

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Wima Aesthetic Syar'i Skincare, Pemalang)

Yogi Suryaningsih Abdi Rahayu

42.2021.4.1.3092

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang membutuhkan ketrampilan dan kesungguhan. Salah satu unit bisnis adalah bidang industri kecantikan. Industri kecantikan merupakan industri yang dinamis dan terus berinovasi, dengan perkembangan yang pesat dan persaingan yang semakin ketat. Para pengusaha industri kecantikan perlu meningkatkan strategi pemasaran dan mengembangkan strategi yang kompetitif untuk menghadapi persaingan. Sehingga perusahaan dapat menguntungkan dan memiliki prospek yang baik. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah pemasaran syariah, hal ini menjadi relevan karena saat ini semakin banyak konsumen yang mencari produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai islam. Wima Aesthetic Syar'i Skincare merupakan klinik kecantikan berlandaskan syariah yang telah menerapkan prinsip-prinsip islam dalam seluruh operasionalnya. Strategi pemasaran syariah yang diterapkan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk barang dan layanannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Wima Aesthetic Syar'i Skincare dalam meningkatkan penjualan produk serta efektifitas dan efisiensi strategi pemasaran syariah yang dilakukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa data yang digunakan adalah triangulasi yang mencakup reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Wima mengacu pada bauran pemasaran (4P) yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi yang diintegrasikan dengan karakteristik pemasaran syariah diantaranya rabbaniyah, akhlaqiyah, waqi'iyah dan insaniyah. Dengan menerapkan prinsip bauran pemasaran dan karakteristik pemasaran syariah dapat meningkatkan penjualan produk Wima sebesar 10-15% setiap bulan. Selain itu, penerapan pemasaran syariah tidak hanya mementingkan keuntungan perusahaan tetapi juga konsumen dan masyarakat sekitar. Hal ini tidak diragukan lagi dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan publik terhadap Wima. Implikasi teoritikal penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran syariah pada industri kecantikan sangat efektif dan efisiensi dalam meningkatkan penjualan produk barang dan layanan.

Kata Kunci: Skincare, Strategi Pemasaran, Pemasaran Syariah, Wima

الملخص العربي

تحليل استراتيجيات التسويق الشرعي لإرتقاء مبيعات المنتجات
(دراسات *Wima Aesthetic Syar'i* للعناية بالبشرة، بيمالانج)

يوكي شوربانينجسية عبد راهابو

٤٢,٢٠٢١,٤,١,٣٠٩٢

التجارة نشاط يتطلب مهارات وجدية. وصناعة التجميل واحدة من الأعمال النادرة. صناعة التجميل هي صناعة ديناميكية ومبتكرة مستمرة، مع تطور سريع ومنافسة شرسة بشكل متزايد. يحتاج رواد الأعمال في صناعة التجميل إلى تحسين استراتيجياتهم التسويقية وتطوير استراتيجيات تنافسية لمواجهة المنافسة. حتى تكون الشركة مربحة ولديها آفاق جيدة. إحدى استراتيجيات التسويق التي يمكن استخدامها هي التسويق الشرعي، وهذا مناسب لأن المزيد من المستهلكين يبحثون حالياً عن منتجات وخدمات تتوافق مع القيم الإسلامية. *Wima Aesthetic Syar'i* للعناية بالبشرة هي عيادة تجميل قائمة على الشريعة الإسلامية حيث طبقت المبادئ الإسلامية في جميع عملياتها. تعد استراتيجية التسويق الشرعي المطبقة أحد جهود الشركة لزيادة مبيعات منتجاتها وخدماتها. الغرض من هذه الدراسة هو معرفة استراتيجية التسويق الشرعي التي تنفذها شركة *Wima Aesthetic Syar'i* للعناية بالبشرة في زيادة مبيعات المنتجات وكذلك فعالية وكفاءة استراتيجية التسويق الشرعي المنفذة. الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي منهج نوعي بأسلوب وصفي. تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تحليل البيانات المستخدم هو التثليث الذي يتضمن تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص الاستنتاج. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن استراتيجية التسويق الشرعي التي تطبقها شركة وما تشير إلى المزيج التسويقي (٤P) الذي يشمل المنتجات والأسعار والأماكن والعروض الترويجية التي تتكامل مع الخصائص التسويقية الشرعية بما في ذلك الربانية والأخلاقية والواقعية والإنسانية. من خلال تطبيق مبادئ المزيج التسويقي والخصائص التسويقية الشرعية، يمكن أن تزيد مبيعات منتجات و بما بنسبة ١٠-١٥٪ كل شهر. بالإضافة إلى ذلك، فإن تطبيق التسويق الشرعي لا يهتم فقط بأرباح الشركة ولكن أيضاً بالمستهلكين والمجتمع المحيط. هذا يمكن أن يزيد بلا شك من الوعي العام والثقة في *Wima*. تظهر الآثار النظرية لهذه الدراسة أن تطبيق استراتيجيات التسويق الشرعي في صناعة التجميل فعال للغاية في زيادة مبيعات المنتجات والسلع والخدمات.

الكلمات الرئيسية: العناية بالبشرة، استراتيجية التسويق، التسويق الشرعي، وبما