

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA ISLAM PADA LAYANAN PERAWATAN WAJAH DI SALON MUSLIMAH RUMAH CANTIK SEHAT MUSLIMAH MALANG**

**Intan Nisfan Naharo**

Program Studi S1-Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

[intan.20029@mhs.unesa.ac.id](mailto:intan.20029@mhs.unesa.ac.id)

**Mutimmatul Faidah, Octaverina Kecvara Pritasari, Dindy Sinta Megasari**

Program Studi S1-Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

[mutimmatulfaidah@unesa.ac.id](mailto:mutimmatulfaidah@unesa.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kebutuhan wanita Muslim akan tempat perawatan kecantikan yang sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika Islam pada layanan perawatan wajah di Salon Muslimah Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Malang, termasuk fasilitas yang mendukung penerapan etika Islam, serta respon konsumen terhadap layanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengetahui penerapan etika islam dalam layanan perawatan wajah di salon RCSM Malang, (2) Mengetahui fasilitas salon dalam mendukung penerpaan etika islam di salon RCSM malang, (3) Mengetahui respon konsumen terhadap layanan dan fasilitas di salon RCSM Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan di Salon RCSM Malang dengan subjek penelitian berupa pemilik, karyawan, dan konsumen. Data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi, dengan instrumen berupa panduan observasi, angket, dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian adalah : (1) Salon RCSM telah menerapkan prinsip etika Islam seperti ihsan (optimalisme), itqan (ketelitian), kejujuran, dan keadilan, (2) Fasilitas pendukung meliputi ruang eksklusif untuk wanita, produk bersertifikasi halal, dan ruang ibadah. (3) Mayoritas konsumen memberikan respon positif terhadap pelayanan, meskipun terdapat beberapa aspek yang memerlukan peningkatan, seperti konsistensi waktu layanan dan transparansi durasi pengerjaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penerapan etika Islam di Salon RCSM telah berhasil menciptakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai pelanggan Muslimah. Saran yang diberikan meliputi peningkatan pelatihan karyawan, transparansi waktu layanan, dan pengembangan produk serta fasilitas untuk mempertahankan daya saing dan kualitas layanan.

**Kata Kunci:** Etika Islam, Salon Muslimah, Perawatan Wajah, RCSM Malang, Layanan Syariah

**Abstract**

*This study is motivated by the need of Muslim women for beauty care places that comply with Islamic principles. It aims to analyze the implementation of Islamic ethics in facial care services at Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Salon in Malang, including the facilities supporting the application of Islamic ethics and consumer responses to the services provided. The research objectives are: (1) To understand the implementation of Islamic ethics in facial care services at RCSM Salon Malang, (2) To identify salon facilities that support the application of Islamic ethics at RCSM Salon Malang, (3) To assess consumer responses to the services and facilities at RCSM Salon Malang. The research employs a qualitative descriptive method. It was conducted at RCSM Salon Malang with research subjects including the owner, employees, and customers. Data was collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation, with instruments such as observation guidelines, questionnaires, and interview guides. Data analysis was performed using techniques of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The research findings are: (1) RCSM Salon has implemented Islamic ethical principles such as ihsan (optimalism), itqan (precision), honesty, and fairness. (2) Supporting facilities include exclusive spaces for women, halal-certified products, and prayer rooms. (3) Most consumers provided positive feedback on the services, although certain aspects, such as consistency in service time and transparency in service duration, need improvement. The conclusion of this study is that the application of Islamic ethics at RCSM Salon has successfully created services that meet the needs and values of Muslim women customers. Recommendations include enhancing employee training, ensuring service time transparency, and developing products and facilities to maintain competitiveness and service quality.*

**Keywords:** Islamic Ethics, Muslimah Salon, Facial Care, RCSM Malang, Sharia Services

## PENDAHULUAN

Industri kecantikan merupakan salah satu sektor bisnis yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan serta penampilan menjadi faktor pendorong utama pertumbuhan ini. Di antara berbagai bentuk usaha di industri kecantikan, salon menjadi salah satu yang paling diminati, terutama oleh kaum wanita. Namun, kebutuhan khusus dari konsumen wanita Muslim, yang menginginkan kenyamanan dan privasi saat melakukan perawatan diri, telah mendorong munculnya konsep salon Muslimah.

Salon Muslimah adalah bentuk inovasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen wanita Muslim dengan memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Dalam Islam, mempercantik dan merawat diri diperbolehkan selama sesuai dengan nilai-nilai agama. Hadist Riwayat Muslim dari sahabat Abdullah bin Mas'ud menyatakan, "Sesungguhnya Allah Maha Indah dan mencintai keindahan" (HR. Muslim). Oleh karena itu, wanita Muslim dianjurkan menjaga kebersihan dan keindahan tubuhnya, terutama untuk menjaga keharmonisan rumah tangga. Namun, dalam memilih layanan kecantikan, penting bagi mereka memastikan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan aman, halal, dan sesuai dengan syariat Islam.

Etika dalam islam memiliki nilai-nilai yang dapat diimplementasikan dalam suatu bisnis yang dapat mendorong perkembangan dan kesuksesan suatu bisnis atau usaha. Menurut Muhammad Djakfar (2012), etika bisnis Islam adalah prinsip moral dan nilai yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, yang menjadi pedoman perilaku dalam berbisnis untuk mencari rida Allah SWT. Bisnis yang berlandaskan etika Islam tidak hanya bertujuan mencari keuntungan semata, tetapi juga memastikan keberkahan dalam setiap aktivitasnya. Penelitian sebelumnya mendukung pentingnya penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis jasa. Umar (2017) menemukan bahwa penerapan prinsip-prinsip Islami, seperti keramahan dan kejujuran, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, Basyirudin et al. (2021) menegaskan bahwa penerapan etika Islam dalam salon kecantikan mampu menarik perhatian pelanggan dengan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka. Penelitian Isnaini (2022) juga menunjukkan bahwa Islamic branding yang mengutamakan nilai halal dan maslahat mampu menjadi daya tarik unik dalam bisnis layanan.

Salah satu salon Muslimah yang menarik perhatian adalah Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) di Kota Malang. Salon ini dikenal sebagai contoh bisnis yang

menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam secara konsisten dalam setiap layanan yang diberikan, termasuk pada perawatan wajah yang menjadi layanan unggulannya. Penerapan nilai-nilai seperti ihsan (optimalisme), itqan (ketelitian), dan kejujuran dalam layanan perawatan wajah menjadikan RCSM sebagai model ideal bagi bisnis lain. Selain itu, fasilitas salon yang eksklusif bagi wanita juga mendukung kenyamanan dan privasi pelanggan.

Namun, penerapan etika Islam di sektor jasa kecantikan masih menghadapi tantangan, seperti kurangnya pemahaman dan konsistensi dalam penerapan nilai-nilai Islam oleh pelaku bisnis. Beberapa pelaku usaha cenderung hanya menggunakan label "Islam" sebagai strategi pemasaran tanpa benar-benar memahami esensi nilai-nilai tersebut. Selain itu, persepsi masyarakat terhadap harga layanan di salon Muslimah yang dianggap lebih tinggi dibandingkan salon umum juga menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji penerapan nilai-nilai Islam di sektor ini agar dapat memberikan solusi atas permasalahan tersebut.

Etika berasal dari kata Yunani "ehtos" yang berarti adat istiadat. Dalam Islam, etika dikenal sebagai akhlak, yang mencakup hubungan antara manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan lingkungan. Etika Islam bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, serta mengacu pada prinsip-prinsip keadilan, kemaslahatan, dan kesederhanaan. Misalnya, dalam QS. Al-Baqarah: 2-3, disebutkan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam adalah implementasi nilai-nilai Islam dalam kegiatan bisnis. Prinsip-prinsip ini mencakup:

1. Keadilan: Tidak boleh ada eksploitasi dalam hubungan bisnis.
2. Kejujuran: Informasi yang diberikan kepada pelanggan harus transparan dan tidak menyesatkan.
3. Kemaslahatan: Segala tindakan bisnis harus membawa manfaat bagi semua pihak.

Kotler & Armstrong (2001) menjelaskan bahwa penerapan etika dalam bisnis mencakup kejujuran kepada pelanggan, kepatuhan terhadap hukum, dan tanggung jawab sosial. Prinsip ini sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan pada keadilan dan kemaslahatan.

Pelayanan adalah upaya memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas. Dalam Islam, pelayanan tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan material, tetapi juga memberikan nilai spiritual kepada pelanggan. Rasulullah SAW mengajarkan pentingnya memberikan pelayanan terbaik, sebagaimana hadis yang menyatakan, "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya" (HR. Ahmad).

Indikator Pelayanan Prima Pelayanan prima mencakup beberapa indikator:

1. Kecepatan: Respon cepat terhadap kebutuhan pelanggan.
2. Ketepatan: Memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan.
3. Empati: Memahami dan menghargai perasaan pelanggan.
4. Konsistensi: Memberikan layanan yang sama baiknya secara berkelanjutan.

Dalam industri perawatan kulit wajah, pelayanan prima diwujudkan melalui konsultasi yang mendalam, penyediaan produk berkualitas, dan pendekatan yang ramah.

Fasilitas adalah sarana yang mendukung kenyamanan pelanggan. Dalam Islam, penyediaan fasilitas yang layak merupakan bagian dari tanggung jawab bisnis. Misalnya, ruang perawatan harus bersih dan nyaman, serta memisahkan fasilitas untuk laki-laki dan perempuan sesuai dengan syariat Islam. Hal ini menunjukkan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perawatan kulit wajah merupakan bagian dari kebutuhan modern yang banyak diminati oleh masyarakat. Dalam bisnis Islami, perawatan kulit tidak hanya berfokus pada hasil, tetapi juga pada proses yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Produk yang digunakan harus halal, aman, dan tidak merusak lingkungan. Selain itu, pelayanan yang diberikan harus mengedepankan keramahan, profesionalisme, dan empati.

Etika bisnis Islam memberikan panduan yang jelas dalam menjalankan bisnis, terutama dalam industri perawatan kulit wajah. Prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan dapat diterapkan dalam pelayanan dan penyediaan fasilitas. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam, bisnis tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun keberlanjutan yang lebih baik. Implementasi etika bisnis Islam menjadi langkah strategis untuk menciptakan bisnis yang kompetitif sekaligus bernilai spiritual.

Penelitian ini penting untuk menganalisis bagaimana etika bisnis Islam diimplementasikan dalam layanan perawatan wajah di RCSM Malang, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami peran fasilitas salon dalam mendukung penerapan etika Islam, sehingga menciptakan kenyamanan dan privasi maksimal bagi pelanggan. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan tantangan yang dihadapi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha salon Muslimah untuk meningkatkan kualitas layanan mereka.

Penelitian ini didasarkan pada konsep etika Islam yang menekankan nilai-nilai seperti ihsan, itqan, kejujuran, dan keadilan (Alma & Priansa, 2016). Kajian teoritik menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menciptakan loyalitas. Selain itu, prinsip hemat dalam pengelolaan sumber daya juga menjadi elemen penting dalam menciptakan efisiensi operasional yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Dalam konteks layanan perawatan wajah, penerapan konsep-konsep ini dapat dilihat dari penggunaan produk halal, transparansi harga, dan komunikasi yang ramah kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada studi etika bisnis Islam, khususnya dalam konteks layanan kecantikan. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis salon Muslimah dalam meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Dengan demikian, penelitian ini juga berpotensi memberikan dampak positif bagi perkembangan industri kecantikan secara keseluruhan, khususnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslimah yang terus berkembang. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi akademisi dan praktisi bisnis untuk mengembangkan strategi pelayanan berbasis nilai-nilai religius yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Analisis mendalam terhadap preferensi pelanggan Muslimah menunjukkan bahwa aspek kenyamanan dan privasi sering menjadi prioritas utama dalam memilih layanan kecantikan. Hal ini diperkuat dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa pelanggan lebih memilih salon yang menawarkan lingkungan eksklusif untuk wanita, seperti yang diterapkan di RCSM. Dengan pendekatan yang holistik, penelitian ini akan memberikan rekomendasi konkret bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperluas daya tarik mereka di pasar yang terus berkembang ini.

## METODE

Penelitian ini berjudul "Penerapan Etika Islam Pada Layanan Perawatan Wajah di Salon Muslimah RCSM Malang", yang bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan etika Islam dalam layanan perawatan wajah di salon tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Menurut Sugiyono (2019, hal. 18), metode penelitian kualitatif berlandaskan filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Menurut Nazir (2014, hal. 43), metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan fenomena melalui deskripsi dalam bentuk narasi, sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Penelitian ini akan mendeskripsikan penerapan etika Islam dalam layanan perawatan wajah di Salon Muslimah RCSM Malang.

Lokasi penelitian ini adalah RCSM Salon dan Spa, yang beralamat di Jalan Danau Sentani Raya C4 E35 Kav.B, Sawojajar, Malang. Subjek penelitian adalah orang-orang yang menjadi fokus dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Owner salon.
2. Beautician (penata kecantikan).
3. Konsumen yang mendapatkan layanan perawatan wajah di Salon Muslimah RCSM Malang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

1. Observasi: Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas layanan di salon.
2. Wawancara: Dialog mendalam dilakukan dengan owner, beautician, dan konsumen.
3. Angket: Peneliti menyebarkan angket untuk mengukur kepuasan konsumen.
4. Dokumentasi: Pengumpulan dokumen, foto, dan catatan pendukung lainnya untuk melengkapi data penelitian.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari:

1. Reduksi Data: Menyaring data relevan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.
2. Penyajian Data: Menyusun data dalam bentuk narasi deskriptif.
3. Penarikan Kesimpulan: Menemukan pola dan hubungan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi, yang mencakup:

1. Triangulasi Sumber: Membandingkan informasi dari berbagai narasumber.
2. Triangulasi Teknik: Menggunakan berbagai metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Triangulasi Waktu: Melakukan pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi.

Instrumen yang digunakan mencakup pedoman observasi, wawancara, dan angket.

1. Observasi  
Meliputi pengamatan langsung terhadap proses layanan perawatan wajah, interaksi beautician dengan pelanggan, dan fasilitas salon.

2. Wawancara  
Wawancara dilakukan secara langsung dengan owner dan beautician. Beberapa pertanyaan yang diajukan mencakup sejarah salon, penerapan etika Islam, SOP layanan, dan prosedur perawatan wajah.
3. Angket  
Angket disebar untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan dan fasilitas salon.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Etika Islam dalam Layanan Perawatan Wajah di Salon RCSM Malang

Salon Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Malang adalah salon yang berfokus pada perawatan kecantikan Muslimah dengan menerapkan prinsip syariat Islam. Berdiri sejak 2018, RCSM mengutamakan kenyamanan, privasi, dan etika Islami dalam layanannya. Semua staf adalah perempuan, dan ruang perawatan dirancang khusus untuk pelanggan wanita.

Layanan yang ditawarkan meliputi perawatan wajah (facial, totok wajah) dan tubuh (pijat refleksi, lulur, spa), menggunakan bahan alami, aman, dan halal. RCSM memiliki visi menjadi salon Muslimah terbaik di Indonesia dengan misi menciptakan komunitas bisnis Muslimah yang produktif.

#### 1. Etika Penyambutan dan Keramahan

RCSM menerapkan konsep *ihsan* dengan menyambut pelanggan menggunakan salam, senyum, dan sapaan hangat. SOP ini menciptakan suasana nyaman dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Sikap ramah para staf menunjukkan penghormatan terhadap tamu sesuai nilai Islami.

#### 2. Penggunaan Produk Halal dan BPOM

Produk yang digunakan telah bersertifikat halal dan BPOM, memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Manajemen melakukan pengecekan berkala untuk memastikan keamanan produk, termasuk tanggal kadaluarsa dan kondisi steril.

#### 3. Menjaga Privasi dan Kenyamanan Pelanggan

Privasi pelanggan menjadi prioritas utama. Area perawatan dibatasi akses laki-laki, tanpa CCTV, dan SOP berpakaian mendukung kenyamanan pelanggan berhijab. Suasana salon dijaga tenang tanpa gangguan, memastikan pengalaman perawatan yang menyenangkan.

#### 4. Efisiensi Pelayanan

Sistem reservasi membantu efisiensi waktu, menghindari antrean, dan menghargai waktu pelanggan. Harga yang kompetitif disesuaikan

dengan kebutuhan pelanggan tanpa mengurangi kualitas layanan.

**5. Transparansi Layanan**

RCSM mengedepankan transparansi biaya dan prosedur. Sebelum perawatan, pelanggan mendapatkan penjelasan lengkap terkait layanan dan biaya. Pendekatan ini membangun kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

**6. Penutup Layanan dengan Syukur**

Setiap layanan diakhiri dengan ajakan bersyukur dan edukasi pasca-perawatan untuk menjaga hasil optimal. RCSM juga membuka ruang bagi pelanggan memberikan feedback guna peningkatan layanan di masa depan.

Melalui penerapan etika Islam seperti *ihsan*, *itqan*, dan transparansi, RCSM berhasil menghadirkan layanan kecantikan yang tidak hanya profesional, tetapi juga selaras dengan prinsip Islami.

Tabel 1. Ringkasan Data 5 Konsep Etika Islam yang di Terapkan di Salon RCSM Malang

| No | Etika                             | Pelayanan  | Keterangan   |
|----|-----------------------------------|--|--|
| 1. | Ihsan (Optimalisme)               | Beautician menyambut pelanggan dengan salam, dan keramahan.                    | Aktivitas telah diterapkan namun belum konsisten karena terkadang beautician tidak mengajak pelanggan secara bersama-sama mengucapkan basmalah dan alhamdulillah |
| 2. | Itqan (Ketelitian)                | Alat-alat perawatan disterilkan sebelum dan sesudah digunakan.                 | aktivitas telah diterapkan secara konsisten  |
| 3. | Hemat (Efisiensi Waktu dan Biaya) | Salon menerapkan sistem reservasi untuk menghindari waktu tunggu yang lama.    | Aktivitas telah diterapkan namun belum konsisten karena terkadang pelanggan tidak diberi tahu berapa lama durasi menunggu dan lama pengerjaan                    |
| 4. | Kejujuran dan Keadilan            | Informasi harga layanan dijelaskan kepada pelanggan sebelum perawatan dimulai. | aktivitas di atas telah diterapkan secara konsisten  |
| 5. | Kerja Keras                       | Beautician bekerja sesuai SOP dengan dedikasi                                  | aktivitas di atas telah diterapkan secara konsisten  |

| No | Etika | Pelayanan                       | Keterangan |
|----|-------|---------------------------------|------------|
|    |       | untuk menjaga kualitas layanan. |            |

**Fasilitas di Salon RCSM yang Mendukung Konsep Etika Islam**

Salon RCSM Malang menyediakan fasilitas yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Muslim, mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai etika Islam. Fasilitas ini tidak hanya memberikan kenyamanan tetapi juga memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap prinsip-prinsip Islami yang diterapkan dalam operasional salon.

1. Ruang Ibadah: Ruang shalat yang nyaman disediakan untuk pelanggan dan staf, menunjukkan komitmen terhadap nilai spiritual. Fasilitas ini memungkinkan pelanggan melaksanakan ibadah tanpa terganggu, memperkuat atmosfer religius di salon.
2. Produk Halal: Seluruh produk yang digunakan bersertifikat halal, memastikan kesesuaian dengan ajaran Islam serta memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan. Proses seleksi produk dilakukan dengan hati-hati untuk menjaga kualitas dan kehalalan.
3. Pemisahan Layanan: Area salon dirancang khusus untuk wanita, dengan larangan akses bagi laki-laki. Kebijakan ini mendukung privasi dan kenyamanan pelanggan wanita, sesuai dengan prinsip kesopanan dan kesucian dalam Islam.
4. Kebersihan dan Kesehatan: Kebersihan dijaga dengan ketat, mencakup pembersihan rutin seluruh area dan sterilisasi peralatan setelah digunakan. Praktik ini mencerminkan kepatuhan pada ajaran Islam yang menekankan pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan.
5. Kedamaian dan Ketenteraman: Suasana salon didesain tenang dan nyaman dengan interior sederhana dan bebas gangguan seperti suara keras. Hal ini menciptakan ruang relaksasi yang kondusif bagi pelanggan.
6. Sistem Pembayaran yang Transparan: Pembayaran dilakukan secara jelas dan adil, tanpa praktik riba, dengan penjelasan biaya yang transparan sebelum layanan diberikan. Pendekatan ini membangun kepercayaan pelanggan terhadap integritas bisnis salon.

Fasilitas-fasilitas ini menunjukkan bagaimana Salon RCSM tidak hanya menyediakan layanan kecantikan tetapi juga menciptakan lingkungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Pendekatan ini menghasilkan pengalaman positif bagi pelanggan

sekaligus mengukuhkan identitas salon sebagai tempat perawatan yang Islami.

Respon konsumen terhadap layanan dan fasilitas di Salon RCSM Malang menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, baik dalam aspek layanan perawatan wajah maupun fasilitas yang disediakan. Berikut adalah rangkuman dan analisis temuan utama:

- 1. Kepuasan terhadap Layanan Perawatan Wajah**  
Mayoritas responden merasa puas, dengan 83,4% menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa layanan sudah memadai. Hal ini menunjukkan bahwa layanan utama salon telah memenuhi ekspektasi pelanggan, meskipun ada 13,3% responden yang netral dan 3,3% yang kurang puas. Faktor seperti penggunaan produk halal (96,7%), keahlian beautician (86,7%), dan keramahan pegawai (93,3%) menjadi keunggulan utama yang mendukung kepuasan pelanggan.
- 2. Aspek Halal Sebagai Daya Saing Utama**  
Produk kosmetika halal yang digunakan mencatat respons positif hampir sempurna, dengan 96,7% menyatakan sangat setuju atau setuju. Ini menegaskan pentingnya faktor halal dalam menarik dan mempertahankan konsumen, terutama di kalangan pelanggan yang sensitif terhadap kehalalan produk.
- 3. Komunikasi dan Informasi Beautician**  
Sebagian besar responden (76,6%) merasa bahwa beautician memberikan informasi yang baik mengenai perawatan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun, 20% yang netral menunjukkan bahwa ada potensi peningkatan dalam penyampaian informasi agar lebih relevan dan spesifik bagi setiap individu.
- 4. Fasilitas Mendukung Kenyamanan Pelanggan**  
Kebersihan, kerapian, dan perhatian terhadap privasi mencatat tingkat kepuasan yang sangat tinggi, dengan masing-masing mencapai lebih dari 93% kepuasan. Ruang ibadah dan area khusus wanita mendapatkan apresiasi sempurna dari responden, menunjukkan kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan pelanggan Muslimah.
- 5. Sistem Reservasi yang Efisien**  
Sebanyak 90% responden menyatakan puas dengan sistem reservasi yang diterapkan, mencerminkan kemudahan dalam proses pemesanan. Namun, ada 10% responden netral, yang mengindikasikan kemungkinan adanya pengalaman teknis atau prosedural yang perlu disempurnakan.
- 6. Aspek Keramahan dan Penanganan Keluhan**  
Keramahan pegawai (96,7%) dan kejelasan informasi (83,3%) menunjukkan bahwa interaksi interpersonal di salon menjadi keunggulan yang

signifikan. Namun, dengan 20% hingga 26,7% responden netral dalam aspek penanganan keluhan, ada ruang untuk meningkatkan pelatihan pegawai agar lebih responsif dan informatif dalam menangani masukan pelanggan.

- 7. Faktor Harga dan Promo**  
Harga yang terjangkau (76,6%) dan penawaran promo (93,3%) menjadi daya tarik tambahan yang meningkatkan nilai layanan bagi pelanggan. Namun, ada 23,3% responden yang netral terhadap harga, menunjukkan bahwa beberapa pelanggan mungkin menganggap harga belum sepenuhnya sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

## Pembahasan

### Penerapan Etika Islam dalam Layanan Perawatan Wajah di Salon RCSM Malang

#### a. Konsep Ihsan (Optimalisme)

Konsep ihsan diimplementasikan dengan memberikan pelayanan terbaik, seperti sambutan ramah, privasi pelanggan, dan komunikasi aktif. Sejalan dengan pandangan Syahrizal (2016), ihsan berarti melakukan pekerjaan dengan baik untuk meraih keridhaan Allah. Praktik ini mencakup menyapa pelanggan dengan senyum dan salam, membaca basmalah sebelum memulai, serta meminta umpan balik setelah layanan selesai.

#### b. Konsep Itqan (Ketelitian)

Prinsip itqan diwujudkan melalui sterilisasi alat dan penggunaan produk halal, mencerminkan ketelitian sebagaimana disampaikan oleh Naimah (2020), bahwa itqan adalah bekerja dengan penuh kesempurnaan. Beautician menjalankan SOP secara sistematis, menunjukkan profesionalisme dan memastikan kualitas layanan.

#### c. Konsep Efisiensi (Hemat Waktu dan Biaya)

Efisiensi diterapkan melalui sistem reservasi untuk mengurangi waktu tunggu. Menurut Al-Ghazali (2010), Islam mendorong penggunaan sumber daya secara bijak dan efektif. Meski demikian, transparansi terkait durasi layanan masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

#### d. Konsep Kejujuran dan Keadilan

Salon menjaga kejujuran dengan memberikan informasi transparan terkait harga dan layanan, serta memperlakukan semua pelanggan secara adil. Hal ini selaras dengan pandangan Rahman (2018), bahwa kejujuran dan keadilan membangun kepercayaan dan menciptakan keberkahan dalam bisnis.

#### e. Konsep Kerja Keras

Beautician menjalankan SOP dengan ramah dan profesional, mencerminkan semangat kerja keras yang dijelaskan oleh Yusuf al-Qaradawi (2015), bahwa usaha sungguh-sungguh adalah bentuk ibadah. Prinsip ini

memperkuat citra salon sebagai penyedia layanan berkualitas berbasis nilai-nilai Islam.

### Fasilitas di Salon RCSM yang Mendukung Konsep Etika Islam

#### a. Ruang Ibadah

RCSM menyediakan ruang ibadah yang memungkinkan pelanggan dan karyawan menjalankan kewajiban agama, terutama shalat. Fasilitas ini mencerminkan komitmen salon terhadap prinsip Halal Business Ethics, menciptakan suasana harmonis, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Maulida et al., 2024).

#### b. Produk Halal

Salon hanya menggunakan produk bersertifikat halal, memastikan kesejahteraan pelanggan dan mematuhi hukum Islam. Penggunaan produk halal membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Sahib & Ifna, 2024).

#### c. Pemisahan Layanan

Dengan membatasi akses pria ke area salon, RCSM menjaga kehormatan dan privasi perempuan, menciptakan ruang aman bagi pelanggan wanita sesuai dengan ajaran Islam (Fatihin et al., 2024).

#### d. Kebersihan dan Kesehatan

Kebersihan yang ketat di RCSM mencerminkan kewajiban ibadah dalam Islam, menjaga kesehatan fisik dan spiritual pelanggan (Siregar et al., 2024).

#### e. Kedamaian dan Ketentraman

Suasana tenang dengan desain minimalis mendukung ketenangan batin dan kesejahteraan pelanggan, sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan kedamaian (Safitri et al., 2023).

#### f. Sistem Pembayaran yang Transparan

Sistem pembayaran yang transparan mencerminkan prinsip keadilan Islam, memastikan kejujuran dalam transaksi dan membangun kepercayaan antara pelanggan dan salon (Siregar et al., 2024).

Dengan penerapan prinsip-prinsip etika Islam yang mendalam dalam operasionalnya, Salon RCSM Malang tidak hanya berfokus pada keberhasilan bisnis, tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan pelanggan. Fasilitas dan layanan yang berbasis pada nilai-nilai Islam ini menciptakan lingkungan yang harmonis, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan menjadikan salon ini sebagai pilihan utama bagi mereka yang mencari pelayanan berkualitas dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Penerapan etika Islam di RCSM menunjukkan bahwa bisnis yang dijalankan dengan memperhatikan nilai-nilai moral dan spiritual tidak

hanya mendatangkan keberkahan, tetapi juga keberhasilan yang berkelanjutan.

### PENUTUP

#### Simpulan

Berdasarkan penelitian ini, Salon Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Malang berhasil mengimplementasikan etika Islam dalam operasionalnya melalui beberapa aspek, antara lain:

1. Penerapan etika Islam dalam layanan perawatan wajah dengan prinsip ihsan, itqan, kejujuran, dan keadilan. Hal ini tercermin dalam pelayanan yang ramah, penggunaan produk halal, dan sikap profesional karyawan yang beretika.
2. Fasilitas yang mendukung etika Islam, seperti ruang ibadah, ruang perawatan khusus wanita, dan produk halal, yang menjaga privasi dan kenyamanan pelanggan.
3. Respon konsumen yang umumnya positif terhadap layanan dan fasilitas salon, meskipun ada beberapa saran terkait konsistensi waktu pelayanan dan informasi yang lebih jelas mengenai layanan.

#### Saran

Untuk meningkatkan kualitas layanan dan keberlanjutan bisnis, beberapa saran dapat dipertimbangkan:

1. Peningkatan Konsistensi SOP: Pelatihan intensif bagi beautician untuk memastikan pelayanan konsisten sesuai SOP, termasuk mengajak pelanggan membaca doa bersama.
2. Transparansi Waktu Layanan: Memberikan estimasi waktu tunggu dan durasi pengerjaan yang jelas.
3. Promosi Nilai Islami: Meningkatkan promosi konsep Islami melalui media sosial dan komunitas lokal.
4. Inovasi Layanan: Menawarkan layanan berbasis syariah, seperti konsultasi kecantikan, untuk menarik lebih banyak pelanggan.
5. Peningkatan Fasilitas: Menambah fasilitas seperti ruang tunggu yang lebih nyaman atau menu perawatan khusus untuk pelanggan loyal.

Dengan memperhatikan aspek pelayanan, promosi, inovasi, dan fasilitas, RCSM dapat terus berkembang dan menjaga reputasinya sebagai salon yang berkomitmen pada nilai-nilai Islami dan kepuasan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qaradhawi, Y. (2015). *Fatwa Kontemporeri Jilid 2, Siri 1 (Al-Quran, Hadith & Akidah)*. PTS Publications & Distributors Sdn Bhd.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah*

dalam *Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.

[art.my.id/index.php/ojs/article/view/12](http://art.my.id/index.php/ojs/article/view/12)

- Basyirudin, Firmansyah, K., & Rahmatika, A. N. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Bisnis Salon Kecantikan (Studi Kasus Salon Nabila Muslimah Tambakberas). *Stismar: Jurnal Kajian, Penelitian Etika Bisnis Islam*, 3(1), 4–5. <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/istismar/article/view/2845/1291>
- Fatihin, M. K., Haris, Y. S., & Hatta, J. (2024). Analisis Fenomena Berpacaran Perspektif Surah Al-Isra Ayat 32 dan Al-Hujurat Ayat 13. *Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 4(2), 207–230.
- Isnaini, N. (2022). Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(3), 127–144. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Maulida, Novita, & Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum dan Syariah*, 6(1), 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39–51. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Rachman, F. F., Setyawan, S., & Rahmi, D. (2018). Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fasion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 4(1), 37–43. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/9994>
- Safitri, D., Zakaria, Z., & Kahfi, A. (2023). Pendidikan Kecerdasan Spiritual Perspektif Al-Ghazali dan Relevansinya dengan Emotional Spiritual Quotient (ESQ). *Jurnal Tarbawi*, 6(1), 78–98. <https://pdfs.semanticscholar.org/a227/749ca8fd82bffd8e53b2f07f124c92b551d.pdf>
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 53–64. <https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>
- Siregar, I. R., Lubis, N., Amalia, Y., Sari, E., Anidah, N., Siregar, J. A., Hidayah, N. I., Alawi, M., Siregar, A. H., & Gusra, P. J. D. (2024). Pentingnya Edukasi Thaharah dalam Membentuk Kesadaran Beribadah Perspektif Pendidikan Islam. *Ambacang: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 79–89. <https://journal-ambacang.willyprint->
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Umar, N. (2017). *Penerapan Etika terhadap Pelayanan pada BRI Syariah* [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo]. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2387/1/Untitled.pdf>