

**IMPLEMENTASI MARKETING DALAM PENGEMBANGAN USAHA BISNIS
LAUNDRY DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH
(Studi Kasus di Baracks Profesional Laundry Banjaran Kota Kediri)**

KOTIMAH ¹

kotimah06@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi marketing pada pengembangan bisnis laundry ditinjau dari marketing syariah di Baracks Profesional Laundry di Banjaran Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan studi kasus dan analisis data menggunakan reduksi data, dengan sumber data yang diperoleh dari data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu: (1) Implementasi marketing di Barack yaitu memprioritaskan kebutuhan pelanggan ,sehingga dapat memberikan dampak positif pada pengembanga bisnis di Baracks; (2) Baracks juga telah menerapkan marketing syariah pada sistem pemasaran dalam pengembangan bisnis.

Kata Kunci : Marketing, Pengembangan Usaha, Marketing Syariah.

Abstract

This study to knowing implementation of marketing in the laundry bussines development reviewed from shariah marketing in Baracks Profesional Laundry in Banjaran Kediri city . This study using kualitatif research approach with case study and using reduction data to analize data, with source data obtained from primary and secondary data, collection technique of data through observation, interviewers and documentation. The results of the research are : (1) Implementation of marketing in Baracks is to priority customer needs, so that is give positif effect in development bussines at Baracks; (2) Baracks also used syariah marketing in their marketing system on development their bussines.

Keywords : Marketing, bussines development, shariah marketing

A. PENDAHULUAN

Manusia merupakan sebaik-baiknya makhluk hidup yang dikaruniani akal sehat, dimana dikatakan pula sesempurnanya makhluk hidup adalah manusia. Allah berfirman dalam surat At Tiin ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Artinya:

Sungguh, Kami telah Menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.

¹ Institut Agama Islam Hasanuddin Pare

Allah telah menegaskan bahwa Dia telah menciptakan manusia dengan kondisi fisik dan psikis terbaik. Dari segi fisik, misalnya, hanya manusia yang berdiri tegak sehingga otaknya bebas berpikir, menghasilkan ilmu, dan tangan juga bebas bergerak untuk merealisasikan ilmunya itu, sehingga melahirkan teknologi. Dari segi psikis, hanya manusia yang memiliki pikiran dan perasaan. Penegasan Allah bahwa Dia telah menciptakan manusia dengan kondisi yang terbaik itu mengandung arti bahwa fisik dan psikis manusia itu perlu dipelihara dan ditumbuhkembangkan².

Konsekuensi dari pernyataan tersebut adalah manusia diembankan tugas yang tidak hanya fokus pada ibadah kepada Allah, namun juga menjalankan fungsi sebagai *khalifah fill Ard*. Lebih jauh lagi, manusia juga diperintahkan untuk selalu berusaha (*ihktiar*) baik dari segi ibadah maupun segi muamalah. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al Jum'ah ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung. Dalam segi muamalah, tidak ada batasan bagi manusia untuk menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan muamalah sebagaimana pada hukum asal muamalah yang berbunyi

الْأَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْجُلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

Hukum asal menetapkan syarat dalam mu'amalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)³.

Salah satu kegiatan muamalah adalah berbisnis. Bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.

² Kementrian Agama RI, *Al Qur'an dan Tafsirnya jilid 8* (Jakarta: Lentera Abadi: 2010), 397.

³ <https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>. diakses 25 Januari 2020

Secara substantif sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan praktis kegiatan bisnis terdiri atas kegiatan di bidang produksi, bidang pemasaran, bidang finansial dan bidang sumber daya manusia⁴.

Salah satu UMKM yang saat ini berkembang adalah usaha laundry. Jasa pencucian pakaian hingga pengeringan saat ini menjadi usaha yang banyak diminati pebisnis, begitu pula di Kediri. Salah satu usaha laundry yang berkembang di Kota Kediri adalah Baracks Profesional Laundry Barack Profesional laundry merupakan usaha laundry yang didirikan oleh Ibu Nur Baity dan Bapak Risang. Keduanya merupakan sosok yang religius, hal tersebut ditunjukkan dengan prinsip yang mereka jalankan dalam berbisnis yang menghindari unsur pinjaman dari lembaga yang terindikasi mengandung unsur riba. Selain itu dalam kegiatan operasional juga mengendepankan unsur ibadah, dimana ketika terdengar suara *adzan*, aktivitas operasional di tempat usaha diberhentikan sejenak⁵.

Baracks Profesional Laundry merupakan Laundry di Kota Kediri yang telah bekerja sama dengan hampir seluruh hotel di Kota Kediri. Walaupun sudah banyak laundry yang bermunculan di Kota Kediri, Baracks tetap bisa mempertahankan keeksistensinya. Melalui inovasi produk dan juga penyediaan fasilitas yang mumpuni serta sumber daya manusia yang dikelola dengan memanusiakan manusia, dimana walaupun setiap hari bahkan ketika perayaan hari besar pun tetap beroperasi. Akan tetapi *owner* barrack mampu *manage* kesemuanya faktor tersebut dengan baik. Baracks Profesional Laundry terus mengalami perkembangan dari awal berdirinya pada tahun 2005 sampai dengan saat ini, hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya hotel yang bekerja sama dengan laundry tersebut. Kebutuhan akan jasa laundry tidak hanya untuk kalangan rumah tangga atau individu, beberapa *corporate* juga membutuhkan jasa ini. Hotel merupakan salah satu dari sekian *corporate* yang membutuhkan jasa laundry, walaupun dari hotel sendiri mempunyai fasilitas untuk laundry namun fasilitas tersebut masih kurang *cover* kebutuhan dari hotel, terutama untuk laundry linen. Sehingga peluang tersebut dimanfaatkan oleh Baracks Profesional

⁴ Muslich, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 46.

⁵ Observasi, di Barack Profesional Laundry, 01 Februari 2020

Laundry untuk mengembangkan bisnis dengan menawarkan produk yang semula hanya produk laundry pakaian pada umumnya berkembang menjadi penyedia jasa laundry untuk linen yang dibarengi dengan strategi marketing yang dijalankan serta beberapa *marketing mix* yang dikombinasikan dengan sedemikian rupa.⁶

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan dari peluang pertumbuhan usaha. Prospek dan pengembangan usaha dapat dilihat dari faktor-faktor pendukungnya yang menunjang pertumbuhan usaha tersebut⁷.

Selain pengembangan, faktor pendukung lain yang harus diperhatikan adalah *marketing*. *Marketing* adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain⁸.

Marketing yang dijalankan oleh Baracks Profesional Laundry menekankan strategi marketing dan *marketing mix* yang mana strategi yang diterapkan disesuaikan dengan pelanggan ataupun konsumen yang menjadi pengguna jasa laundry Baracks. Adapun *marketing mix* yang diterapkan disesuaikan dengan prinsip-prinsip yang dijunjung oleh Baracks. Walaupun dari beberapa segi *marketing mix* terdapat perbedaan dengan laundry pada umumnya seperti pada penetapan tarif laundry dan tempat distribusi. Dimana tarif maupun tempat distribusi yang berbeda tersebut tidak menyurutkan konsumen maupun pelanggan Baracks untuk menggunakan jasa laundry di Baracks. Sehingga Baracks tetap mampu melakukan beberapa pengembangan usaha dalam skala internal Baracks seperti kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, penggunaan teknologi dengan kapasitas prima, penggunaan bahan yang menghasilkan output yang baik, sedangkan pengembangan eksternal terlihat dengan pembukaan cabang Baracks di Pasuruan, penambahan produk laundry yang ditawarkan serta bertambahnya perusahaan yang menjadi pelanggan Baracks.

⁶ Observasi, di Barack Profesional Laundry, 15 Februari 2020

⁷ Widaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: Polinema Press, 2018), 90.

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: PT Macanan Jasa Cemerlang, 2002), 15.

Selain itu, Baracks Profesional Laundry juga telah menerapkan prinsip-prinsip syariah, terutama pada marketing syariah. Yang mana, dalam melaksanakan proses laundry terutama dalam *mentreatment* kain maupun pakaian. Sebelum proses laundry pakaian maupun kain yang akan dilaundry dipilah terlebih dahulu, dimana pemilahan ini ditujukan agar najis yang terdapat pada satu kain atau pakaian tertentu tidak bercampur dengan kain atau pakaian lain yang tidak terkena najis. Sehingga kesucian kain atau pakaian sangat diperhatikan. Selain itu air yang digunakan adalah air yang mengalir bukan air yang menggenang.⁹

Adapun marketing syariah adalah prinsip sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam¹⁰.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus.¹¹

Penelitian ini berfokus pada Baracks Profesional Laundry yang berlokasi di Jalan Banjaran 1 Nomor 102 Kecamatan Kota Kelurahan Banjaran Kota Kediri. Peneliti memilih tempat tersebut dengan alasan usaha tersebut merupakan laundry yang menjalin kerjasama dengan hampir semua hotel di Kota Kediri.

Sumber data penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data ini dibagi menjadi dua yaitu sumber primer dan sumber sekunder.

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «لَا يَغْتَسِلُ أَحَدُكُمْ فِي الْمَاءِ الدَّائِمِ وَهُوَ جُنُبٌ»⁹

Dari Abu Hurairah rodhiyallahu ‘anhu, ia berkata : Rasulullah Shollallahu ‘alaihi wa Sallam bersabda, “Janganlah seorang dari kalian mandi di air yang diam dalam keadaan junub.” Hadis Riwayat Muslim. Al Hafizh Ibnu Hajar Al-‘Asqolani, *Terjemahan Bulughul Maram* (Bogor: Pustaka Ulil Albab , 2006), 18. Mengenai air yang digunakan untuk bersuci diantaranya yaitu: Air hujan, air laut (air asin), air sungai/ bengawan (air tawar), air sumur, air sumber, air es, air embun. Ketujuh air tersebut telah tercakup pada suatu pengertian yakni semua air yang semua air yang datang dari langit dan yang keluar dari tanah dengan segala macam warna (corak) keadaan ujud air tersebut dari asal kejadiannya. Asy-Syekh Muhammad bin Qasim Al Ghazy, *Terjemahan Fat-hul Qarib*, terj. Achmad Sunarto (Surabaya: Al Hidayah, 1991), 21.

¹⁰ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *MarketingSyariah* (Bandung: Mizan, 2006), 9.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), 6.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Observasi atau Pengamatan, Interview atau Wawancara serta Dokumentasi.

Analisisnya dilakukan dengan tiga cara yaitu: Reduksi data atau Penyederhanaan, Paparan atau Sajian Data, Penarikan Kesimpulan

Keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik pemeriksaan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, teknik triangulasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Marketing Dalam Pengembangan Usaha Di Baracks Profesional Laundry

Baracks Profesional Laundry sebagai salah satu laundry di Kota Kediri merupakan laundry yang berusaha dengan sungguh-sungguh dalam upaya memenuhi kebutuhan pencucian dari konsumen/ pelanggan terutama kebutuhan pencucian linen.

Selain berfokus pada pencucian linen, Baracks juga menerapkan strategi segmentasi dengan membagi kelompok pelanggan menjadi beberapa segmen, implementasi strategi segmentasi tercermin pada pembagian pelanggan jasa laundry antara pelanggan dari kalangan umum dan hotel. Fokus Baracks pada pencucian linen menjadi cerminan strategi pemasaran yang dikategorikan sebagai targeting, dimana target yang dituju dikerucutkan pada satu segmen pasar. Segmen tersebut dipilih bukan tanpa alasan, belum ditemukannya laundry yang khusus menyediakan jasa pencucian laundry menjadi faktor yang mendasari pemilihan segmen tersebut.

Lebih lanjut strategi positioning juga tidak luput dari strategi yang diimplementasikan, positioning tercermin pada upaya Baracks dalam menunjukkan keunggulan laundry yang menawarkan jasa penyewaan linen. Tidak hanya melayani jasa pencucian linen dari hotel, Baracks juga menyediakan linen siap pakai untuk hotel-hotel yang belum memenuhi standart stock par linen. Adapun implementasi pemasaran yang dilakukan oleh Baracks Profesional Laundry juga tercermin pada *marketing mix* atau bauran pemasaran yang telah diimplementasikan.

2. Implementasi Marketing Dalam Pengembangan Usaha Di Baracks Profesional Laundry Ditinjau Dari Marketing Syariah

Bisnis menjadi usaha yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Adanya pelaku usaha yang semakin gencar dengan bisnis yang dijalankan memberikan dampak positif pula pada penyerapan tenaga kerja. Namun, seringkali suatu bisnis hanya terlihat pada awal diluncurkannya produk barang maupun jasa yang ditawarkan, dikarenakan kurangnya pengenalan mengenai produk barang maupun jasa dari bisnis tersebut. Begitu pula dengan bisnis laundry, laundry menjadi bisnis yang saat ini digeluti oleh pelaku usaha. Banyaknya laundry yang bermunculan semakin menambah atmosfer persaingan dari para pelaku bisnis tersebut. Agar usaha yang dijalankan tidak hanya cemerlang di awal dimulainya usaha tersebut, pengusaha harus bisa mempelajari kebutuhan konsumen. Upaya mempelajari kebutuhan konsumen tersebut tereflesikan pada implemenasi pemasaran yang dijalankan.

Namun, refleksi pemasaran terkadang kurang memperhatikan unsur-unsur pemasaran yang sesuai dengan pemasaran syariah atau marketing syariah, sehingga masih dijumpai pemasaran yang hanya mementingkan bisnisnya tetap berjalan tanpa mengindahkan pihak-pihak lain yang terlibat.

Syariah Marketing atau Marketing Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada *stakeholdernya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.¹²

Adapun marketing syariah dapat pula diartikan sebagai proses penciptaan, penawaran, perubahan barang dan jasa secara baik dan halal guna memenuhi kebutuhan konsumen dengan disertai akad dan prinsip-prinsip muamalah yang ditujukan untuk mencapai falah bagi pihak-pihak yang terlibat.

Implikasi marketing syariah juga didasari dengan adanya karakter yang harus tertanam pada setiap individu yang melakukan kegiatan pemasara.

Karakter tersebut harus sesuai dengan karakteristik dalam marketing syariah,

¹² Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Marketing Syariah* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 26.

yang mana karakteristik tersebut menjadi pembeda dengan pemasaran konvensional. Karakteristik marketing syariah yang diimplementasikan di Baracks Profesional Laundry, antara lain:

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Implikasi dari *Rabbaniyah* di Baracks Profesional Laundry terwujud pada setiap karyawan yang selalu menempatkan diri mereka sebagai seorang Muslim dengan cara memberhentikan aktivitas laundry ketika adzan berkumandang.

Adapun dalam kaitannya dengan marketing terutama dalam transaksi dengan konsumen atau pelanggan, Baracks terhindar dari kegiatan yang dilarang oleh syariat seperti *gharar* (ketidakjelasan).

b. Etis (*akhlaqiyyah*)

Implementasi etis di Baracks Profesional Laundry ditunjukkan oleh perilaku karyawan yang ramah dalam melayani pelanggan, jujur dalam menginformasikan linen yang dijemput maupun diantar, menjaga setiap ucapan, serta mematuhi setiap aturan yang berlaku di masyarakat. Serta sikap bertanggung jawab yang dimiliki oleh setiap karyawan dalam mengemban tugas masing-masing.

c. Realistis (*Al Waqi'iyah*)

Implementasi realistis di Baracks Profesional Laundry terwujud pada pencatatan jumlah linen yang dilaundry sesuai dengan jumlah yang diambil dari hotel, apabila terdapat linen yang harus mendapat penanganan berbeda dari linen lainnya, maka pihak Baracks menginformasikan sesuai kondisi linen yang sebenarnya.

d. Humanistik (*Al Insaniyyah*)

Implikasi humanistik di Baracks Profesional Laundry diwujudkan dalam bentuk kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan layanan jemput dan antar cucian tanpa memungut biaya. Sehingga walaupun lokasi Baracks berada di dalam gang, pelanggan tidak mengalami kesulitan untuk mempercayakan kebutuhan laundry kepada Baracks.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi marketing yang dilaksanakan di Baracks Profesional Laundry menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan pelanggan yang berimplikasi pada pengembangan usaha bisnis laundry. Adapun aspek marketing yang sudah diimplementasikan meliputi pelaksanaan *marketing mix* dan strategi marketing yang berimplikasi pada pengembangan usaha bisnis laundry.
2. Implementasi marketing dalam pengembangan usaha ditinjau dari marketing syariah di Baracks Profesional Laundry dapat disimpulkan bahwa karakteristik marketing syariah seperti: Ketuhanan/ *Rabbaniyah*, Etis (*akhlaqiyyah*), Realistis (*Al Waqi'iyah*), Humanistis (*Al Insaniyyah*) telah diimplementasikan oleh Baracks Profesional Laundry. Selain itu Baracks Profesional Laundry juga telah menerapkan *marketing mix* syariah.

SARAN

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam menggali teori pemasaran yang diterapkan dalam bisnis, terutama bisnis laundry.

Bagi pelaku usaha penerapan pemasaran sudah menjangkau kebutuhan konsumen, namun harus tetap mengevaluasi pemasaran yang diimplementasi apakah sesuai dengan pasar sasaran yang menjadi fokus dari pengusaha.

Daftar Pustaka

Al Ghazy, Asy-Syekh Muhammad bin Qasim. *Terjemahan Fat-hul Qarib*, terj. Achmad Sunarto. Surabaya: Al Hidayah, 1991.

<https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>. diakses 25 Januari 2020

J.Stanton, William, *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1993.

Kartajaya. Hermawan, Muhammad Syakir Sula. *Marketing Syariah*. Bandung: Mizan, 2006.

Kementrian Agama RI. *Al Qur'an dan Tafsirnya jilid 8*. Jakarta: Lentera Abadi: 2010.

Muslich. *Etika Bisnis Islami* .Yogyakarta:Ekonesia, 2004.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Macanan Jasa Cemerlang, 2002.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif* .Bandung: Alfabeta, 2020.

Widaningsih dan Ariyanti. *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang: Polinema Press, 2018.