

**ANALISIS STRATEGI MARKETING SYARIAH PADA
KLINIK HAYYU SYAR'I SIDOARJO**

SKRIPSI

OLEH:

**NURUL HIMA INASIYAH
20181700229031**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO**

2022

ANALISIS STRATEGI MARKETING SYARIAH PADA KLINIK HAYYU SYAR'I SIDOARJO

Skripsi

Diajukan Kepada :
Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Studi Ekonomi Syariah



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT PESANTREN KH ABDUL CHALIM
MOJOKERTO**

2022

ABSTRAK

Hima Inasiyah, Nurul. 2022. Analisis Strategi Marketing Syariah Pada Klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Institut Pesantren KH.Abdul Chalim. Dosen Pembimbing; 1) Rahma Sandi Prahara, M.Pd. 2) Muawanah, M.E.I.

Kata Kunci: Strategi Marketing Syariah, Klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan industri kecantikan yang mendorong pelaku usaha memiliki strategi pemasaran yang berbeda dari lainnya. Klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo hadir sebagai pelopor *Muslim Skin Clinic* di Indonesia yang memiliki upaya menjadi *market leader* dengan berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Masalah dari penelitian ini adalah menganalisis implementasi strategi marketing syariah pada klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo dan tinjauan dalam berdasarkan karakteristik pemasaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Strategi Marketing Syari'ah pada Klinik Kecantikan Hayyu Syar'i Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus, subjek dalam penelitian ini adalah 1) Kepala Bagian Pemasaran, 2) *Branch Manager*, 3) Pelanggan Klinik, Teknik Pengumpulan Data yang digunakan adalah 1) Observasi, 2) Wawancara, 3) Dokumentasi, Teknik Analisis Data yang digunakan oleh peneliti adalah 1) *Data Reduction* (Reduksi data), 2) *Data Display* (penyajian data), 3) *Verification* (verifikasi data). Keabsahan Data yang digunakan oleh peneliti adalah 1) Triangulasi Sumber, 2) Triangulasi Teknik, 3) Triangulasi Waktu. Hasil dari penelitian ini bahwa Klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo telah menerapkan strategi marketing syariah sebagaimana berikut: 1) Menerapkan Aspek Marketing Syariah; a) Aspek Teistis (*Rabbaniyah*); menerapkan nilai ketuhanan dan norma ke-Islaman, b) Aspek Etis (*Akhlaqiyah*); pelayanan baik, santun dan berbudi sesuai dengan norma-nilai ke-Islaman. c) Aspek Realistis (*Waqiyah*); hal yang dipromosikan sesuai dengan kenyataan di klinik. d) Aspek Humanistik (*Insaniyah*), dalam aspek ini pelanggan dimuliakan di Klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo. 2) Menerapkan Strategi Marketing Syariah dengan Pemberlakuan Diskon; menerapkan diskon yang bertujuan untuk memperbanyak pelanggan yang datang ke klinik. 3) Pembuatan Promo Umroh bagi Pelanggan; memberikan promo umroh, hal ini dilakukan bertujuan untuk mengajak pelanggan yang potensial serta menjaga citra bisnis yang didasarkan pada prinsip ke-Islaman tetap relevan. 4) Mengutamakan Pelayan Terbaik bagi Konsumen; dilakukan untuk mendapatkan atensi atas kualitas pelayanan yang ada. 5) *Brand Ambassador* Muslimah; Beberapa selebriti Muslim yang sudah memakai produk dan telah melakukan *treatment* di Klinik Hayyu Syar'i dijadikan sebagai *brand ambassador*, hal ini dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* dan mendorong skala penjualan. 6) Melakukan Marketing Online; bertujuan untuk melakukan pemasaran produk barang atau jasa yang ada di Klinik Hayyu Syar'i Sidoarjo. 7) Melakukan Branding sebagai Klinik Muslimah; upaya untuk ekuitas merek dalam jangka panjang.

ABSTRACT

Hima Inasiyah, Nurul. 2022. Analysis of the Implementation of Sharia Marketing at the Hayyu Syar'i Clinic in Sidoarjo. Thesis of Sharia Economics Study Program, Faculty of Sharia Islamic Boarding School KH.Abdul Chalim. Supervisor; 1) Rahma Sandi Prahara, M.Pd. 2) Muawanah, M.E.I.

Keywords: Sharia Marketing, Hayyu Syar'i Clinic Sidoarjo

This research is motivated by the rapid growth of the beauty industry which encourages business actors to have different marketing strategies from others. Hayyu Syar'i Sidoarjo Clinic is present as a pioneer of Muslim Skin Clinic in Indonesia which has an effort to become a market leader based on Islamic values. The problem of this research is to analyze the implementation of sharia marketing strategies at the Hayyu Syar'i Sidoarjo clinic and an in-depth review based on the characteristics of Islamic marketing. This study aims to determine the Analysis of Sharia Marketing Strategies at the Hayyu Syar'i Sidoarjo Beauty Clinic. This study uses a qualitative research type using a case study approach, the subjects in this study are 1) Head of Marketing, 2) Branch Manager, 3) Clinic Customers, Data Collection Techniques used are 1) Observation, 2) Interviews, 3) Documentation, Data Analysis Techniques used by researchers are 1) Data Reduction (Data reduction), 2) Data Display (data presentation), 3) Verification (data verification). The validity of the data used by the researcher is 1) Source Triangulation, 2) Technique Triangulation, 3) Time Triangulation. The results of this study are that the Hayyu Syar'i Sidoarjo Clinic has implemented sharia marketing strategies as follows: 1) Implementing Sharia Marketing Aspects; a) Theistic Aspect (Rabbaniyah); applying divine values and Islamic norms, b) Ethical Aspect (Akhlaiyah); good, polite and virtuous service in accordance with Islamic norms. c) Realistic Aspect (Waqiyah); things promoted are in accordance with the reality in the clinic. d) Humanistic Aspect (Insaniyah), in this aspect customers are honored at the Hayyu Syar'i Sidoarjo Clinic. 2) Implementing Sharia Marketing Strategy with Discount Implementation; applying discounts that aim to increase customers who come to the clinic. 3) Creating Umrah Promos for Customers; providing Umrah promos, this is done with the aim of inviting potential customers and maintaining a business image based on Islamic principles that remains relevant. 4) Prioritizing the Best Service for Consumers; done to gain attention for the quality of existing services. 5) Muslimah Brand Ambassador; Several Muslim celebrities who have used products and have undergone treatment at the Hayyu Syar'i Clinic are made brand ambassadors, this is done to increase brand awareness and encourage sales scale. 6) Conducting Online Marketing; aims to market products or services available at the Hayyu Syar'i Sidoarjo Clinic. 7) Branding as a Muslimah Clinic; efforts for long-term brand equity.

نبذة مختصرة

هيما عناصية ، نورول ٢٠٢٢. تحليل تطبيق التسويق الشرعي في عيادة هـ في سيدوارجو. برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي بكلية الشريعة الإسلامية الداخلية عبد الشليم. مشرف؛ (١) رحمة ساندي براهارا ، (٢) مؤأونة

الكلمات المفتاحية: التسويق الشرعي ، عيادة خدمة العملاء اللطيفة في خدمة

ينطلق هذا البحث من النمو المتسارع لقطاع التجميل، مما شجع الشركات على تطوير استراتيجيات تسويقية فريدة. تُعدّ عيادة حيو شرعي سيدوارجو عيادة جلدية إسلامية رائدة في إندونيسيا، تسعى جاهدةً لتصبح رائدة في السوق استنادًا إلى القيم الإسلامية. تتمثل مشكلة البحث في تحليل تطبيق استراتيجية التسويق المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في عيادة حيو شرعي سيدوارجو، وإجراء مراجعة معمقة لها بناءً على خصائص التسويق الإسلامي. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجية التسويق المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في عيادة حيو شرعي سيدوارجو للتجميل. تستخدم هذه الدراسة المنهج النوعي، وتحديدًا دراسة الحالة. شملت عينة الدراسة (1): رئيس قسم التسويق، (2) مدير الفرع، (3) عملاء العيادة. تضمنت أساليب جمع البيانات (1): الملاحظة، (2) المقابلات، (3) التوثيق. أما أساليب تحليل البيانات التي استخدمها الباحث، فكانت (1): اختزال البيانات، (2) عرض البيانات، (3) التحقق. تعتمد صحة البيانات التي استخدمها الباحث على ثلاثة معايير (1): التثليث المصدري، (2) التثليث التقني، (3) التثليث الزمني. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن عيادة حيو شرعي سيدوارجو قد طبقت استراتيجيات التسويق الشرعي التالية (1): تطبيق جوانب التسويق الشرعي: أ) (الجانب الرباني: تطبيق القيم الإلهية والأحكام الإسلامية؛ ب) (الجانب الأخلاقي: تقديم خدمة جيدة ومهذبة وفاضلة وفقًا للقيم الإسلامية؛ ج) (الجانب الواقعي: الترويج لما يتوافق مع الواقع في العيادة؛ د) (الجانب الإنساني: في هذا الجانب، يتم تكريم المرضى في عيادة حيو شرعي سيدوارجو (2). تطبيق استراتيجية التسويق الشرعي مع الخصومات: تقديم خصومات تهدف إلى زيادة عدد المرضى الزائرين للعيادة (3). إعداد عروض ترويجية للعمرة للمرضى. تقديم عروض ترويجية للعمرة، بهدف استقطاب عملاء محتملين والحفاظ على صورة تجارية قائمة على المبادئ الإسلامية ومواكبة للعصر (4). إعطاء الأولوية لأفضل خدمة للمستهلكين؛ وذلك لجذب الانتباه إلى جودة الخدمات المقدمة (5). سفيرات العلامة التجارية من النساء المسلمات؛ حيث يتم اختيار عدد من الشخصيات المسلمة البارزة ممن استخدمن منتجات عيادة حيو شرعي وتلقين العلاج فيها كسفيرات للعلامة التجارية، وذلك لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وتشجيع نمو المبيعات (6). التسويق الإلكتروني؛ بهدف تسويق المنتجات أو الخدمات المتوفرة في عيادة حيو شرعي سيدوارجو (7). بناء

العلامة التجارية كعيادة متخصصة في شؤون النساء المسلمات؛ وهي جهود تُبذل لتعزيز قيمة العلامة التجارية على المدى الطويل.

