giliran cukup lama
- Harganya lebih tinggi daripada salon biasa pada umumnya

b. Peluang dan Ancaman

Peluang :

- Belum adanya kompetitor di daerah potensi usaha yang menawarkan jasa dengan konsep yang salon ini miliki.
- Kurangnya pesaing usaha di bidang ini.

Ancaman :

- Kemungkinan akan ada kompetitor yang menawarkan jasa dengan konsep yang serupa.
- Strategi bisnis yang mudah ditiru.
- Selera konsumen.
- Bila suatu saat nanti muncul para pesaing yang bergerak di bidang usaha ini

Melani Puspita Sari

Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau menurut Prinsip Ekonomi Islam di Salon Humaira Muslimah Bandung

- Meningkatnya harga-harga perlengkapan salon.

c. Perencanaan

1. Perencanaan Tujuan

untuk memberikan privasi kepada wanita muslimah ketika sedang berada di salon. Karena tidak semua salon menyediakan layanan jasa khusus untuk wanita yang berjilbab. Hal tersebut mengakibatkan para muslimah merasa risih dengan tempat salon yang umum dan terbuka untuk laki-laki dan perempuan. Untuk mengantisipasi hal tersebut, salon muslimah dapat menjadi peluang besar. Bahkan salon muslimah yang dikelola dengan baik dapat menggaet pelanggan bukan hanya dari kalangan muslimah saja, tetapi juga wanita yang tidak mengenakan jilbab.

2. Perencanaan Target Pasar

Di daerah sekitar salon banyak sekali yang terdapat target pasar, yang diharapkan akan menjadi pelanggan. (banyaknya anak remaja, ibu muda, ibu bekerja dan ibu rumah tangga, juga mahasiswa yang memiliki kecenderungan penduduk yang sama.

3. Perencanaan Media Pemasaran

Untuk media pemasaran, salon ini menggunakan media social seperti website, Instagram dan facebook sebagai media promosi juga membuat brosur dan spanduk

4. Perencanaan Keuangan/ Biaya

- Renovasi dan perbaikan interior salon
- Penyediaan peralatan dan bahan-bahan salon
- Upah untuk tenaga kerja
- Pemasaran di berbagai media promosi
- Biaya listrik,air, dan restibusi

5. Perencanaan Penetapan Harga Produk

Penetapan harga produk di Salon Humaira dilakukan sendiri oleh pemilik salon dengan merinci semua harga produk dan harga perawatan yang ada.

d. Pengorganisasian (rencana pelaksanaan perencanaan)

Salon Humaira melakukan perencanaan dalam strategi pemasarannya dilakukan oleh pemilik dari salon sendiri, serta semua karyawan salon juga melakukan pemasaran kepada setiap pelanggan yang datang dengan sistem pemasaran dari mulut ke mulut atau melakukan penjualan pribadi kepada konsumen.

e. Pergerakan (actuating)

Pelayanan yang digunakan juga menggunakan sistem antri karena setiap terapis juga melakukan perawatan pada satu pelanggan sehingga pelanggan merasa terlayani dengan baik. Salon Humaira menerapkan konsep yaitu dengan memberikan discount khusus setiap minggu dan voucher gratis di bulan saat konsumen ulang tahun

f. Evaluasi Hasil Pembahasan

Salon Humaira Bandung mempunyai cara pembagian tugas dalam memasarkan perawatan kecantikan seperti halnya Owner Salon Humaira yang membagi tugas untuk pegawainya untuk mencapai tujuan. Serta memberikan evaluasi terhadap hasil kinerja karyawan khususnya bagian pemasaran dalam melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan serta memperkenalkan Salon Humaira sebagai salon yang mampu bersaing serta memiliki kualitas pelayanan serta produk jasa yang baik dan mampu bersaing dengan salon kecantikan yang sudah ada khususnya untuk wilayah Bandung. Kegiatan perencanaan pemasaran yang telah dirancang dapat dianalisis apakah rencana tersebut sesuai dengan hasil yang dicapai atau tidak.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pelatihan dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan strategi pemasaran
 - a. Salon Humaira sudah memiliki tujuan yang jelas dalam melakukan perencanaan pemasaran mulai dari tujuan umum hingga tujuan khusus yang mana keduanya mengerucut pada perolehan pendapatan keuntungan serta memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan.
 - b. Melalui media elektronik pun belum mendapatkan hasil yang maksimal, cara yang sedikit efektif tetapi masih bisa digunakan yaitu melalui mulut ke mulut atau penyampaian promosi dilakukan oleh pegawai kepada pelanggan pada saat melakukan perawatan.
 - c. Penetapan harga produk dilakukan sendiri oleh pemilik salon mulai dari produk jasa, penetapan harga yang sudah dirancang dan dibuat oleh pemilik salon.
2. Pengorganisasian pelaksanaan menggunakan perencanaan pemasaran lewat media cetak berupa brosur dan kartu nama dilakukan oleh pemilik salon serta pegawai salon tetapi dalam pelaksanaannya kurang optimal dengan keterbatasan tenaga kerja dalam melakukan promosi.
3. Selama pada tahap penggerakan terdapat beberapa hambatan sehingga juga timbul penyelesaian yang dapat digunakan untuk mengatasi hambatan yang seperti banyaknya salon kecantikan yang ada, kurangnya kegiatan dalam melakukan pemasaran.

Saran

Menanggapi berbagai permasalahan yang mengakibatkan kurang optimal pemasaran perawatan kecantikan (Body Spa dan Facial) yang dilakukan oleh Salon Humaira Bandung, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

Melani Puspita Sari

Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau menurut Prinsip Ekonomi Islam di Salon Humaira Muslimah Bandung

1. Membuat perencanaan keuangan/biaya sehingga terencana dengan baik, serta membuat estimasi dana yang digunakan ketika akan merencanakan strategi pemasaran yang dilakukan.
2. Pada penetapan harga produk yang masih dilakukan oleh pemilik salon tanpa ada pertimbangan dengan pihak-pihak terkait dan tanpa mempertimbangkan peluang pasar yang ada, seharusnya hal ini dilakukan pertimbangan dengan beberapa pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Anastasia, Henny. 2009. Cantik, sehat, dan sukses berbisnis Spa. Jakarta: Komunitas (anggota IKAPI).

Arikunto, Suharsimi. 2010. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta. Arikunto, Suharsimi. 2006.

Prosedur Penelitian Jakarta: Rineka Praktek. Bengge, Sophie. 2007.

Terapi Spa . Jakarta: Tara Media Restu Agung Basuki. S. Kinkin . 1981.

Kecantikan untuk para ahli kecantikan. Jakarta: Bhratara Karya Aksara Basuki. 2005.

Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya Entjang, Indan . 1991 .

Ilmu kesehatan Masyarakat. Bandung. Citra Bakti Gumira, Seno. 1998 .

Buda Konsumen Jakarta : Yayasan Obor Indonesia Hakim, Nelli . 1999.

Tata kecantikan kulit tingkat terampil. Jakarta: Carita Indah Utama. Hadari, Nawawi. 2005.

Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999.

Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.Edisi 1. Cetakan Pertama BPFE. Yogyakarta. Jumarani, louise. 2009.

The essence of Indonesia Spa. Jakarta: Gramedia pustaka utama Kusumadewi. 2005.

Tata kecantikan tingkat dasar. Jakarta: Wahanaboga cakrawala. Kotler. 2001.

Manajemen Pemasaran. Jakarta: penerbit Prenhalindo. Kay, R., dan J. Alder. (1999) Coastal Planning and Management E&FN Spon. London.