



MANAJEMEN SAFIRA LAUNDRY DI DESA KAYEN KECAMATAN DIWEK KABUPATEN JOMBANG PERSPEKTIF MARKETING SYARI'AH

Agung Wibisono

wibisonoagung625@gmail.com

Universitas Hasyim Asy'Ari Tebuireng Jombang

Norma Fitria

normafitria@unhasy.ac.id

Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'Ari Tebuireng Jombang.

Abstract : *The epistemological concept of sharia marketing is sharia-driven (driven by sharia from legal sources) which is oriented towards meeting consumers' needs and desires and creating value for them as long as it does not conflict with the main source in Islam, namely the Al-Qur'an. an and Hadith. This research aims to determine the management of Safira Laundry in Kayen Village, Diwek District and the Sharia Marketing Perspective on Safira Laundry Management in Kayen Village, Diwek District. This research uses empirical juridical research methods with a conceptual approach. The analysis technique uses inductive and descriptive methods, and data collection is obtained through observation, interviews and documentation. The research results show that the implementation of management in the Safira Laundry business is very good with a purification stage that is in accordance with sharia and is also continuously supervised by the business owner.*

Keywords : *Management, Sharia Marketing, Safira Laundry.*

Abstrak: *Konsep pemasaran syari'ah secara epistemologi bersifat sharia-driven (Digerakkan oleh syari'ah dari sumber hukum) yang berorientasi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan value bagi mereka selama tidak bertentangan dengan sumber utama didalam Islam, yakni Al-qur'an dan Hadis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Safira Laundry Di Desa kayen Kecamatan Diwek dan Perspektif Marketing Syari'ah terhadap Manajemen Safira Laundry Di Desa Kayen Kecamatan Diwek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris dengan pendekatan Konseptual. Teknik analisis menggunakan metode Induktif dan Deskriptif, dan pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen pada usaha Safira Laundry sangat baik dengan tahap penyucian yang sesuai dengan syari'ah dan juga terus berada dalam pengawasan pemilik usaha.*

Kata Kunci: *Manajemen, Marketing Syari'ah, Safira Laundry.*

PENDAHULUAN

Konsep pemasaran syariah secara epistemologis didorong oleh syariah dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan serta keinginan konsumen dengan menciptakan nilai yang sesuai dengan ajaran Islam, yakni Alquran dan Hadis.¹ Pemasaran syariah berusaha mengidentifikasi

¹ Hendi Mustiko, *Pemasaran Syariah: Apa Yang Berbeda Dengan Model Konvensional*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN, 2017, 78.

kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing.

Jika dianalisis secara mendalam, konsep pemasaran syariah memiliki keunggulan dibandingkan pemasaran modern atau sekuler yang dikembangkan oleh Barat. Misalnya, untuk memenangkan persaingan pasar, pemasaran syariah menekankan pada peningkatan pelayanan, nilai, dan kualitas, termasuk kemudahan bagi konsumen. Menurut laporan US News and World Report, 69% pelanggan berpindah perusahaan karena pelayanan yang kurang baik, sementara produk, harga, dan lokasi masing-masing menempati 12%, 10%, dan 9%. Konsep pelayanan yang baik sudah diterapkan oleh Rasulullah SAW sejak empat belas abad silam, menempatkan pelanggan sebagai raja.

Konsep pemasaran syariah juga menjunjung tinggi nilai kejujuran, terutama dalam hal promosi. Aspek yang ditekankan antara lain penampilan yang menawan, membangun hubungan positif dengan konsumen, mengutamakan keberkahan, memahami keberadaan konsumen, menciptakan kepercayaan, memberikan pelayanan maksimal, membangun komunikasi yang baik, menjaga hubungan baik, menghormati segala permasalahan terkait produk, pasar, maupun pelanggan, menciptakan nuansa komunitas, senantiasa berintegrasi, serta menawarkan berbagai pilihan kepada konsumen.

Prinsip-prinsip strategi pemasaran syariah ini semakin berkembang pesat dan mendapatkan pengakuan dari kalangan akademisi pada abad ke-20. Dalam era modern, prinsip-prinsip tersebut dikenal sebagai cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.² Pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam usaha, tidak hanya sebagai fungsi dalam perusahaan, tetapi juga sebagai cara untuk menjalankan pasar secara kreatif dan inovatif guna meningkatkan penjualan.

Seorang pedagang muslim seharusnya berdagang dengan jujur dan adil sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, hal ini belum sepenuhnya dilakukan oleh pemilik usaha karena kurangnya pengetahuan. Aspek penting dalam usaha untuk mencapai kesuksesan adalah strategi pemasaran. Pemilik usaha perlu meningkatkan dan mempertahankan penjualan produk atau jasa mereka dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan strategi yang baik, posisi perusahaan di pasar dapat ditingkatkan dan dipertahankan. Perusahaan harus memberikan

² Mujib Abdul, *Manajemen Pemasaran Syariah*, Hal 16-17. UM Surabaya Publishing, Surabaya, 2018. Hal 16-17

gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang mereka lakukan untuk memaksimalkan peluang di beberapa pasar sasaran.

Syariah, secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti jalan menuju sumber kehidupan, secara terminologi berarti jalan yang ditetapkan Tuhan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.³ Marketing syariah adalah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari produsen atau perusahaan kepada konsumen sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Pelayanan dalam konteks ini adalah tindakan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan keramahan dan memenuhi kebutuhan mereka, baik produk maupun jasa.⁴

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris, yang juga dikenal sebagai penelitian hukum sosiologis atau penelitian lapangan. Metode ini mengkaji kehidupan masyarakat dengan tujuan memahami dan menemukan fakta-fakta yang relevan.⁵ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keadaan nyata yang terjadi di tengah masyarakat. Dalam penelitian ini, data primer dari lapangan sangat diperlukan untuk analisis, yang kemudian akan dipadukan dengan bahan-bahan hukum (data sekunder) serta data primer yang diperoleh di lapangan.

Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan oleh peneliti bersama pemilik usaha, karyawan dan konsumen di Jasa Pencucian Pakaian Safira Laundry. Pengumpulan data dilaksanakan pada tanggal 25 April 2024 di Safira Laundry yang berlokasi di desa Kayen, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang.

Teknik analisis data menggunakan dua metode analisis, yaitu Induktif dan Deskriptif. Metode Induktif adalah suatu pendekatan yang secara sistematis, faktual, dan akurat menguraikan atau menggambarkan fakta-fakta, karakteristik populasi, serta interaksi di antara elemen-elemen yang sedang diselidiki⁶. Metode Deskriptif adalah cara untuk menggambarkan kondisi suatu subyek, seperti individu, lembaga, masyarakat, dan entitas lainnya⁷. Metode pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan Konseptual. Pendekatan Konseptual adalah

³ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, Bandung, PT Mizan Pustaka, 2006, 27.

⁴ *Ibid*, 89.

⁵ Hafni Syafrida, *Metodologi Penelitian*, Jogjakarta: KBM INDONESIA, 2021, 6.

⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 28.

⁷ Sokhi Huda, *Kajian Praktis Proposal Penelitian Aneka Pendekatan*, (Surabaya: IMTIYAZ, 2015), 291.

pendekatan yang beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum⁸.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Safira Laundry Di Desa Kayen Kecamatan Diwek Jombang.

Terkait dengan manajemen safira laundry dibawa pengawasan bapak Budi Al Ashad langsung, kesucian itu alhamdulillah juga sampai saat ini terjaga jadi cara-cara mencuci dengan baik, sesuai dengan anjuran dari Fiqih, anjuran dari syariat itu tetap dikedepankan dan diutamakan oleh pengelola Safira *laundry*.

Jadi kalau ada cucian yakni cucian itu dimasukkan kedalam mesin cuci, kemudian dikucur air atau dialiri air dari kran sampai betul-betul banyak airnya, setelah dirasa banyak dan mencukupi baru di puter atau di giling mungkin 6 menit minimal atau maksimal 10 menit. Kemudian airnya dibuang setelah itu dikasih air lagi, jadi proses yang pertama tadi tidak boleh dikasih sabun jadi seperti itu adalah proses penyucian tanpa adanya *detergen* apapun harus murni pakai air. Setelah itu dikasih air yang kedua sudah posisi dikatakan suci baru setelah itu dikasih *detergen* sabun dan sebagainya, setelah itu dibilas pembilasannya antara dua sampai tiga kali. Sebelum dimasukkan mesin cuci itu ada beberapa pakaian yang sekiranya pakaian-pakaian yang berwarna putih dan itu yang ada dikerahnya biasanya ada semacam kotoran yang agak padat atau di lengan tangan, kemudian disikat dulu sama petugasnya kemudian kalau sudah bersih kemudian dimasukkan mesin cuci. jadi sebelum dimasukkan ke mesin cuci secara keseluruhan memang dipilih dulu ada beberapa pakaian yang disikat dihilangkan yang ada dipakaian itu seperti noda-noda membandel jadi seperti itu.⁹

Perspektif *Marketing* Syari'ah Terhadap Manajemen Safira *Laundry* Di Desa Kayen Kecamatan Diwek

Jadi untuk di Safira *laundry* sendiri, yakni bapak Budi Al Ashad M.Sy. Menjadi pengelola utama artinya beliau penanggung jawabnya semua dibawa pengawasan beliau. Mulai dari cara mencuci, menyetrika, dan mengeringkan dan sebagainya. Sedangkan ada slogan dari Safira *laundry* semacam bersih, suci, dan wangi, jadi kami tetap mengutamakan kesucian karena ini memang adalah pakaian dari warga sekitar. Yang memang digunakan aktivitas sehari-hari untuk ibadah maupun kejadian juga sekolah, kalau gak suci berarti yang berdosa nanti otomatis beliau selaku pemilik *laundry*-nya seperti itu.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, Penelitian hukum, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 128

⁹ Wawancara dengan Bapak Budi Al Ashad M.Sy. selaku pemilik Safira laundry, Tanggal 17 Maret 2024.

Terkait dengan kesucian itu alhamdulillah juga sampai saat ini terjaga jadi cara-cara mencuci dengan baik, sesuai dengan anjuran dari Fiqih, anjuran dari syariat itu tetap dikedepankan dan diutamakan oleh pengelola Safira *laundry*. Jadi kalau ada cucian yakni cucian itu dimasukkan kedalam mesin cuci, kemudian dikucur air atau dialiri air dari kran sampai betul-betul banyak airnya, setelah dirasa banyak dan mencukupi baru di puter atau di giling mungkin 6 menit minimal atau maksimal 10 menit. Kemudian airnya dibuang setelah itu dikasih air lagi, jadi proses yang pertama tadi tidak boleh dikasih sabun jadi seperti itu adalah proses penyucian tanpa adanya *detergen* apapun harus murni pakai air.

Setelah itu dikasih air yang kedua sudah posisi dikatakan suci baru setelah itu dikasih *detergen* sabun dan sebagainya, setelah itu dibilas pembilasannya antara dua sampai tiga kali. Sebelum dimasukkan mesin cuci itu ada beberapa pakaian yang sekiranya pakaian-pakaian yang berwarna putih dan itu yang ada dikerahnya biasanya ada semacam kotoran yang agak padat atau di lengan tangan, kemudian disikat dulu sama petugasnya kemudian kalau sudah bersih kemudian dimasukkan mesin cuci. jadi sebelum dimasukkan ke mesin cuci secara keseluruhan memang dipilih dulu ada beberapa pakaian yang disikat dihilangkan yang ada dipakaian itu seperti noda-noda membandel jadi seperti itu.¹⁰

Untuk perihal prinsip *Marketing* bersih yang jadi poin utama bagi karyawan Safira *laundry* yakni sering terjadinya lupa dikarenakan 1 mesin cuci di masukkan 3 buntel sarung dan juga mempengaruhi target waktu untuk menyelesaikan apabila *laundry*nya banyak, dan faktor usia juga bisa dikarenakan bu sri dan bu mul diperkirakan usianya 50 tahun jadi mempengaruhi pengelihan beliau, dan terjadi ketidaksengajaan oleh karyawan Safira *laundry* ketika mencuci pakaian putih yang masih ada nodanya. dikarenakan perpotong pakaian akan tetapi dari pihak manajemen dan karyawan tetap berusaha sebaik mungkin guna customer Safira *laundry* merasa puas atas kinerja Safira *laundry*.¹¹ pelayanan yang ramah

Mengenai prinsip suci. Untuk proses pencucian pakaian kotor di Safira *laundry* sangat terjamin kesuciannya dikarenakan semua karywan menerapkan SOP cara mencuci yang baik di Safira *laundry* yakni.

1. Pakaian kotor dimasukkan mesin lalu di guyur air hingga penuh terus diputar 15 menit tanpa menggunakan sabun habis itu di kuras sampai habis.

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Budi Al Ashad M.Sy. selaku pemilik Safira *laundry*, Tanggal 17 Maret 2024.

¹¹ Wawancara dengan Bu Sri dan Bu Mul selaku karyawan Safira *laundry*, Tanggal 15 Maret 2024.

2. Proses selanjutnya yakni di isi air baru lagi sampai kadar ukuran mesin cuci yang tadi lalu di kasih sabun *laundry* tentunya yang terbaik sabunya terus di putar lagi ditunggu sampai 15 menit sampai benar-benar mesinnya berhenti setelah berhenti maka air di kuras sampai betul-betul habis.
3. Di isi air baru lagi sampai ukuran yang di butuhkan setelah itu di putar mesinnya 10 menit lalu tunggu sampai selesai.

Untuk wangi di Safira *laundry*. Sangat mengutamakan kewangian pakaian yang di cuci di Safira *laundry* dalam hal ini menerapkan yakni ketika pakaian yang habis dikeringkan hendak di jemur dibawah terik matahari secara langsung, juga namun Safira *laundry* sendiri memiliki setrika uap yang digunakan untuk menyetrika jadi tidak ada masalah dalam hal pengeringan pakaian dikarenakan pakaian-pakaian yang kurang kering bisa disetrika uap dan bisa menjadi kering seperti sedia kala.

Mengenai suci *insyaallah* pakaian santri yang dicuci di Safira *laundry* suci semua karena Safira *laundry* sendiri baik dari pengelola maupun karyawan sangat memperhatikan dalam hal ini, belum juga petugasnya begitu sampai di tempat pengambilan *laundry* baik bersih maupun *laundry* kotor, karyawan Safira *laundry* sendiri memberikan pelayanan yang sangat bagus berupa pengantaran *laundry* bersih mulai dari terminal hingga di depan kamar para konsumen.¹² Untuk wangi agak sedikit berkurang mungkin dikarenakan beberapa faktor yakni akhir-akhir ini sering musim hujan hingga menghambat pengeringan *laundry* dibawa terik matahari secara langsung.¹³ Mohon maaf untuk bersih saya rasa *insyaallah* bersih semua pakaian yang dicuci di Safira *laundry*, akan tetapi ada beberapa hal yang ingin saya sampaikan mengenai baju putih ataupun baju yang cerah warnanya terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian berupa, lengan dan di kera kurang sedikit bersih.¹⁴ Sedikit kurang puas dikarenakan ada beberapa baju yang warnanya cerah dan tidak hanya pakaian putih saja yang masih ada noda membandel seperti bekas saus makanan.¹⁵ Menceritakan masalah berulang kali.¹⁶ Lama dalam melakukan follow up pelanggan.¹⁷

Analisis Manajemen Safira laundry Di Desa Kayen Kecamatan Diwek

Jadi di untuk di Safira *laundry* sendiri, yakni bapak Budi Al Ashad M.Sy. Menjadi pengelola utama artinya beliau penanggung jawabnya semua dibawa pengawasan beliau. Mulai

¹² Wawancara Wahyu ramadhan, selaku konsumen Safira laundry. 18 Maret 2024

¹³ Wawancara Zikri Arfansyah, selaku konsumen Safira laundry. 18 Maret 2024.

¹⁴ Wawancara Albani, selaku konsumen Safira laundry. 18 Maret 2024.

¹⁵ Wawancara Aidi,l selaku konsumen Safira laundry. 27 Mei 2024.

¹⁶ Wawancara Huda, selaku konsumen Safira laundry. 27 Mei 2024.

¹⁷ Wawancara Riski, selaku konsumen Safira laundry. 27 Mei 2024.

dari cara mencuci, menyetrika, dan mengeringkan dan sebagainya. Sedangkan ada slogan dari Safira *laundry* semacam bersih, suci, dan wangi, jadi kami tetap mengutamakan kesucian karena ini memang adalah pakaian dari santri-santri Madrasatul Qur'an. Yang memang digunakan aktifitas sehari-hari untuk ibadah, kalau gak suci berarti yang berdosa nanti otomatis beliau selaku pemilik *laundry*-nya seperti itu.

Terkait dengan kesucian itu alhamdulillah juga sampai saat ini terjaga jadi cara-cara mencuci dengan baik, sesuai dengan anjuran dari Fiqih, anjuran dari syariat itu tetap dikedepankan dan diutamakan oleh pengelola Safira *laundry*.

Jadi kalau ada cucian yakni cucian itu dimasukkan kedalam mesin cuci, kemudian dikucur air atau dialiri air dari kran sampai betul-betul banyak airnya, setelah dirasa banyak dan mencukupi baru di puter atau di giling mungkin 6 menit minimal atau maksimal 10 menit. Kemudian airnya dibuang setelah itu dikasih air lagi, jadi proses yang pertama tadi tidak boleh dikasih sabun jadi seperti itu adalah proses penyucian tanpa adanya *detergen* apapun harus murni pakai air. Setelah itu dikasih air yang kedua sudah posisi dikatakan suci baru setelah itu dikasih *detergen* sabun dan sebagainya, setelah itu dibilas pembilasannya antara dua sampai tiga kali. Sebelum dimasukkan mesin cuci itu ada beberapa pakaian yang sekiranya pakaian-pakaian yang berwarna putih dan itu yang ada dikerahnya biasanya ada semacam kotoran yang agak padat atau di lengan tangan, kemudian disikat dulu sama petugasnya kemudian kalau sudah bersih kemudian dimasukkan mesin cuci. jadi sebelum dimasukkan ke mesin cuci secara keseluruhan memang dipilih dulu ada beberapa pakaian yang disikat dihilangkan yang ada dipakaian itu seperti noda-noda membandel jadi seperti itu.¹⁸ Untuk perihal prinsip *Marketing* bersih yang jadi poin utama bagi karyawan Safira *laundry* yakni sering terjadinya lupa dikarenakan 1 mesin cuci di masukkan 3 buntel sarung dan juga mempengaruhi target waktu untuk menyelesaikan apabila *laundry*-nya banyak, dan faktor usia juga bisa dikarenakan bu sri dan bu mul diperkirakan usianya 50 tahun jadi mempengaruhi pengelihatannya beliau dan sering terjadi ketidak sengajaan oleh karyawan Safira *laundry* ketika mencuci pakaian putih atau pakaian cerah masih ada nodanya.¹⁹

Dikarenakan perpotong pakaian akan tetapi dari pihak manajemen dan karyawan tetap berusaha sebaik mungkin guna customer Safira *laundry* merasa puas atas kinerja Safira *laundry*.

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Budi Al Ashad M.Sy. selaku pemilik Safira laundry, Tanggal 17 Maret 2024.

¹⁹ Wawancara Bu Sri, Selaku karyawan Safira laundry. 27 Mei 2024.

Analisis Pembahasan Manajemen Safira Laundry Di Desa Kayen Kecamatan Diwek Perspektif *Marketing Syari'ah*

Dalam Marketing Syari'ah sendiri merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang produsen atau perusahaan atau perorangan kepada orang lain dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip bisnis dalam Islam.²⁰

- Prinsip *Marketing Syari'ah*

Dalam *Marketing Syari'ah* ini mengandung 3 (tiga) prinsip manajemen *syariah* sebagai berikut:

a. Keadilan

Keadilan adalah prinsip fundamental dalam ideologi Islam. Al-Qur'an menginstruksikan umatnya untuk membuat keputusan berdasarkan kesetaraan, integritas, dan keterbukaan. Oleh karena itu, keadilan menjadi ideal yang diterapkan dalam hubungan antar manusia. Al-Qur'an menggunakan kata 'adl dan qist untuk menjelaskan konsep keadilan, yang mencakup makna distribusi yang merata, termasuk distribusi materi. Keadilan dalam Al-Qur'an juga berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya.

b. Amanah dan Pertanggung jawaban

Dalam hal amanah dan pertanggung jawaban, Islam menggariskan dalam firman-Nya berikut ini:

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَلَسُئِلَ عَنْ مَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan jika Allah menghendaki niscaya Dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Dia menyesatkan siapa yang Dia kehendaki dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Tetapi kamu pasti akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan.”²¹

Hal ini jelas bahwa amanah berkaitan dengan kewajiban-kewajiban yang menjadi tanggung jawab kita, baik secara individu maupun organisasi.

c. Komunikatif

Setiap tindakan manusia selalu melibatkan komunikasi. Dalam manajemen, komunikasi merupakan faktor penting untuk mengimplementasikan kebijakan atau

²⁰ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,. hlm. 22-27.

²¹Departemen Agama, Al-Qur'an Terjemah, (Bandung: Lubuk Agung), An-Nahl (16), 93.

keputusan, yang mendukung pelaksanaan manajerial guna mencapai tujuan yang diharapkan. Prinsip pemasaran syariah yang meliputi kebersihan, kesucian, dan keharuman telah diterapkan dengan baik oleh Safira Laundry. Namun, terkadang masih ada pakaian yang sedikit kotor. Hal ini bisa disebabkan oleh dua kemungkinan: konsumen mungkin sengaja mengenakan pakaian tersebut lebih lama dari biasanya, misalnya dua minggu dibandingkan dua hari, sehingga menyebabkan kotoran.

Di bagian tertentu seperti di lengan maupun di kerah pakaian tersebut ada beberapa faktor juga mengenai konsumen Safira laundry, mungkin pakaian yang kotor tadi bisa saja terkena tinta sepidol atau *ballpoint* sehingga menyulitkan bagi karyawan Safira laundry. Mengenai harga saya rasa juga tidak begitu mahal karena harga yang segitu sudah termasuk pelayanan yang plus-plus berupa bersih suci dan wangi.

KESIMPULAN

Penerapan manajemen suatu usaha yang sangat baik dikarenakan dalam hal ini diawasi langsung oleh pemilik usaha dan menjadi perhatian khusus bagi pemilik usaha dalam memantau beberapa karyawan ketika proses mencuci berlangsung dan selalu memberi arahan. Penerapan prinsip *Marketing* Syari'ah yakni bersih suci dan wangi di Safira laundry. Sebenarnya sudah sangat bagus karena dalam hal ini mulai dari proses penyucian baju kotor hingga *finishing* sangat diperhatikan betul oleh pemilik usaha akan tetapi ada beberapa yang menjadi evaluasi bagi karyawan maupun konsumen, yakni mengenai penyucian baju-baju yang cerah agar lebih baik lagi karena bersih suci dan wangi sudah menjadi prinsip perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama, Al-Qur'an Terjemah, (Bandung: Lubuk Agung)
- Adam Muhammad, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung, CV ALVABETA, 2018.
- Hafni Syafrida, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: KBM INDONESIA, 2021)
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,.
- Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, Bandung, PT Mizan Pustaka, 2006.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- Mujib Abdul, *Manajemen Pemasaran Syariah*, Hal 16-17. UM Surabaya Publishing, Surabaya, 2018.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian hukum*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011)
- Sokhi Huda, *Kajian Praktis Proposal Penelitian Aneka Pendekatan*, (Surabaya: IMTIYAZ, 2015)
- Hendi Mustiko, *Pemasaran Syariah: Apa Yang Berbeda Dengan Model Konvensional*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN, 2017.