

**STRATEGI PEMASARAN JASA PIJAT REFLEKSI GRIYA  
SEHAT SHIATSU MODERN DI PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

**NILAM PRATIWI PUTRI**

NIM :1604120486

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN AJARAN 2020 M/1442 H**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN JASA PIJAT  
REFLEKSI GRIYA SEHAT SHIATSU MODERN  
DI PALANGKA RAYA

NAMA : NILAM PRATIWI PUTRI

NIM : 1604120486

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

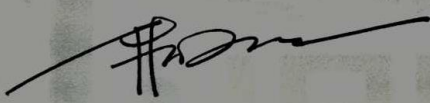
JENJANG : STRATA SATU (S1)

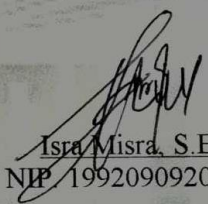
Palangka Raya, Agustus 2020

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

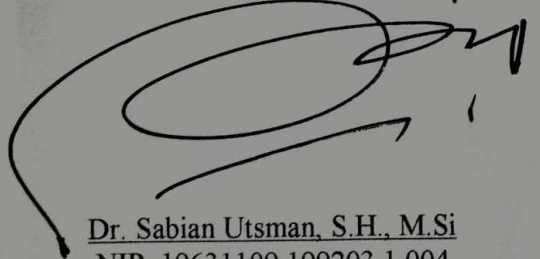
  
Ali Sadikin, M.Si  
NIP. 197402011999031002

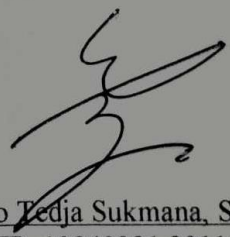
  
Isra Misra, S.E., M.Si  
NIP. 199209092019031009

Mengetahui

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan  
Ekonomi Syariah

  
Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si  
NIP. 19631109 199203 1 004

  
Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si  
NIP. 19840321 201101 1 012

## NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**  
**Saudari Nilam Pratiwi**  
**Putri**

Palangka Raya, Agustus 2020

Kepada  
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi  
**IAIN Palangka Raya**  
Di-  
Palangka Raya

*Assalamua'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Nilam Pratiwi Putri  
Nim : 1604120486  
Judul : **STRATEGI PEMASARAN JASA PIJAT REFLEKSI  
GRIYA SEHAT SHIATSU MODERN DI  
PALANGKA RAYA**

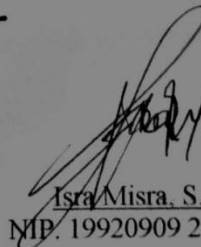
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.  
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.  
*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M.Si  
NIP. 19740201 199903 1 002



Isra Misra, S.E., M.Si  
NIP. 19920909 201903 1 009

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN JASA PIJAT REFLEKSI GRIYA SEHAT SHIATSU MODERN DI PALANGKA RAYA** oleh Nilam Pratiwi Putri NIM : 160 412 0486 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Agustus 2020

Palangka Raya, 27 Agustus 2020

### Tim Penguji

1. Jelita, M.SI  
Ketua Sidang

(.....)

2. Dr. Syarifuddin, M.Ag  
Penguji Utama/I

(.....)

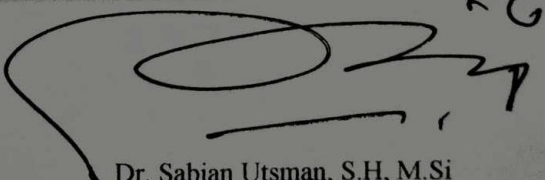
3. Ali Sadikin, M.SI  
Penguji II

(.....)

4. Isra Misra, S.E, M.SI  
Sekertaris Sidang

(.....)

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam,

  
Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si  
NIP. 19631109 199203 1 004

# **STRATEGI PEMASARAN JASA PIJAT REFLEKSI GRIYA SEHAT SHIATSU MODERN DI PALANGKA RAYA**

**Oleh : Nilam Pratiwi Putri**

Nim. 1604120486

## **ABSTRAK**

Pijat merupakan salah satu bentuk metode pengobatan yang umum dijumpai. Di Indonesia banyak yang telah mengenal pijat sebagai pengobatan alternatif bahkan mengembangkan pijat sebagai usaha yang dapat menghasilkan untung. Di Kota Palangka Raya banyak ditemukan usaha yang bergerak dalam bidang jasa pijat. Contohnya Griya Sehat Shiatsu Modern, Griya Sehat Shiatsu Modern merupakan salah satu tempat pijat refleksi yang ada di Kota Palangka Raya yang memiliki pelayanan yang sangat baik. Dalam penelitian ini di latar belakang oleh sistem pemasaran yang dilakukan oleh Griya sehat. Tujuan dalam penelitian ini adalah guna mengetahui strategi pemasaran jasa pijat refleksi yang diterapkan oleh Griya Sehat Shiatsu Modern dan mengetahui strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern dalam perspektif ekonomi islam.

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Subjek dalam Modern, dan konsumen. Objek dalam penelitian ini berjumlah 4 subjek yakni penanggung jawab sebagai subjek utama dalam penelitian ini, dengan 3 informan yang mana 1 informan dari karyawan Griya sehat Shiatsu Modern Jl. G.obos dan 2 informan penelitian ini adalah penanggung jawab, karyawan Griya Sehat Shiatsu lainnya adalah konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, reduksi, penyajian data, dan kesimpulan.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern menerapkan indikator bauran pemasaran yang dikenal sebagai 7 P sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen. Strategi 7 P merupakan (*produc*) produk, (*price*) harga (*place*) tempat, (*promotion*) promosi, (*people*) orang, (*physical evidene*) bukti fisik, dan (*process*) proses. Strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya sehat shiatsu modern menurut perspektif ekonomi islam yakni sudah sesuai dengan 4 karakteristik pemasaran Islam yakni teitis, etis, realistis, dan humanistis.

**Kata kunci** : Strategi Pemasaran, Jasa Pijat Refleksi, Minat Konsumen.



# ***THE MARKETING STRATEGY OF REFLECTION MASSAGE IN ATTRACTING CONSUMER INTEREST IN PALANGKA RAYA***

**By: Nilam Pratiwi Putri  
Nim. 1604120486**

## ***ABSTRACT***

*Massage is a common form of treatment method. In Indonesia many have known massage as an alternative treatment and even developed massage as a profitable business. In Palangka Raya city, there are many businesses engaged in massage services. For example Griya Sehat Shiatsu Modern, Griya Sehat Shiatsu Modern is one of the reflexology massage places in Palangka Raya City that has excellent service. In this study in the background by the marketing system conducted by Griya sehat. The purpose of this study is to know the marketing strategy of reflexology services implemented by Griya Sehat Shiatsu Modern and to know the marketing strategy of Griya Sehat Shiatsu Modern reflexology massage services in islamic economic persfective.*

*The type of research method used is qualitatively descriptive. Subjects in Modern, and consumers. The object in this study is 4 subjects that are responsible as the main subject in this study, with 3 informants of which 1 informant from griya sehat employee Shiatsu Modern Jl. G.obos and 2 informants of this study are in charge, other Griya Sehat Shiatsu employees are consumers. Data collection techniques are carried out by observation methods, interviews and documentation. Technical data analysis in this research uses data collection techniques, reduction, display, and conclusions.*

*From this research it can be concluded that Griya Sehat Shiatsu Modern reflexology services apply a marketing mix indicator known as 7 P as a marketing strategy to attract consumers. Strategy 7 P is (product), (price), (place), (promotion), (people), (physical evidene), and (process). The marketing strategy of griya healthy reflection massage services modern shiatsu according to the economic effectiveness of Islam is in accordance with 4 karakteristic islamic marketing namely theitis, ethical, realistic, and humanistic.*

**Keywords** : *Marketing Strategies, Reflexology Services, Consumer Interest.*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala , karena atas rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga proposal Skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya**” ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya, sebagai pemenuhan tugas akhir skripsi. Saya sangat menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi penulisan, susunan kata, maupun isi materi. Dengan ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini, serta sebagai jembatan ilmu yang berujung pada intelektualitas. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh Karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Terima kasih peneliti haturkan atas segala sarana dan prasarana yang disediakan untuk kami selama kuliah di IAIN Palangka Raya. Semoga beliau selalu diberikan kesehatan dalam memimpin IAIN Palangka Raya agar semakin maju dan terus maju.

2. Bapak Dr. Sabian Utsman, SH, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M.SI selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
4. Ibu Jelita, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih peneliti haturkan kepada beliau atas semua bimbingan, arahan, saran, motivasi, kesabaran dan segala pelayanan yang diberikan kepada kami di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Ali Sadikin, M.Si selaku Pembimbing I. Terima kasih peneliti haturkan kepada beliau yang telah meluangkan waktu dan mmberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan skripsi ini terselesaikan dan Bapak Isra Misra, S.E, M.S.i selaku Pembimbing II. Terima kasih peneliti haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen dan staf FEBI (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah meluangkan waktu, materi, tenaga untuk dapat membagi ilmu disela kesibukan. Semoga Allah SWT, melipat gandakan amal kebaikan beliau semua, Aamiin.
7. Seluruh karyawan dan penanggung jawab Griya Sehat yang ada di Kota Palangka Raya yang sudah membantu dan terima kasih atas waktu serta ilmunya yang sudah memberi kesempatan peneliti dalam menyelesaikan Skripsi. Semoga Griya Sehat selalu melakukan inovasi untuk memajukan strategi dalam pelayanan dalam bidang jasa pijat refleksi di Kota Palangka Raya.
8. Semua teman-teman Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2016 kelas A, B dan C khususnya para sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi



9. Semua pihak yang berpartisipasi dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah *Subhanahuwata'ala*, melimpahkan anugerah rahman, rahim dan ridho-Nya, serta cahaya surganya, pada kita semua sebagai umat Rasulullah *Shalallahu'alaihi Wassalam*, sehingga kita memiliki hati bersih, lapang dan dipenuhi oleh aura cinta-kasih-Nya. Aamiin. Semoga apa yang ada di dalam Skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang maupun peneliti selanjutnya
10. Akhirnya peneliti ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang turut membantu pebeliti dalam menyelesaikan skripsi ini semoga medapat imbalan yang berlipat gandadari Allah *Subhanahuwata'ala*. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita smua. Aamiin Allahumma Aamiin.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakath***

Palangka Raya, Agustus 2020



Nilam Pratiwi Putri  
1604120486

## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nilam Pratiwi Putri  
Nim : 1604120486  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi  
Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,

  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Nilam Pratiwi Putri  
1604120486

## MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ

فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (At-Taubah 105)



## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas Ridho Allah *Subhanahu wata'ala*, dengan segala kerendahan hati peneliti, karya ini saya persembahkan kepada :

- Untuk kedua orang tua saya yang tercinta dan selalu memberikan doa restu dan pengorbanan segalanya demi tercapainya cita-cita anak-anaknya. Dengan harapan yang besar bapa dan mama tak henti-hentinya memberikan dorongan baik moril maupun material demi menghantarkan anak-anaknya pada pintu kesuksesan. Dan selalu berdoa siang dan malam untuk anak nya dan selalu memberikan kekuatan motivasi akan pelajaran hidup. Semoga selalu diberikan kesehatan, umur panjang dan keselamatan dunia dan akhirat. Aamiin.
- Sahabat terbaik dunia akhiratku dan teman-teman seperjuangan Rika Harta. S.E, Rusviana. S.Pd, Lestari. S.E, Fadila Yuliana , S.E, Nor Harisha.S.Pd, Monica Mauliyana. A.Md.A.K, dan Nur Azizah, S.E yang juga memberikan semangat dan selalu mendoakan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
- Teman- teman seperjuangan ESY A,B,C yang juga turut berjuang sembari selalu mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	ḥ	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	ḍ	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	ṭ	te titik di bawah



ظ	<i>Zā'</i>	Z	zet titik di bawah
ع	' <i>Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	qi
ك	<i>Kāf</i>	K	ka
ل	<i>Lām</i>	L	el
م	<i>Mīm</i>	M	em
ن	<i>Nūn</i>	N	en
و	<i>Waw</i>	W	we
هـ	<i>Hā'</i>	H	ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	ye

**B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:**

مُتَعَاقِدِينَ	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عِدَّة	Ditulis	' <i>iddah</i>

**C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.**

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fītri</i>

#### D. Vokal pendek

اَ	Fathah	Ditulis	a
اِ	Kasrah	Ditulis	i
اُ	Dammah	Ditulis	u

#### E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	ā
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
مجيد	Ditulis	<i>majīd</i>
Dammah + wawu mati	ditulis	ū
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

**F. Vokal rangkap:**

Fathah + ya' mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	<i>qaul</i>

**G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.**

النتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata sandang Alif + Lām**

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Batasan Masalah .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Kajian Teori .....	13
1. Strategi Pemasaran .....	13
a. Pengertian Strategi.....	13
b. Jenis-Jenis Strategi .....	15
c. Pemasaran.....	16
2. Pemasaran Jasa .....	23
a. Pengertian Jasa .....	23



b. Karakteristik Jasa .....	24
c. Klasifikasi Jasa .....	26
d. Bauran Pemasaran Jasa .....	27
e. Strategi Pemasaran Jasa .....	27
3. Pijat Refleksi .....	29
C. Kerangka Fikir.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Pengabsahan Data .....	43
F. Analisis Data.....	45
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	47
B. Hasil Penelitian .....	53
C. Analisis Penelitian .....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kota Palangka Raya .....	48
Tabel 4.2 Jumlah Karyawan Griya Sehat Shiatsu Modern Palanga Raya .....	49
Tabel 4.3 Fasilitas Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya .....	50
Tabel 4.4 Produk Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya .....	50
Tabel 4.5 Produk Pijat Lulus Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya .....	51
Tabel 4.6 Kelebihan dan Kekurangan Griya Sehat Shaitsu Modern Palangka Raya.....	80



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Fikir .....	35
--------------------------------	----





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dilihat dari perkembangan zaman yang terjadi di era globalisasi ini sering kita temukan berbagai cara pengembangan strategi pemasaran baik itu dari segi promosi suatu produk atau barang maupun promosi tenaga kerja seseorang atau bisa juga disebut dengan jasa. Pemasaran pada zaman yang modern seperti ini tidak hanya memasarkan tentang suatu barang maupun produk luar atau dalam negeri saja, melainkan juga jasa tenaga kerja yang dapat dijadikan peluang sebuah usaha. Dan untuk melaksanakan operasional suatu usaha tersebut didahului dengan membuat rencana, bagi kelangsungan dan perkembangan jangka panjang yang didasarkan kepada situasi, dan peluang dari usaha tersebut.

Adapun usaha yang ingin dijalankan, hendaknya harus berdasarkan kepada strategi yang telah direncanakan terlebih dahulu, karena strategi usaha dagang telah menjadi perbincangan yang sangat umum, dan didefinisikan sedemikian rupa untuk satu kepentingan usaha atau organisasi guna mencapai tujuannya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2015, h 13.



Jasa pijat merupakan suatu pengobatan yang sering kita temui dimana-mana, tidak hanya itu saja jasa pijat sekarang banyak digunakan sebagai sebuah peluang usaha yang terdapat keuntungan agar mampu mencukupi kebutuhan ekonomi. Tradisi pijat telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari budaya Indonesia selama berabad-abad, memberikan manfaat kesehatan dan kecantikan. Pijat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh seni penyembuhan dan pengobatan dari India dan Cina. Agama Hindu tiba di Indonesia sekitar 400 tahun sebelum masehi dengan pendeta Hindu yang memperkenalkan obat dari India yang menggunakan minyak wangi untuk pijat serta obat-obatan yang terbuat dari tanaman.<sup>2</sup>

Seiring dengan perkembangan dari jasa pijat yang kini telah berkembang dengan bermacam macam jenisnya dan menemukan beberapa inovasi agar mampu mempertahankan budaya tersebut dan juga demi menarik selera para konsumen menggunakan jasa pijat, kini telah dikembangkan menjadi sebuah bisnis pijat refleksi dengan memberi beberapa fasilitas yang memadai membuat para konsumen nyaman, baik itu dari segi pelayanan dan jasa pijat refleksi sebagai terapi pengobatan.

Kesibukan dan aktivitas sehari-hari yang kerap kali menyisakan rasa lelah, penat, dan stres, terutama bagi masyarakat perkotaan, maka dari itulah jasa pijat refleksi ini dijadikan sebuah peluang usaha yang juga dari

---

<sup>2</sup>Admin, *Sejarah Pijat Tradisional*, <https://kursusrefleksi.com/sejarah-pijat-tradisional/>, online : 08 Februari 2020.

segi perekonomian mampu mencukupi sebuah keperluan perekonomian bagi yang membuka usaha pijat refleksi.<sup>3</sup>

Dengan adanya perkembangan dan inovasi ini di Indonesia banyak ditemukan tempat pijat refleksi yang berkembang pesat. Salah satunya tempat pijat refleksi yang berkembang saat ini dan juga memiliki banyak cabang di beberapa kota di Indonesia adalah Griya sehat. Griya sehat merupakan sebuah tempat yang disediakan oleh PT. Mitra Bersama Internasional melalui institusi *Healthy wealth Academy*, untuk digunakan oleh masyarakat guna belajar menjadi sehat dengan cara bersilat urrahmi atau mengenali tubuhnya sendiri.<sup>4</sup> Dan kini Griya sehat telah dikembangkan di beberapa kota termasuk di provinsi Kalimantan Tengah, Palangka Raya.

Hampir di beberapa titik sentral kota Palangka Raya ditemukan beberapa cabang Griya Sehat. Menurut hasil dari observasi Griya sehat di kota Palangka Raya memiliki 4 cabang dengan induk berada di area jalan Cjilik Riwit.<sup>5</sup> Tentunya tidak hanya tempat pijat refleksi griya sehat saja yang berkembang di kota Palangka Raya melainkan ada beberapa tempat pijat refleksi diantaranya seperti ganesa refleksi, Disva, Djari Djari Palangka Raya, *Oishi Family Reflexology and Massage* dan lain-lain.

---

<sup>3</sup>Kontan.co.id, *Berefleksi Potensi Bisnis Pijat Refleksi*, <http://www.goggle.com/amp/amp.kontan.co.id/news/berefleksi-potensi-bisnis-pijat-refleksi>, Online 15 Maret 2020.

<sup>4</sup>Healthy Wealthy Academy, *Apa itu Griya Sehat?*, <http://www.hwacademy.com/index.php/griya-sehat>. Online : Kamis 23 April 2020.

<sup>5</sup>Observasi awal dengan karyawan griya sehat, Kota Palangka Raya, Rabu 22 April 2020.

Selain itu mengenai berkembangnya sebuah usaha pijat refleksi ini tentunya tidak berjalan begitu saja tanpa adanya sistem manajemen pemasaran strategi yang juga memacu terus bertahannya sebuah usaha tersebut dalam menghadapi banyaknya pesaing yang juga membuka sebuah usaha pijat refleksi khususnya di kota Palangka Raya. Sebuah strategi pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha baik usaha itu baru maupun usaha lama yang telah dirintis bertahun-tahun lamanya. Oleh karena itu penerapan strategi pemasaran merupakan salah satu alternatif yang efisien untuk mendirikan suatu usaha yang terus ingin bertahan di era persaingan.<sup>6</sup>

Griya sehat tempat pijat refleksi yang saat ini berkembang di Kota Palangka Raya menerapkan beberapa strategi agar membuat Griya sehat ini terlihat lebih unggul daripada tempat pijat refleksi yang lain dengan bersaing secara sehat yakni dengan mempromosikan atau memasarkan produk pijat mereka kepada konsumen dan menyediakan pelayanan yang berbeda dari tempat pijat refleksi lainnya. KDT selaku karyawan di Griya sehat mengatakan bahwa hal yang menarik di griya sehat ini adalah waktu beroperasinya dengan durasi selama 24 jam, dan hanya menyediakan pelayanan pijat saja berbeda dengan tempat pijat refleksi pada umumnya yang juga menyediakan produk spa di tempat pijat refleksi tersebut.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Ahmad Nur Ubaidah, *Strategi Pemasaran Yang Efektif Untuk Perkembangan Usaha Anda*, <http://www.logique.co.id/blog/2017/09/27/strategi-pemasaran-efektif-bagi-usaha/>, Online 16 Maret 2020.

<sup>7</sup>Wawancara dengan subjek KDT pada tanggal 27 Juni 2020.

Pemasaran produk pijat refeksi di Griya sehat dalam perspektif ekonomi islam menerapkan dengan beberapa karakteristik dalam pemasaran syariah salah satunya adalah sifat kejujuran dalam memasarkan produknya dan memahami bahwa sifat yang sudah ditanamkan sejak lahir seperti keyakinan kepada Allah *Subhanahu wata'ala* bahwa setiap rezeki itu sudah ada porsinya masing-masing sehingga kita dalam mengelola sebuah bisnis tidak hanya semata-mata karena keuntungan saja melainkan juga sebagai bentuk ibadah dalam hal bermuamalah.

Maka berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta mengamati tentang sebuah judul **“STRATEGI PEMASARAN JASA PIJAT REFLEKSI GRIYA SEHAT SHIATSU MODERN DI PALANGKA RAYA”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Terhadap Minat Konsumen Di Palangka Raya dapat diambil sebagai rumusan masalah :

1. Bagaimana strategi jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern dalam memasarkan jasanya di Kota Palangka Raya?
2. Bagaimana strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern dalam Perspektif Ekonomi Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Terhadap Minat Konsumen Di Palangka Raya dapat diambil sebagai tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui, memahami dan menjelaskan bagaimana strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern dalam memasarkan jasanya pijatnya dikota Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui, memahami dan menjelaskan bagaimana strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern dalam Perspektif Ekonomi Islam.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Manfaat penelitian dari penelitian Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Terhadap Minat Konsumen di Palangka Raya :

#### **1. Aspek Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan wawasan bagi kita sebagai mahasiswa IAIN Palangka Raya agar kita memahami lagi bagaimana pentingnya strategi pemasaran pijat refleksi terhadap minat konsumen di Palangka Raya.

#### **2. Aspek Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan memberikan analisis strategi pemasaran jasa pijat refleksi terhadap minat konsumen di Palangka Raya. Sebagai bentuk penelitian strategi

pemasaran yang bisa diterapkan langsung di masyarakat yang dalam mempertahankan suatu usaha dalam persaingan yang telah dirintis menjadi sebuah usaha yang terus berjalan hingga nanti.

### 3. Aspek Akademik

Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan tentang strategi pemasaran jasa pijat refleksi terhadap minat konsumen dan dijadikan sebagai bahan pustaka untuk menambahkan wawasan hasanah pengembangan keilmuan perpustakaan IAIN Palangka Raya, terutama dalam bidang ekonomi syariah.

### **E. Sistematika Penelitian**

Adapun sistematika penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini secara sistematis, maka peneliti membaginya dalam beberapa bab yang terdiri dari

BAB I Pendahuluan, Bab ini yakni menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka, Bab ini membahas teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan diantaranya yaitu penelitian terdahulu, deksripsi teoritik, dan kerangka fikir.

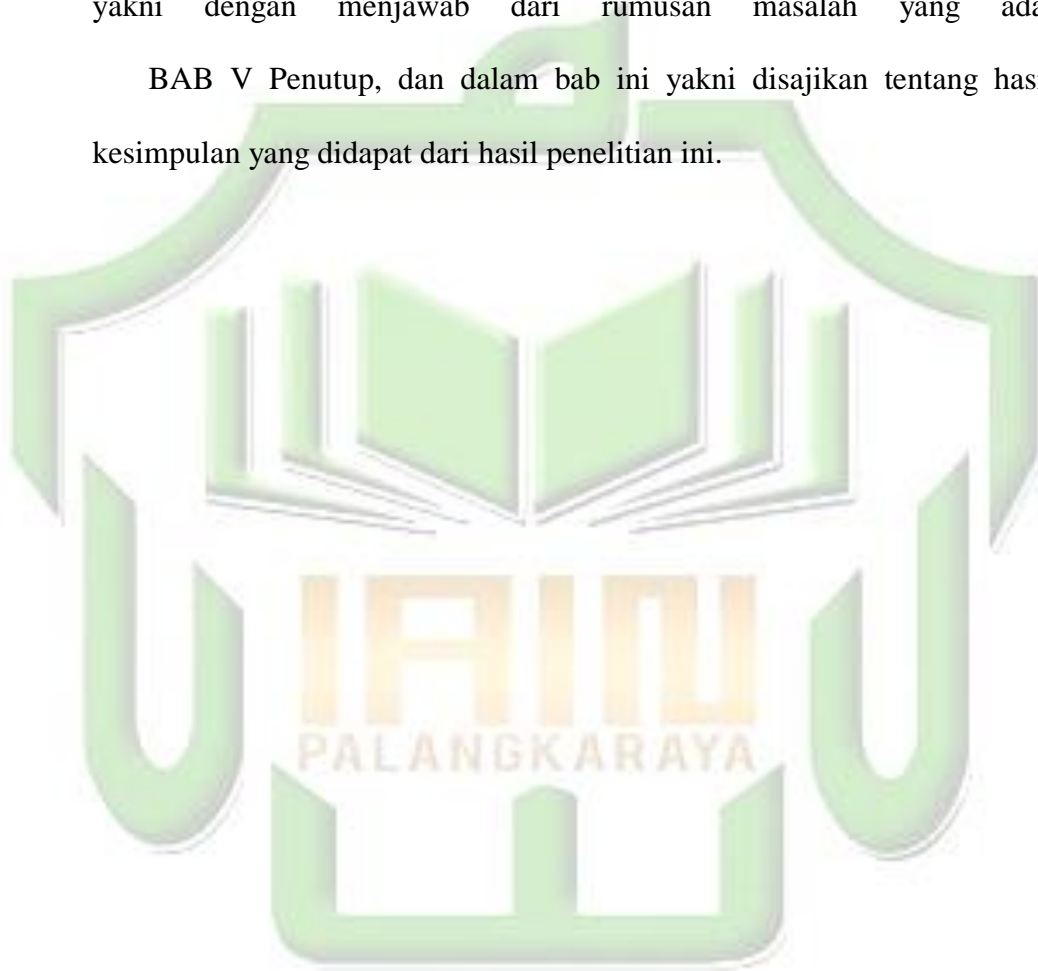
BAB III Metode Penelitian , Bab ini membahas tentang ruang lingkup penelitian yakni berisi metode penelitian yang meliputi waktu dan tempat



penelitian, jenis pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, Bab ini berisi tentang pembahasan, terdapat lokasi penelitian, membahas hasil dari penelitian tentang strategi pemasaran jasa pijat refleksi terhadap minat konsumen di Palangka Raya yakni dengan menjawab dari rumusan masalah yang ada.

BAB V Penutup, dan dalam bab ini yakni disajikan tentang hasil kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini.





## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini penelitian yang terdahulu dipaparkan dari penelitian sebelumnya yang terkait dengan fokus penelitian. Berdasarkan hasil penelitian- penelitian sebelumnya terhadap tinjauan pustaka, peneliti menemukan ada beberapa judul penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang terkait tentang strategi pemasaran adalah :

Laila Nur Arofah “Strategi Promosi Nakamura *The Healing Touch* Pandega Dalam Menarik Minat Konsumen (2016-2017) ”, dalam penelitian ini ditemukan fokus masalahnya adalah bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega dalam menarik minat konsumen tahun 2016-2017.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) agar mempermudah keberhasilan strategi promosi Nakamura *the Healing Touch* Pandega itu sendiri. Dengan menggunakan analisis tersebut mereka dapat mengetahui bagaimana kondisi *internal* yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan serta kondisi *eksternal* Nakamura *The Healing Touch* Pandega yang berkaitan

dengan peluang dan ancaman yang akan menjadi penghambat maupun keberhasilan aktivitas promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega<sup>8</sup>

Relevansi penelitian antara penelitian terdahulu yakni Laila Nur Arofah (2017), dengan penelitian yang ingin diteliti yaitu Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Terhadap Minat Konsumen di Palangka Raya, yakni dengan acuan indikator strategi sebuah jasa pijat dalam menarik minat konsumen. Disini membuktikan bahwa adanya relevansi penelitian diantara kedua penelitian terdahulu dengan penelitian yang ingin diteliti.

Yohanes“Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran (studi Kasus Di Tempat Pijat Refleksi Karasia (2016) ”, dalam penelitian ini ditemukan fokus masalah seperti bagaimana usulan strategi pemasaran untuk tempat pijat refleksi Karasia, hal apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan tempat pijat Karasia, serta bagaimana *segmentation*, *targetting* dan *Positioning* dari tempat Pijat Refleksi Karasia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan dari beberapa hasil hipotesis penelitian ini bahwa tempat pijat Karasia memiliki beberapa atribut atau perlengkapan pijat yang kualitasnya kurang baik daripada atribut pesaing tempat pijat refleksi yang terdekat dengan tempat pijat refleksi Karasia. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran serta pelayanan yang lebih

---

<sup>8</sup>Laila Nur Arofah, *Strategi Promosi Nakamura The Healing Touch Pandega Dalam Menarik Minat Konsumen (2016-2017)*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Yogyakarta, 2017.

memuaskan para konsumennya lagi agar tempat pijat Karasia lebih diminati para konsumen pijat refleksi disekitar kota Yogyakarta.<sup>9</sup>

Terkait relevansi antara penelitian dari saudara Yohanes ini dengan penelitian penulis yakni strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Terhadap Minat Konsumen di Palangka Raya, membuktikan adanya kesamaan mengenai penelitian yang ingin diteliti yaitu adanya strategi sebuah pemasaran pijat refleksi terhadap kepuasan pelanggannya.

Margaretha Septi Murdyastuti “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen” Tahun (2017) (Studi Kasus Konsumen Djmari Reflekkologi di Jalan Melati Wetan No 15 Baciro Yogyakarta), dalam penelitian ini ditemukan fokus masalah tentang kepuasan konsumen Djamari Reflekkologi terhadap pelayanannya dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu pusat pemijatan badan dan Spa.

Hasil dari penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif dan hasil dari analisis hipotesisnya adalah kualitas pelayanan Djamari Reflekkologi menurut konsumen dikota Yogyakarta termasuk dalam ketagori pijat yang baik, dan kualitas fasilitasnya yang memadai telah menarik minat konsumen bertahan menggunakan jasa Reflekkologi dikota Yogyakarta.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Yohanes, *Analisis Dan Usulan Strategi Pemasaran ( Studi Kasus Di Tempat Pijat Refleksi Karasia)*, Skripsi Unversitas Kristen Maranatha, Bandung,2016.

<sup>10</sup>Margaretha Septi Murdyastuti, *Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*”, (studi kasus Konsumen Djmari Reflekkologi di Jalan Melati Wetan No 15 Baciro Yogyakarta), Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2017.

Terkait relevansi terhadap penelitian terdahulu yakni saudara Margaretha Septi Murdyastuti ini dengan penelitian penulis yakni dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan minat konsumen terhadap Djamari Reflekkology dengan strategi meningkatkan kualitas pelayanannya.

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya bahwasannya penelitian yang diteliti oleh penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian penulis lebih mengarah kepada Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Terhadap Minat Konsumen di Palangka Raya. Untuk memudahkan dalam penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan dan Persamaan Penelitian**

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Laila Nur Arofah (2017) Strategi Promosi Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega Dalam Menarik Minat Konsumen (2016-2017)	Membahas tentang strategi tempat pijat Refleksi yang bernama Nakamura <i>The Healing Touch</i> ) Pandega.	Penelitian ini bertujuan untuk strategi sebuah promosi yang akan menarik minat konsumen.
2	Yohanes (2016) Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Tempat Pijat Refleksi Karasia (2016).	Membahas tentang Strategi pemasaran jasa pijat refleksi.	Penelitian ini bertujuan untuk membuat suatu usulan strategi pemasaran jasa pijat refleksi Karasia agar menarik konsumen dan minat konsumen terhadap pelayanan pijat refleksi Karasia.

3	Margaretha Septi Murdyastuti Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen” Tahun (2017) (studi kasus Konsumen Djmari Reflelxologi di Jalan Melati Wetan No 15 Baciro Yogyakarta)	Membahas tentang menarik minat konsumen terhadap pijat reflelxologi.	Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
---	--	--	---

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti, 13 Maret 2020

## B. Kajian Teori

### 1. Strategi Pemasaran

#### a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategoia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering warnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk membutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman dan mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.<sup>11</sup>

Strategi yaitu sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap *entrepreneur* maupun setiap manajer, dalam segala macam bidang usaha. Strategi juga merupakan suatu keputusan, tentang tujuan-tujuan apa yang akan diupayakan pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang perlu dilakukan, dan

<sup>11</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2008, h 6.

bagaimana cara memanfaatkan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan tersebut.<sup>12</sup>

Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya, makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan.

Sedangkan berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.<sup>13</sup> Menurut Kenneth R Andrews dalam buku Buchari Alma menyatakan bahwa:

“Strategi perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.”<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Jakarta : Kencana, 2004, h 106-108.

<sup>13</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,...h 3.

<sup>14</sup>Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : CV ALFABETA, 2014, h 200.



Menurut Drucker dalam buku Agustinus Sri Wahyudi Manajemen Strategik menyatakan bahwa: Strategi adalah mengerjakan sesuatu yang benar (*doing the right things*).<sup>15</sup> Menurut Michael Porter dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Startegy dalam Harvard Business Review* dikutip dalam buku Endang Soetari, menyatakan : “Strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik.”<sup>16</sup>

Jadi strategi merupakan sebuah perencanaan yang mana didalamnya memiliki susunan kinerja suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dalam mengimplementasikan misinya agar perusahaan tersebut berjalan dengan baik.

#### **b. Jenis-Jenis Strategi**

Ada tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh oleh perusahaan yaitu:<sup>17</sup>

- 1) Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar, dimana perusahaan mengabaikan perbedaan-perbedaan segmen pasar dan hanya menawarkan satu macam penawaran produk atau program pemasaran kepada pasar keseluruhan. Strategi ini lebih berfokus pada kebutuhan dasar

---

<sup>15</sup>Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, Taggerang Selatan : BINA RUPA AKSARA, 2007, h 32.

<sup>16</sup>Endang Soetari Ad, *Manajemen Strategik*, Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2014, h.2

<sup>17</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h 168.



para konsumen ketimbang pada perbedaan-perbedaan antar pelanggan. Perusahaan mengandalkan produksi, distribusi dan periklanan massal guna menciptakan citra superior dimata sebagian besar konsumen. Lini produk yang terbatas akan menekan biaya riset dan pengembangan, produksi, sediaan, transportasi, riset pemasaran periklanan dan manajemen produk. Pada gilirannya biaya rendah ini mengarah pada harga jual yang murah dan bisa menjadi daya tarik bagi segmen pasar yang lebih sensitif terhadap harga.

- 2) Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar. Perusahaan menghasilkan produk-produk yang berbeda sesuai dengan segmen pasar.
- 3) Strategi pemasaran yang terkonsentrasi. Dengan strategi ini, perusahaan mengkhususkan pemasaran produknya sesuai dengan segmen pasar tertentu sehingga perhatiannya dalam pemasaran tersebut lebih terpusatkan dan seluruh kegiatan akan memberikan keuntungan yang optimal.

### **c. Pemasaran**

#### 1) Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu praktik bisnis memiliki falsafah tersendiri. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan berorientasi kepada kebutuhan konsumen. Ini berbeda dengan falsafah bisnis yang berorientasi pada produk

dan penjualan.<sup>18</sup> Pemasaran juga diartikan sebagai kreasi dan realisasi sebuah standar hidup. Secara lebih formal, pemasaran (*Marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.<sup>19</sup>

Jadi pemasaran merupakan suatu bentuk praktik bisnis yang mana didalamnya memiliki tujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup seperti bahan sandang, pangan dan pakaian dan lain sebagainya. Sedangkan strategi pemasaran adalah kegiatan menyeleksi dan penjelasan satu atau beberapa target pasar dan mengembangkan serta memelihara suatu bauran pemasaran yang akan menghasilkan kepuasan bersama dengan pasar yang dituju.<sup>20</sup> Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, pemosisian, dan elemen bauran pemasaran.<sup>21</sup> Cravens dan Piercy dalam buku Doni Junni Priansa Komunikasi Pemasaran Terpadu menyatakan bahwa :

---

<sup>18</sup>Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah (teori, filosofi & isu-isu kontemporer)*, Depok : RajawaliPers, 2017, h 106.

<sup>19</sup>Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2012, h 2.

<sup>20</sup>Charles W. Lamb, Joseph F. Hair dkk, *Pemasaran*, Jakarta : PT Salemba Emban Patria, 2001.

<sup>21</sup>Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2016, h 279.

”Strategi pemasaran merupakan proses *market-driven* dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan *superior customer value* (nilai Pelanggan yang unggul).”<sup>22</sup>

Fokus strategi pemasaran adalah kinerja organisasi. Dalam hal ini strategi pemasaran menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis. Proses strategi pemasaran meliputi empat tahapan, yaitu analisis situasi strategi, penyusunan strategi pemasaran, pengembangan program pemasaran, serta implementasi dan pengendalian strategi pemasaran.<sup>23</sup>

Menurut Amstrong dan Kotler dalam bukunya *Manajemen Pemasaran*” strategi pemasaran adalah :“Pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dapat dicapai dalam hal permintaan pada target pasar yang ditentukan.”<sup>24</sup> Sedangkan Menurut Sofjan Asswari dalam bukunya *Manajemen Perusahaan* strategi pemasaran :

“Rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.”<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup>Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2017, h.51

<sup>23</sup>*Ibid*, h.51

<sup>24</sup>Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 5

<sup>25</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, h. 168.

## 2) Pemasaran Islami

Pasar syariah merupakan pasar yang mana pelanggannya selain memiliki motif rasional juga memiliki motif emosional. Pelanggan tertarik untuk berbisnis pada pasar syariah bukan hanya alasan dan keinginan untuk mendapatkan keuntungan finansial semata yang bersifat rasional, namun karena terikatnya pada nilai-nilai syariah yang dianutnya pemasar dan pelanggan yang memahami syariah akan mempertimbangkan dua hal penting dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya yaitu dunia dan akhirat.<sup>26</sup>

Pemasaran syariah adalah pemasaran spiritual. Pemasaran spiritual mengenal istilah “bisikan nurani” dan panggilan hati disini muncul aspek kejujuran, empati, cinta dan kepedulian sesama. Jika di level intelektual bahasa yang digunakan adalah bahasa logika dan di level emosional adalah bahasa rasa, maka di level spiritual digunakan bahasa hati. Bahasa hati dalam konsep pemasaran spiritual merupakan inti dari konsep pemasaran syariah. Pemasaran spiritual memandang bahwa pesaing bukanlah musuh, namun mitra yang harus dijalin hubungan baik dan kemitraannya. Pesaing merupakan mitra sejajar yang mampu memacu kreativitas dan inovasi perusahaan. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Pemasaran spiritual bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua

---

<sup>26</sup>Buchari Alma & Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: ALFABETA, 2014, h 342.

pihak yang terlibat. Pemasaran spiritual merupakan jiwa dari bisnis perusahaan. Pemasaran spiritual juga disebut dengan istilah “pemasaran langit” yang berarti pemasaran yang memperhatikan pengawasan penguasa tertinggi alam jagat raya ini, yaitu Allah SWT. Karena didalamnya keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah, ia mengandung nilai-nilai ibadah, yang menjadikan ibadah, yang menjadikannya pada puncak tertinggi dalam pemasaran atau muamalah<sup>27</sup>

Diandaskan dalam Al-Qur’an surah Al-An’am (6): 162 :

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya : Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.<sup>28</sup>

Dalam syariah marketing, bisnis yang disertai oleh keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha dari Allah SWT, maka dari itu seluruh bentuk transaksi menjadi nilai ibadah dihadapan Allah dan hal ini merupakan suatu modal yang besar untuk tumbuh menjadi sebuah bisnis yang didalamnya dilakukan karena Allah dan akan kembali kepada Allah SWT. Menurut Philip Kotler dikutip oleh H syahrul dalam jurnal hukum “Marketing dalam Perfektif Hukum Islam” mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah

<sup>27</sup>Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung : ALFABETA, 2014, h 342-344.

<sup>28</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, Jakarta Timur: CV Darus Sunnah, 2012, h. 151.

proses sosial dan manajerial dimana individu-individu, kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan penawaran, dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya. Definisi ini berdasarkan konsep-konsep inti, seperti: kebutuhan, keinginan dan permintaan produk-produk (barang, layanan, dan ide), *value*, biaya, dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar dan pemasar serta prospek. Ini artinya dalam syariah marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.<sup>29</sup>

Ada 4 karakteristik *syariah marketing* yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

- a) Teitis (*rabbaniyyah*): jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teitis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras, dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.
- b) (*akhlaqiyyah*): keistimewaan lain dari syariah marketer selain karena teitis (*rabbaniyyah*) juga karena ia sangat

---

<sup>29</sup>H. Syahrul, *Marketing dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Hukum Diktum, Vol.10, No 2, Juli, 2012, h. 188



mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh agama.

- c) Realistis (*al-waqiyyah*): syariah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model dan gaya pakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.
- d) Humanis (*insaniyyah*): keistimewaan syariah marketer yang lain adalah sifatnya yang humanistik universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaan terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewan dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan rasa, jenis kelamin, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistik dan universal.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 22-24



Jadi menurut peneliti, pemasara islami merupakan suatu tindakan yang mana didalamnya memiliki tujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup konsumen dengan menerapkan sistem pemasaran yang sesuai dengan aturan-aturan pasar dalam Islam seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa pemasaran Islami adalah bentuk pemasaran yang sesuai dengan spiritual yakni niat dalam menjalani aktivitas jual beli dilandasi dengan hati yang ikhlas dan menanamkan dalam hati bahwa kegiatan jual beli ini adalah bentuk ibadah kita kepada Allah SWT.

## **2. Pemasaran Jasa**

### **a. Pengertian Jasa**

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.<sup>31</sup> Pada umumnya jasa dapat di klasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satunya cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria, ada tiga kelompok produk

#### 1) Barang tidak tahan lama

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Atau dengan kata lain, umur ekonomisnya kurang

---

<sup>31</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : CV. ALFABETA, 2005, h. 27

dari satu tahun. Contohnya sabun, minuman dan makanan ringan, garam, gula, kapur tulis, dan sebagainya.

## 2) Barang tahan lama

Bahan tahan lama adalah bahan berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun. Contohnya tv, kulkas, mobil, komputer, mesin cuci, dan lain-lain.

## 3) Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus keterampilan, hotel, rumah sakit, dan lain lain.<sup>32</sup> Menurut Staton dalam buku Muhammad Adam manajemen pemasaran jasa menyatakan bahwa :

“Jasa adalah aktivitas yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud yang merupakan objek utama dari suatu transaksi yang dirancang untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.”<sup>33</sup>

### **b. Karakteristik Jasa**

Sifat –sifat khusus jasa yang menyatakan “diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan” perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam merancang program

<sup>32</sup>M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2004, h.6.

<sup>33</sup>Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: CV ALFABETA, 2015, h

pemasaran.<sup>34</sup> Jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:

1) Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa memiliki sifat tidak berwujud, karena tidak bisa dilihat, diraba, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa tersebut. Pembeli akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat (*place*), manusia (*people*), peralatan (*equipment*), alat komunikasi (*communication material*), simbol-simbol (*symbol*) dan harga (*price*) yang mereka lihat.

2) Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa-jasa pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jika jasa diberikan oleh seseorang maka orang tersebut merupakan bagian dari jasa tersebut. *Client* juga hadir pada saat jasa diberikan, interaksi penyediaan *client* merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa. Baik penyedia maupun *client* akan mempengaruhi hasil jasa tersebut.<sup>35</sup>

3) Beraneka Ragam (*Variability*)

Jasa itu sangat beraneka ragam, karena tergantung kepada yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali

---

<sup>34</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, ...h.28.

<sup>35</sup>Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ...h.11.

pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman ini dan membicarakannya dengan yang lain sebelum memilih seorang penyedia jasa.

#### 4) Tidak Tahan Lama

Jasa-jasa tidak dapat disimpan. Keadaan tidak tahan dari jasa-jasa bukanlah masalah jika permintaannya stabil, karena muda untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan terhadapnya berfluktuasi maka perusahaan jasa menghadapi masalah yang sulit.<sup>36</sup>

### c. Klasifikasi Jasa

Industri jasa sangat beragam, sehingga tidak mudah untuk menyamakan cara pemasarannya. Klasifikasi jasa dapat membantu memahami batasan-batasan dari industri jasa lainnya yang mempunyai masalah dan karakteristik yang sama untuk diterapkan pada suatu bisnis jasa.<sup>37</sup> Menurut Lovelock dalam buku Fandy Tjiptono dalam bukunya pemasaran jasa, jasa dapat diklasifikasikan menjadi berikut.<sup>38</sup>

- 1) Berdasarkan sifat dan tindakan jasa.
- 2) Berdasarkan hubungan dengan pelanggan.
- 3) Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa.
- 4) Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa.

<sup>36</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, ...h.29-30

<sup>37</sup>*Ibid*, h. 31.

<sup>38</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, ...h.34.

5) Berdasarkan metode penyampaian jasa.

#### **d. Bauran Pemasaran Jasa**

Bauran pemasaran jasa adalah pengembangan bauran pemasaran.<sup>39</sup> Bauran pemasaran memiliki empat komponen dalam pemasaran yang terdiri dari 4P diantaranya *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat, termasuk juga distribusi), dan *promotion* (promosi). Karena pemasaran bukanlah ilmu pasti seperti keuangan, teori bauran pemasaran juga terus berkembang. Dalam perkembangannya, dikenal juga istilah 7P dimana 3P yang selanjutnya adalah *people* (orang), *physical evidene* (bukti fisik), *process* (proses).<sup>40</sup>

#### **e. Strategi Pemasaran Jasa**

Dalam menjalankan bisnis di bidang jasa, akan membutuhkan suatu strategi pemasaran juga. Seseorang yang memiliki sebuah bisnis perlu mengetahui perbedaan strategi pemasaran yang menawarkan jasa dengan strategi pemasaran bisnis yang menawarkan produk atau barang, untuk menetapkan strategi pemasaran yang akan digunakan. Usaha di bidang jasa biasanya biasanya memberikan pelayanan kepada konsumen dengan berhubungan secara langsung. Oleh karena itu usaha di bidang jasa ini dapat mengukur keberhasilan strategi pemasaran yang digunakan dengan tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

---

<sup>39</sup>*Ibid*, h.68.

<sup>40</sup>Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2012,h.33.

Untuk menghasilkan jasa yang dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan optimal. Berikut ini 5 strategi pemasaran jasa yaitu :<sup>41</sup>

- 1) Memberikan pelayanan secara efisien. Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan keinginan konsumen, secara tidak langsung hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen untuk kembali lagi menggunakan jasa yang kita tawarkan. Karena pada umumnya, konsumen tidak suka jika menunggu terlalu lama akan pelayanan yang mereka butuhkan.
- 2) Peran karyawan dalam melayani konsumen dengan baik, termasuk daya tarik tersendiri untuk konsumen. Karena citra perusahaan ditentukan oleh kinerja karyawan.
- 3) Penentuan harga yang ditawarkan sebaiknya disesuaikan dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk jasa yang diberikan.
- 4) Penggunaan perkembangan teknologi serta inovasi untuk dapat menghasilkan produk jasa yang mampu memberikan suatu kepuasan yang lebih bagi konsumen. Jika teknologi yang digunakan semakin canggih, maka semakin cepat pula pelayanan yang akan diberikan untuk konsumen.

---

<sup>41</sup>Ihsanti, *Strategi Pemasaran Jasa (penegertian dan karakteristik)*, <https://www.akuntansilengkap.com/pemasaran/pengertian-karakteristik-serta-strategi-pemasaran-jasa/>, (online Kamis 06 Agustus 2020 Pukul 19.14 WIB).



5) Menyesuaikan dengan budaya yang berkembang. Karena budaya yang berkembang saat ini akan mempengaruhi peluang akan pasar jasa.

### 3. Teori Pijat Refleksi

#### a. Pengertian Pijat Refleksi

Pijat atau *massage* adalah cara penyembuhan yang memiliki banyak manfaat bagi semua sistem organ tubuh. Pijat atau *massage* dikenal dengan istilah *touch therapy* artinya perawatan dengan cara memijat bagian-bagian tubuh yang biasanya dilakukan dengan tujuan kesehatan dan kebugaran. Menurut Tairas pijat atau *massage* adalah suatu metode refleksiologi yang bertujuan untuk memperlancar kembali aliran darah pada titik-titik sentral refleksi.<sup>42</sup> Menurut C.K Giam dikutip dalam jurnal Nowo Tri Purnomo *Sport Massage Terhadap Respon Cardio Vascular* menyatakan :

“Pijat (*massage*) adalah manipulasi jaringan lunak tubuh. Manipulasi ini dapat dapat mempengaruhi sistem saraf, otot, pernapasan, sirkulasi darah, dan limfa secara lokal maupun umum.”<sup>43</sup>

Jadi dapat disimpulkan menurut peneliti adalah pijat atau *massage* suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyembuhkan beberapa rasa sakit atau nyeri yang kita rasakan dengan melakukan

---

<sup>42</sup>Vony Fatmawati & Sandi Hartini Hapij, “Pengaruh Pemberian *Massage* Terhadap Ketenangan Siswa Kelas II Sekolah Dasar Dalam Belajar”, Jurnal Iventa, Vol.1, No 1, Maret 2017, h. 78.

<sup>43</sup>Nowo Tri Purnomo, “*Sport Massage Terhadap Respon Cardio Vascular*”, Journal Of Phisical Education And Sports, ISSN 2252-648X, 2014, h. 52.



gerakan-gerakan sesesuai dengan titik saraf yang ada pada tubuh kita. Sedangkan refleksi atau juga disebut refleksiologi merupakan cara memijat tangan, kaki, dan anggota tubuh lain dengan mengarah pada titik pusat urat saraf. Refleksiologi sendiri berasal dari kata refleks, yang artinya suatu gerak cepat yang tidak sengaja tanpa diperintah secara dasar oleh otak. Karena itu, dalam refleksiologi, refleks adalah suatu reaksi yang otomatis salah satu organ tubuh terhadap perangsangan.<sup>44</sup>

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan tersebut salah satunya adalah bekerja. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang sudah memiliki kesanggupan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.<sup>45</sup> Dalam Al- Qur'an surah Al-Mulk Ayat 15 Allah SWT berfirman :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : “Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari

<sup>44</sup>Herlina Widyaningrum, *Pijat Refleksi & 6 Terapi Alternatif Lainnya*, Yogyakarta : Media Pressindo, 2017, h.3-4.

<sup>45</sup>Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002, h.17.

rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”<sup>46</sup>

Berdasarkan dengan kandungan surah Al-Mulk ayat 15 bahwasannya kita sebagai makhluk Allah SWT dianjurkan untuk mencari rezeki dengan memanfaatkan apa yang telah disediakan untuk kita dengan cara mencari pekerjaan yang halal dan dari hasil pekerjaan inilah yang wajib kita syukuri.

Di zaman yang sudah sangat modern ini banyak kita jumpai pekerjaan yang banyak menghasilkan keuntungan salah satunya adalah bekerja dalam mengembangkan bisnis baik itu mengembangkan sebuah produk maupun sebuah jasa sebagai salah satu bentuk pekerjaan yang baik di pandangan Allah *Subhanahu wata'ala*. Negara Indonesia tepatnya, di beberapa kota besar banyak dari beberapa masyarakat telah mengembangkan sebuah bisnis yang telah lama berjalan baik dari segi keterampilan diri maupun yang belum terampil dalam membuka suatu bisnis. Bisnis jasa pijat yang kini telah berkembang menjadi jasa pijat refleksi ini begitu menguntungkan, karena selain dipercaya sebagai metode penyembuhan beberapa penyakit, pijat juga termasuk dalam kegiatan tolong menolong antara sesama manusia. Dan Allah *Subhanahu wata'ala* menganjurkan kita saling tolong menolong dalam kebaikan seperti dalam firman Allah *Subhanahu wata'ala* surah Al-Maidah Ayat 2 :

---

<sup>46</sup>Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Jakarta Timur: CV Darus Sunnah, 2012, h. 561.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

## الْعِقَابِ

Artinya :“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”<sup>47</sup>

Tolong menolong adalah salah satu sikap baik yang sangat disukai Allah *Suhhanahu wata'ala*, dan bisnis jasa dalam bidang pijat refleksi merupakan pekerjaan tolong menolong dalam hal kebaikan. Namun pekerjaan tersebut akan menjadi suatu pekerjaan yang dilarang oleh agama jika pekerjaan tersebut tidak sesuai dengan aturan agama islam contohnya saja jika terapis pijatnya adalah lawan jenis dari konsumen yang dipijat hal ini tidak diperbolehkan dalam islam karena dalam islam memiliki aturan batasan melihat aurat antara lawan jenis dan sesama jenis, dan juga dianjurkan untuk tidak berduaan saja dalam kegiatan pijat memijat tersebut, Rasulullah *shalallahu 'alaihi wasallam* bersabda :

لَا يَخْلُونَ رَجُلٌ بِامْرَأَةٍ إِلَّا وَمَعَهَا ذُو مَحْرَمٍ ۖ

<sup>47</sup>Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Bandung : CORDOBA,2015, h 105.

Artinya : *“Janganlah seorang laki-laki itu berkhalwat (menyendiri) dengan seorang wanita kecuali ada mahram yang menyertai wanita tersebut.[HR Bukhari & Muslim]”*<sup>48</sup>

Dalam kandungan hadis diatas berisi tentang larangan berduaan dengan yang bukan mahramnya kecuali ada mahram yang menemaninya. Begitu begitu pula dengan keterkaitan hadis ini dalam usaha pijat refleksi, bahwasannya dalam kegiatan memijat tersebut diperbolehkan jika dalam satu ruangan tersebut ada mahram yang menemani selama proses kegiatan memijat berlangsung.

### **C. Kerangka Pikir**

Berdasarkan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti, peneliti akan menganalisis bagaimana strategi pemasaran jasa refleksi dalam menarik minat konsumen dalam menggunakan jasanya. Adapun tempat pijat refleksi yang dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini adalah Griya Sehat.

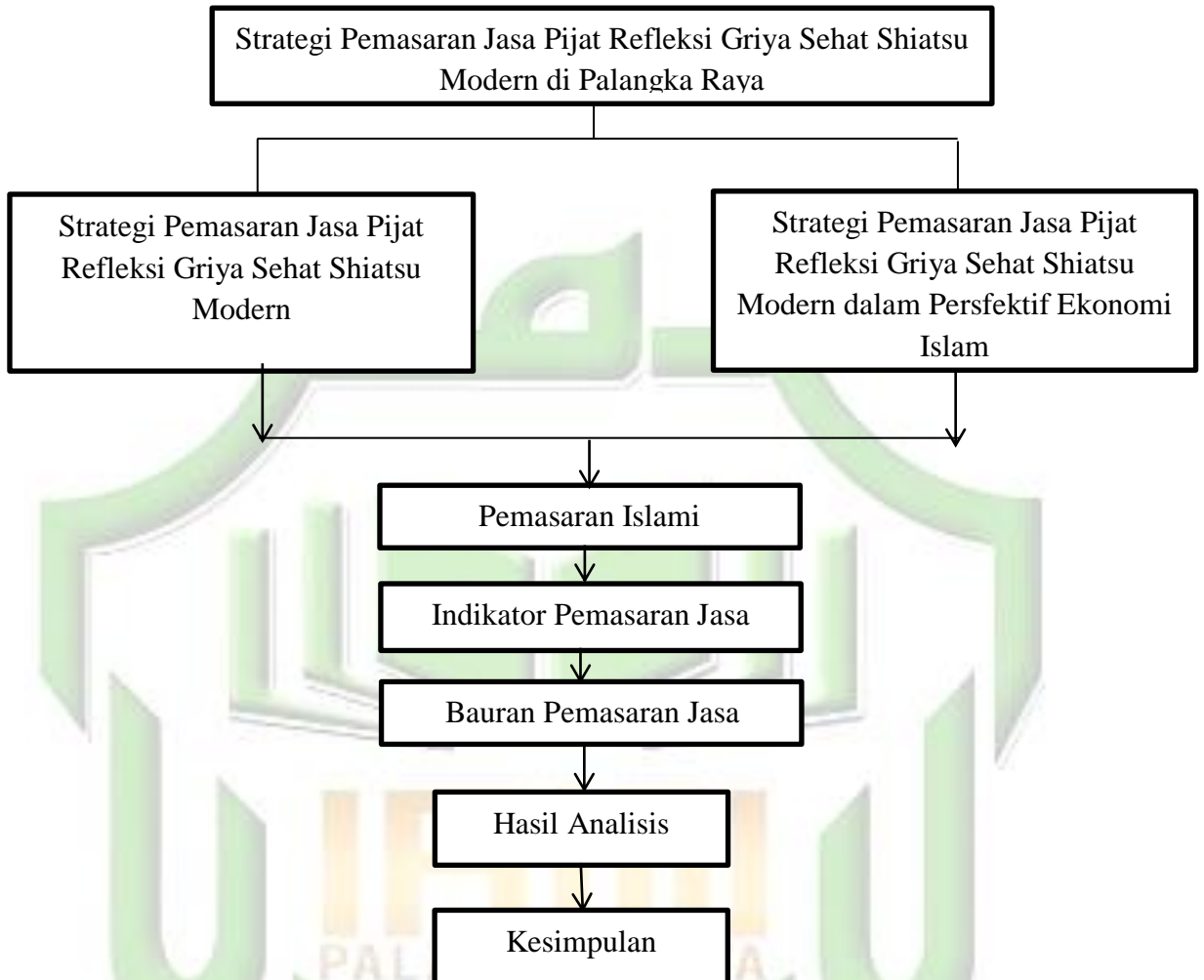
Kerangka pikir dibawah ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa pijat refleksi yang digunakan oleh Griya Sehat dalam penelitian ini menggunakan bauran pemasaran (7P) dari ke tujuh bauran pemasaran tersebut Griya Sehat memasarkan produk pijatnya melalui strategi dalam pelayanan pijatnya yang berbeda dari pijat refleksi yang lain di kota Palangka Raya salah satunya dengan hanya menyediakan pelayanan jasa dalam bentuk produk pijat saja.

---

<sup>48</sup>Muslimah.or.id, *Larangan Berdua-duaan dengan Wanita*, <http://muslimah.or.id/5366-berdua-duaan-dengan-waita.html>, Online 12 Maret 2020.

Terkait hal tersebut dalam penelitian ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi bagaimana strategi yang di gunakan Griya Sehat dalam memasarkan produk pijatnya dalam menarik minat konsumen di Kota Palangka Raya. Adapun kerangka pikir tersebut dapat digambarkan seperti bagan di bawah ini :



**Bagan 2.1****Kerangka Fikir**

Dikembangkan Oleh Peneliti



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu Penelitian dan Tempat**

##### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan yaitu Juli-Agustus setelah proposal diseminarkan dan mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, dengan alokasi waktu penyusunan dan konsultasi skripsi, penelitian di lapangan dan untuk mengumpulkan data dan penyusunan hasil penelitian.

##### **2. Tempat Penelitian**

Adapun penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya” ini dilaksanakan di tempat pijat refleksi Griya Sehat Reflexiology & Shiatsu dikota Palangka Raya. Menurut peneliti dari hasil Observasi cabang Griya sehat Shiatsu Modern dikota palangka Raya terdapat 4 cabang yakni, yang pertama Griya Sehat Shiatsu Modern Jl Cjilik Riwut Km 1, Griya Sehat Shiatsu Modern Jl Rajawali Km 3, Griya Sehat Shiatsu Modern Jl Murjani Km 6, dan Griya Sehat Shiatsu Modern Jl Giobos. Akan tetapi disini tempat yang akan diteliti hanya satu saja yaitu Griya Sehat cabang G.obos sebagai Induk dari seluruh cabang Griya Sehat shiatsu Modern yang ada dikota Palangka Raya. Alasan peneliti dengan memilih refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern

Jl. G.obos sebagai tempat penelitian adalah dikarenakan semua Informasi yang berkaitan tentang penelitian skripsi ini berpusat pada tempat pijat refleksi tersebut dan dengan jumlah pengunjung yang juga sering menggunakan jasa pijat refleksi di Griya Sehat Shiatsu Modern kota Palangka Raya Jl Giobos.

## **B. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang mana pengumpulan datanya melalui lapangan, atau mengamati hal hal yang terjadi di lingkungan sekitar. Menurut Moleong *field research* adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah.<sup>49</sup> Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Metode Kualitatif adalah, suatu penelitian yang berpola investigasi langsung antara peneliti, objek yang diteliti dan orang-orang yang di tempat penelitian. Pada penelitian kualitatif, teori ini

---

<sup>49</sup>Irkhamiyati, *Evaluasi Persiapan Perpustakaan Stikes 'Aisyiyah Yogyakarta dalam membangun Perpustakaan Digital*, Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol.13 No 1, Juni 2017, h. 5.

digunakan sebagai pedoman agar penelitian tidak melenceng dari fakta di lapangan.<sup>50</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deksrifitif, yaitu berupa kata, tertulis maupun secara lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.<sup>51</sup> Pendekatan penelitian ini terdapat pada buku *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa pendekatan merupakan metode atau cara dalam melakukan penelitian non-eksprimen yang dari tujuannya akan diperoleh jenis atau tipe yang diambil.<sup>52</sup>

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang akan diamati sebagai sasaran penelitian.<sup>53</sup> Subjek dalam penelitian ini pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil dari sebuah penelitian. Apabila subjek penelitiannya terbatas dan masih dalam jangkauan sumber daya, maka dapat dilakukan studi, yaitu mempelajari seluruh subjek secara langsung. Sebaliknya, apabila subjek penelitian sangat banyak dan berada di luar jangkauan sumber daya peneliti, atau apabila batasan

---

<sup>50</sup><https://www.kamusq.com/2013/06/penelitian-kualitatif-adalah-pengertian.html?=&=1>, online 15 Maret 2020.

<sup>51</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001, h.6.

<sup>52</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, h.20.

<sup>53</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 72.

tidak mudah untuk didefinisikan, maka dapat dilakukan studi sampel.<sup>54</sup>

Adapun metode yang digunakan untuk mengambil subjek yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan yang mendalam yang dianggap atau diyakini oleh peneliti bahwa sampel yang di gunakan dapat mewakili karakter dari populasi.<sup>55</sup> Menurut Dr. Ibrahim, *purposive sampling* digunakan dalam 3 (tiga) situasi, yaitu:<sup>56</sup>

- a. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* guna memilih responden untuk yang akan memberi informasi penting.
- b. Peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu peneliti cenderung subyektif (misalnya menentukan sampel berdasarkan kategori atau karakteristik umum yang ditentukan sendiri oleh peneliti).
- c. Tatkala peneliti ingin mengidentifikasi jenis responden yang tertentu untuk diadakan wawancara mendalam.

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah penanggung jawab Griya Sehat Shiatsu Modern, dengan menggunakan informan yakni 1 karyawan Griya Sehat Shiatsu Modern beserta konsumen yang berperan menggunakan jasa pijat refleksi di Griya Sehat Shiatsu Modern Jl Giobos kota Palangka Raya.

---

<sup>54</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2007, h.34-35.

<sup>55</sup>Hadi sabari Yunus, *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 302.

<sup>56</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, h.72.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah perilaku dan tabiat orang (jika diambil banyak sekali subjeknya, dari sekelompok masyarakat tertentu misalnya, maka kita bisa memperoleh gambaran perilaku dan sifat tabiat kelompok masyarakat).<sup>57</sup>

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yakni strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya dan strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Modern di Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam

### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Menurut Joko Subagyo, observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.<sup>58</sup> Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data dengan melihat, memperhatikan serta mencermati sesuatu pada apa tampak dalam suatu kegiatan objek sasaran.<sup>59</sup>

Pelaksanaan observasi dilakukan dapat dilakukan tiga cara yaitu observasi langsung , observasi tidak langsung, dan observasi

<sup>57</sup>Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 1990, h.93.

<sup>58</sup>Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2015, h. 63.

<sup>59</sup>H. Abdurrahman Fatoni, *metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011, h.104.

partisipasi. Observasi langsung adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek yang diteliti secara langsung (tanpa perantara). Observasi tidak langsung adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap sesuatu objek melalui perantara, yaitu dengan alat atau cara tertentu. Observasi partisipasi adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melibatkan diri atau ikut serta dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh individu dan kelompok orang yang menjadi objek pengamat.<sup>60</sup>

Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi non partisipan. Dimana peneliti tidak akan ikut berperan serta ambil bagian dalam kehidupan subjek penelitian. Peneliti akan mengadakan observasi menurut dengan kenyataan yang terjadi dilapangan dengan cara melukiskan kata-kata secara cermat dan tepat dengan yang peneliti amati, mencatatnya kemudian mengolahnya menjadi sebuah laporan.

## **2. Wawancara**

Wawancara adalah proses pendapatkan informasi dengan cara tanya jawab langsung dengan responden dan mendengarkan langsung informasi-informasi yang berkenan dengan masalah yang diteliti. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara

---

<sup>60</sup>Maman Abdurrahman, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 20011, h.85-86.



(*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) yang memberi jawaban atas pertanyaan itu.<sup>61</sup>

Pelaksanaan wawancara ini tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang dengan intensitas yang tinggi. Peneliti tidak hanya percaya begitu apa saja yang dikatakan informan, melainkan perlu mengecek dalam kenyataan melalui pengamatan masyarakat. Pedoman wawancara dapat digunakan untuk menghindari peneliti kehabisan pertanyaan.<sup>62</sup>

Melalui tahap wawancara ini, secara umum peneliti ingin menggali data tentang :

- a. Bagaimana strategi griya sehat dalam memasarkan produk atau jasanya dalam menarik minat kosumen?
- b. Bagaimana strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern dalam perspektif ekonomi Islam?

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan suatu bahan yang diperoleh sebagai pendukung dasar atau bahan analisis yang kompleks yang diperoleh melalui metode observasi dan analisis dokumen yang biasa dikenal sebagai *content analysis*. Dokumentasi dapat berupa faktur, surat-surat,

---

<sup>61</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2010, h.72.

<sup>62</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo, 2001, h.63.

jurnal, bahan yang tertulis maupun gambar yang dapat memberikan informasi.<sup>63</sup>

Melalui teknik ini peneliti berupaya untuk mencari data dari hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau apa saja yang memiliki relevansi sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan. Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, hal ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai minat atau tidaknya konsumen dalam menggunakan jasa pijat refleksi di kota Palangka Raya.

#### **E. Pengabsahan Data**

Pengabsahan data merupakan suatu standar untuk meningkatkan derajat kepercayaan terhadap suatu data yang diperoleh. Pengabsahan data ini bertujuan untuk memberikan data yang dapat dipertanggung jawabkan oleh peneliti dalam segala segi.<sup>64</sup> Keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan pengabsahan data dengan cara melakukan pengecekan data dengan berbagai cara dan waktu. Menurut Menurut Denzin yang dikutip Moleong ada empat macam triangulasi yaitu:<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*, Yogyakarta: BPFE, 2016, h. 146

<sup>64</sup>Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Padang: Sukabina Perss, 2016, h. 65.

<sup>65</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian*, h. 330.

1. Triangulasi Sumber (data)

Triangulasi sumber digunakan dengan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Penyidik

Pada triangulasi penyidik dilakukan dengan cara memanfaatkan pada peneliti atau suatu pengamat lainnya yang diperlukan untuk pengecekan kembali pada derajat kepercayaan suatu data atau informasi.

4. Triangulasi Teori

Triangulasi teori ini digunakan berdasarkan anggapan pada fakta tertentu jika tidak dapat diperiksa derajat suatu kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, maka dalam hal tersebut dinamakan penjelasan banding.

Teknik pengabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yakni hal ini dimaksudkan untuk membandingkan

dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang melalui waktu dan alat yang berbeda dengan jalan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan informan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi dari supervisor.
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>66</sup>

#### **F. Analisis Data**

Analisis data adalah suatu proses penyusunan terhadap data agar data tersebut dapat diinterpretasikan dengan baik. Dengan langkah pengumpulan data, perbaikan terhadap kerangka data agar lebih akurat, yang tepat maka akan memberikan makna kepada analisis dan akan mempermudah penelitian berikutnya.<sup>67</sup>

Dalam analisis data diperlukan beberapa tahap untuk dilakukan, berikut tahapan-tahapan yang dijelaskan Ibrahim dalam bukunya metode penelitian kualitatif yaitu :<sup>68</sup>

1. *Collection* atau pengumpulan data adalah mengumpulkan data sebanyak mungkin mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

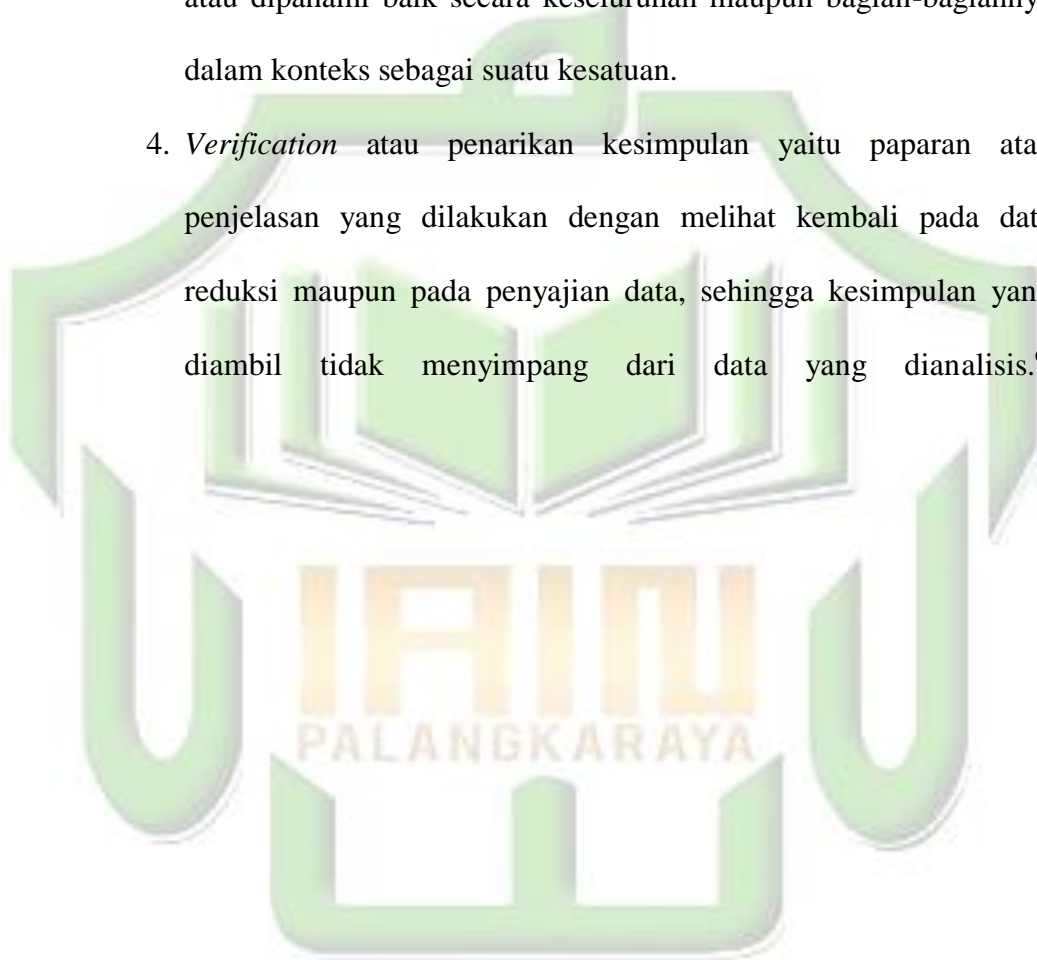
---

<sup>66</sup>Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*,... h. 178

<sup>67</sup>Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2008, h. 95.

<sup>68</sup>Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*, h.124.

2. *Reduction* atau pengurangan data yaitu proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pengelompokkan data yang telah diperoleh ketika melakukan penelitian
3. *Display* atau penyajian data yaitu menyajikan data dari hasil reduksi data dalam laporan secara sistematis agar mudah dibaca atau dipahami baik secara keseluruhan maupun bagian-bagiannya dalam konteks sebagai suatu kesatuan.
4. *Verification* atau penarikan kesimpulan yaitu paparan atau penjelasan yang dilakukan dengan melihat kembali pada data reduksi maupun pada penyajian data, sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis.<sup>69</sup>



---

<sup>69</sup> *Ibid*, h.108-111.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Letak Geografis Kota Palangka Raya**

Kota Palangka Raya merupakan merupakan ibu kota Kalimantan Tengah, sebuah kota yang indah dengan beragam budaya dan keindahan alamnya, sebuah kota yang mengalir ditengahnya sungai cantik (Sungai Kahayan) dengan pemandangan khas tropis sebagai salah satu sarana roda perekonomian dan kegiatan penduduk.<sup>70</sup> Secara geografis letak kota Palangka Raya terletak pada 113°30' - 114°07' Bujur Timur dan 1°35' - 2°24' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km<sup>2</sup> (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan :

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Gunung Mas
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Pulang Pisau
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Pulang Pisau
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Katingan

---

<sup>70</sup>Admin, Kota Palangka Raya, Kota Impian, [http://www.getborneo.com/kota - palangkaraya--kota-impian/](http://www.getborneo.com/kota-palangkaraya--kota-impian/), (online : 24 Juni 2020)



Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sabangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan rakumpit dengan Luas wilayah masing-masing 119,37 Km<sup>2</sup>, 641,51 Km<sup>2</sup>, 387,53 Km<sup>2</sup>, 603,16 Km<sup>2</sup>, dan 1.101,95 Km<sup>2</sup>.<sup>71</sup>

**Tabel 4.1**

**Luas Wilayah Kota Palangka Raya**

No	Kecamatan	Luas
1	Pahandut	117,25 Km <sup>2</sup>
2	Sebangau	583,50 Km <sup>2</sup>
3	Jekan Raya	352,62 Km <sup>2</sup>
4	Bukit Batu	572,00 Km <sup>2</sup>
5	Rakumpit	1 053,14 Km <sup>2</sup>
6	Palangka Raya	2678,51 Km <sup>2</sup>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya,2015

## 2. Gambaran tentang Sejarah Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern

### a. Griya Sehat

Griya sehat merupakan sebuah tempat usaha bisnis yang berkembang dalam bidang jasa pijat yakni didalam suatu usaha bisnis ini mereka menyediakan berbagai macam inovasi diantaranya seperti pijat refleksi, pijat shiatsu, dan pijat modern lainnya. Selain melayani jasa pijat refleksi griya sehat juga menyediakan jasa untuk perawatan kecantikan seperti pijat lulur dan menjual berbagai macam produk

<sup>71</sup>Palangkaraya.go.id:Tanggal 25 Juni 2020

kesehatan lainnya. Griya Sehat Shiatsu Modern didirikan oleh Hariono pada tahun 1989 di Blok i . No. 02A. Kelapa Gading Jakarta Utara dan juga memiliki cabang di beberapa Indonesia termasuk di Provinsi Kalimantan Tengah kota Palangka Raya, yang mana dibangun pertama kali pada tahun 2013 yang ditugaskan kepada Baban selaku ketua pengelola Griya Sehat Shiatsu Modern diseluruh kalimantan dan kota Palangka Raya tepatnya di jalan Giobos sebagai induk dari beberapa cabang Griya Sehat shiatsu Modern yang lainnya dikota Palangka Raya. Pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern memiliki jumlah karyawan beserta terapis pijat yang memiliki keahlian khusus dibidang pijat dengan jumlah 12 karyawan dengan dilengkapi fasilitas yang disediakan di Griya sehat Shiatsu Modern Jalan G.obos Palangka Raya.<sup>72</sup> Berikut tabel jumlah karyawan dan fasilitas yang ada di Griya Sehat Shiatsu Modern jalan G.obos kota Palangka Raya :

**Tabel 4.2**

**Karyawan Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.obos Palangka Raya**

No	Terapis	Administrasi
1	10 Orang	2 Orang
2	Jumlah	12 Orang

Sumber : Griya Sehat Shiatsu Moden Jl G.obos Palangka Raya

<sup>72</sup>Wawancara dengan subjek Y selaku penanggung jawab Griya Sehat pada tanggal 04 September 2020.

**Tabel 4.3****Fasilitas Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.Obos Palangka Raya**

No	Nama Fasilitas	Jumlah
1	Ruangan/ kamar	20 Kamar
2	Kasur	20 Buah
3	Wifi	1 Buah
4	AC	4 Buah
5	WC	2 Ruangan

Sumber: Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G. obos Palangka Raya

Selain menyediakan fasilitas di dalam ruangan griya sehat shiatsu modern Jl G.obos, mereka menyediakan produk pijat refleksi dan produk pijat lulur, serta produk kesehatan lainnya diantaranya seperti rincian pada tabel berikut yang terdiri dari daftar produk pijat refleksi, produk lulur, tariff harga, dan waktu penggunaan pijat refleksi.

**Tabel 4.4****Produk Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.obos Palangka Raya**

No	Daftar Pijat Refleksi	Jam	Harga
1	Pijat Shiatsu	60 menit	Rp.75.000
2	Refleksi Kebugaran	90 menit	Rp.100.000
3	Massage Full	90 menit	Rp.100.000
4	Kombinasi	120 menit	Rp.125.000

Sumber: Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.obos Palangka Raya

**Tabel 4.5**  
**Produk Pijat Lulur Griya Sehat Shiatsu Modern Jl. G.obos**  
**Palangka Raya**

No	Daftar Pijat Lulur	Jam	Harga
1	Massage Lulur Azzarine	120 menit	Rp. 150.000
2	Massage Lulur Tradisional	120 menit	Rp.175.000
4	Massage Lulur Emas/Berlian	120 menit	Rp.250.000
5	Massage Lulur Marta Tilaar	120 menit	Rp.250.000

Sumber: Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.obos Palangka Raya

Pijat refleksi merupakan pijat yang berupa relaksasi bagi tubuh kita yang mana dalam penerapan pijat tersebut berguna untuk menghilangkan rasa lelah dan letih sehabis kita beaktivitas setiap harinya, selain membuat tubuh merasa nyaman dan kembali sehat lagi pijat refleksi juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh kita diantaranya adalah sebagai berikut :

1) Mengurangi Kegelisahan

Hal ini karena sebuah penelitian menunjukkan bahwa pijat refleksi mampu membantu kondisi psikologis yang terganggu. Maka hal ini, berhubungan dengan mood secara langsung. Setelah refleksi, maka kita akan merasa lebih rileks.

## 2) Mengobati kanker

Titik-titik yang ditekan pada saat pijat akan mempengaruhi kerja organ pada tubuh. Hal ini mampu membantu pasien kanker untuk meningkatkan nafsu makan, menegah kelelahan, gangguan tidur, gangguan pencernaan hingga mood atau suasana hati.

## 3) Melancarkan Peredaran Darah

Ada satu titik di telapak kaki yang berhubungan langsung dengan jantung dan pembuluh darah. Maka, jika pijat refleksi dilakukan secara benar, maka akan mempengaruhi fungsi jantung dan kesehatannya. Hal ini dikarenakan efek dari tekanan yang diterima saat refleksiologi sama dengan refleks baroreseptor yang ditimbulkan tubuh untuk mengontrol fungsi jantung.

## 4) Baik untuk penderita Diabetes Mellitus Tipe 2

Sebuah studi menunjukkan bahwa ada hubungan antara pijat refleksi dengan penderita diabetes. Pasien diabetes yang rutin melakukan pijat refleksi ternyata memiliki kadar darah yang terkontrol dan mengalami komplikasi yang lebih sedikit.

## 5) Meredakan Sakit Kepala

Dengan pijat refleksi ternyata juga mampu meredakan sakit kepala. Sebuah penelitian menunjukkan sebanyak 81% pasien yang mengalami sakit kepala melakukan refleksi selama 3 bulan dan hasilnya mereka mengurangi hingga menghentikan penggunaan obat sakit kepala.

#### 6) Melepaskan Racun Pada Tubuh

Pijat refleksi mampu meningkatkan fungsi kandung kemih dan mengurangi masalah saluran kandung kemih. Hal ini akan berpengaruh pada sistem toksinasitas tubuh menjadi lebih baik untuk menghilangkan racun pada tubuh . maka, racun dalam tubuh akan keluar dan akan lebih sehat.

#### 7) Mempercepat Penyembuhan

Saat pijat refleksi maka terjadi peningkatan aktivitas saraf, peningkatan sirkulasi darah dan keseimbangan metabolisme. Sel-sel bisa tumbuh lebih cepat yang menjadikan penyembuhan luka lebih cepat.<sup>73</sup>

### **B. Hasil Penelitian**

Peneliti telah menetapkan subjek yang akan diteliti yakni tempat pijat refleksi cabang Griya Sehat Modern Shiatsu kota Palangka Raya Jalan G.obos sebagai induk dari seluruh cabang Griya Sehat Shiatsu Modern yang ada dikota Palangka Raya. Adapun subjek tersebut meliputi penanggung jawab Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya dengan dilengkapi informasi berupa informan yakni meliputi salah satu karyawan Griya Sehat Shiatsu Modern dan 3 Konsumen yang pernah menggunakan jasa pijat refleksi di Griya Sehat Shiatsu Modern di jalan G.obos kota Palangka Raya.

---

<sup>73</sup>Lakopon, 7 *Manfaat Pijat Refleksi yang Ternyata Baik untuk Kesehatan*, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3203246/7-manfaat-pijat-refleksi-yang-ternyata-baik-untuk-kesehatan>, (online pada Tanggal 25 Juli 2020 pukul 22.13 WIB)



Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini secara rinci yakni tentang strategi dalam pemasaran jasa pijat refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Kota Palangka Raya peneliti melakukan analisis hasil dari wawancara dengan menggunakan indikator pemasaran jasa yaitu bauran pemasaran jasa seperti di pembahasan teori dengan mencocokkan teori yang ada dengan hasil dari wawancara.

Dalam penyajian hasil dari analisis penelitian ini, peneliti akan menguraikan beberapa hasil dari wawancara yang mana dalam penelitian ini peneliti akan memilah data yang sesuai untuk menjawab rumusan masalah dan memaparkannya tanpa mengurangi dan melebihi data dari hasil wawancara. Adapun hasil dari penelitian ini, peneliti menguraikan hasil wawancara sebagai berikut :

#### **1. Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Kota Palangka Raya**

Pada hasil wawancara dengan penanggung jawab dari Griya Sehat Shiatsu Modern Jalan G.obos Palangka Raya, peneliti ingin mencari tahu bagaimana strategi pemasaran yang digunakan berdasarkan dari 7 indikator bauran pemasaran jasa, yakni sebagai narasumber dari wawancara dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Y  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Jabatan di tempat kerja : Penanggung Jawab (pengawas)  
Alamat : Jln RTA. Milono

- a. Strategi apa saja yang digunakan dalam memasarkan jasa pijat refleksi di Griya Sehat Shiatsu Modern. Apakah ada strategi pemasaran yang berbeda daripada pemasaran pijat refleksi yang yang lainnya?

*“Kalo penerapan strateginya saya sebagai penanggung jawab disini diberikan tugas untuk mengawasi sekaligus memasarkan produk pijat yang ada disini ke media sosial mba nah ini sama aja sih kaya yang pijat refleksi yang lainnya karena sekarang banyak penggunaan media sosial kaya facebook, whatsapp. Kalau strategi yang lain kami di sini itu nggk kaya pijat refleksi yang lainnya mba, tapi kalo buat griya sehat sendiri kami itu buka on time selama 24 jam dan griya sehat ini adalah satu-satunya di kota palangka yang buka nya 24 jam.”<sup>74</sup>*

“Kalau penerapan strategi saya sebagai penanggung jawab diberikan tugas untuk mengawasi sekaligus memasarkan produk pijat yang ada disini dengan menggunakan media sosial dan hal ini sama seperti tempat pijat refleksi yang lainnya, hal ini dikarenakan sekarang banyak penggunaan media sosial diantaranya seperti facebook, whatsapp. Selain itu strategi pemasaran dari griya sehat shiatsu modern yang berbeda dari tempat pijat refleksi lainnya adalah dengan membuka jam operasional selama 24 jam dan griya sehat shiatsu modern ini merupakan satu-satunya dikota Palangka Raya yang beroperasi selama 24 jam setiap saat.

Berdasarkan hasil wawancara dari subjek Y dengan menyesuaikan rumusan masalah didalam penelitian ini menjelaskan bahwa, strategi pemasaran griya sehat sendiri itu sama dengan strategi pemasaran pijat refleksi yang lainnya dengan memasarkan produk pijat mereka melalui media sosial sedangkan untuk strategi khususnya yang membuat mereka berbeda dari tempat pijat refleksi itu ada dua startegi yakni dengan membuka fasilitas hanya melayani pijat refleksi, pijat capek dan pijat badan yang lainnya seperti pijat lulur dan lain-lain. Dan strategi yang lainnya yakni dengan waktu beroperasi selama 24 jam. Menurut dari

---

<sup>74</sup>Wawancara dengan Y selaku subjek penanggung jawab Griya Sehat Shiatsu Modern pada tanggal 14 September 2020.

subjek Y satu satunya tempat pijat refleksi yang buka 24 jam dikota Palangka Raya itu hanya griya sehat.

b. Apa saja bentuk produk pelayanan jasa pijat dari Griya Sehat yang diberikan kepada konsumen?

*“Produk yang disediakan disini itu kaya produk pijat mba seperti pijat shiatsu dan juga banyak pilihan pijat apa aja yang buat konsumen itu bisa mudah memilih produk pijat kami menyediakannya dalam bentuk daftar pijat seperti brosur nah didalam brosur itu ada banyak pilihan pijat apa aja. Kalau yang seperti mba liat disini banyak produk kesehatan terus ada produk kecantikan juga ini juga termasuk salah satu upaya untuk bikin konsumen itu sekalian tertarik juga sama produk kami dan bisa langsung membeli ditempat. ”*

“Produk yang kami sediakan disini adalah produk pijat seperti pijat shiatsu dan juga banyak pilihan produk pijat. Tentunya kami menyediakan pilihan produk pijat apa saja dalam bentuk brosur sehingga dapat memudahkan konsumen untuk memilih pijat apa saja yang mereka inginkan. Selain itu seperti yang mba lihat disini juga kami menyediakan beberapa macam produk seperti kesehatan, kecantikan hal ini kami sediakan juga agar konsumen tertarik dengan produk yang sudah kami sediakan dan dapat membeli produk tersebut tanpa harus membeli di tempat lain.<sup>75</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dari subjek Y menjelaskan bahwa produk pijat yang diberikan kepada konsumen yang mana sesuai dengan indikator pemasaran jasa tentang produk adalah mereka menyediakan beberapa pijat, diantaranya pijat *shiatsu*, pijat refleksi kebugaran, pijat lulur dan lain-lain. Dan mereka dari griya sehat itu menyediakan langsung menu daftar pijat yang nantinya akan dipilih langsung oleh konsumen. Yang mana didalam menu daftar pijatnya itu dicantumkan agar memudahkan konsumen atau pelanggan dalam memilih pijat yang mereka inginkan.

---

<sup>75</sup>Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.

- c. Berapakah dikenakan tarif harga dan durasi waktu dalam pelayanan pijat refleksi di griya sehat?

*“Penetapan tarif ini disesuaikan dengan durasi waktu pijatnya berlangsung mba dan penetapan tarifnya ini sudah kami tetapkan juga di brosur dengan sekalian daftar pijat yang sudah saya sampaikan sama mba sebelumnya. Contohnya kaya pijat massage full body itu dursi watunya 90 menitan dengan tarif 100 ribu.”<sup>76</sup>*

“Penetapan harga dalam penggunaan pijat disesuaikan dengan durasi selama pijat tersebut berlangsung. Penetapann harga dan waktu disini sama halnya dengan penetapan pilihan daftar pijat yang sudah saya jelaskan sebelumnya, jadi dalam satu brosur tersebut sudah tertera pilihan pijat lengkap dengan durasi dan tarif harga. Contohnya pijat massage full body dengan durasi waktu 90 menit dikenakan tarif 100 ribu”

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber Y dengan menyesuaikan indikator pemasaran jasa dari segi harga, menjelaskan bahwa untuk tarif harga telah menyesuaikan dengan waktu pemijatan tersebut berlangsung. Dengan adanya pilihan daftar pijat yang sudah ditentukan dalam daftar harga dan jam beserta pilihan pijatnya. Hal ini agar memudahkan pelanggan untuk memilih pijat apa saja yang diinginkan dengan mengetahui harga dan waktunya. Dengan pilihan menu pijat diantaranya adalah pijat massage full body dengan durasi selama 90 menit dan dikenakan tarif sbesar 100 ribu.

- d. Berapakah jumlah kamar di Griya sehat shiatsu modern beserta fasilitas yang disediakan untuk pelanggan atau konsumen?

*“Untuk jumlah kamar yang ada disini sebanyak 20 kamar mba terdiri dari dua lantai. Kalua unuk fasilitas yang lainnya itu kaya Kasur itu unuk konsumen sama kami sediakan sebanyak 20 kasur untuk dua*

---

<sup>76</sup>Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.

*lantai juga jadi masing masing itu dari kamarnya ada 10 mba, disini juga menyediakan free wifi, ac dan wc”<sup>77</sup>*

“Jumlah kamar yang terdapat didalam ruangan ini sebanyak 20 kamar yang terdiri dari dua lantai dengan lantai satu jumlah kamar 10 ruangan dan 10 kamar di lantai dua. Adapun bentuk fasilitas lainnya yang kami sediakan disini seperti Kasur dengan jumlah yang sama yaitu sebanyak 20 kasur untuk dua lantai dan masing-masing jumlahnya sama 10 kasur, dan fasilitas lainnya seperti wifi gratis, ac dan wc

Berdasarkan hasil dari wawancara narasumber Y dengan menyesuaikan indikator pemasaran jasa yakni dari segi tempatnya, menunjukkan bahwa, jumlah kamar yang disediakan di griya sehat shiatsu modern diantaranya sebanyak 20 ruangan yang mana ruangan tersebut terbagi menjadi 2 tingkat. 10 kamar untuk lantai satu dan 10 kamar lainnya di lantai 2 adapun bentuk fasilitas lainnya yang disediakan diantaranya seperti Kasur dengan jumlah yang sama seperti jumlah kamar yaitu sebanyak 20 kasur, dan fasilitas lainnya yang juga disediakan yaitu Ac, wifi, dan Wc.

e. Bagaimana promosi produk pijat refleksi dari Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya?

*“Promosi pijat refleksi dari griya sehat itu aya tadi yang pertama saya bilang ke mba sebelumnya, lewat media sosia kaya facebook, Whatsapp, ig. Nah kalo caranya itu seperti pasang iklan di media sosialnya itu, juga pemasangan banner dipinggir jalan tapi ini berlaku setiap griya sehat baru buka aja mba, kalau hari hari biasa promosinya lebih ke pemasangan iklan. Pemasangan iklanya pun biasa kami itu lewat aplikasi traveloka gitu, dan ada juga dari saya sebagai penanggung jawab disini mengenalkan produk yang ada di griya sehat kepada masyarakat dekat sini. Promo ini juga berlaku untuk pemotongan harga dan ini sama dikenakan promo potongan harga ini setiap griya sehat baru buka, ada juga kalau juga tapi ini*

---

<sup>77</sup>Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.



*pas baru buka griya sehatnya itu, bentuk potongan harganya itu harga yang awalnya 100 ribu itu jadi 50 ribu itu untuk semua pijat yang ada di griya sehat.”<sup>78</sup>*

“Promosi pijat refleksi yang disediakan di griya sehat sama seperti dengan yang saya katakan di awal tadi melalui media sosial saja seperti facebook , Whatsapp, instagram, traveloka adapun cara promosinya itu seperti pemasangan iklan di media sosial dan tersebut. bentuk promosi lainnya juga kami terapkan diantaranya pemasangan banner dipinggir jalan akan tetapi, pemasangan banner ini berlaku hanya pada saat griya sehat baru beroperasi saja, selain itu bentuk promosi lainnya yaitu dengan mengadakan promo pemotongan harga yang awalnya dikenakan tarif 100 ribu karna adanya diskon menjadi 50 ribu saja untuk semua pijat yang disediakan griya sehat.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Y dengan menyesuaikan indikator bauran pemasaran jasa yakni dalam segi promosi menunjukkan bahwa, cara Griya sehat dalam mempromosikan produk pijat refleksi mereka dengan menggunakan media sosial seperti ig, facebook, wa, dan mereka juga menyediakan promosi dalam bentuk aplikasi seperti traveloka. Hal ini dikarenakan di zaman yang serba modern ini banyak masyarakat kota Palangka Raya yang juga menggunakan media sosial. Oleh karena itulah Griya sehat memasarkan produk pijat refleksinya melalui media sosial. Dan dijelaskan kembali dari hasil wawancara narasumber Y promosi juga dilakukan lewat pemasangan *banner* atau spanduk akan tetapi, untuk pemasangan *banner* ini berlaku ketika griya sehat baru berjalan atau baru beroperasi. Mereka juga mengadakan promo berupa potongan harga misalnya harga sebelum penggunaan jasa pijat refleksi adalah sebesar 100 ribu akan mendapat potongan harga menjadi 50 ribu saja dan ini sama berlakunya dengan

---

<sup>78</sup>Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.



pemasangan *banner* yakni ketika Griya sehat baru berjalan atau baru beroperasi dikota Palangka Raya

f. Berapakah jumlah karyawan dalam mengoperasikan Griya Sehat ?

*“Jumlah karyawan yang ada disini yang di jalan G.obos ini ada 12 karyawan dengan terapisnya ada 10 orang dan 2 sisanya itu jadi administrasi. Ini sama aja sama cabang yang lainnya total karyawannya itu segitu mba.jadi kalua untuk jumlah keseluruhan karyawan ada kurang lebih 40 an orang.”<sup>79</sup>*

“Jumlah karyawan yang terdapat di Griya Sehat jalan G.obos ini ada 12 karyawan dengan rincian 10 terapis pijatnya dan 2 karyawan lainnya sebagai administrasi, dan ini berlaau untuk semua cabang griya sehat dengan jumlah karyawan yang sama dan jika di jumlah menjadi kurang lebih 40an karyawan.”

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan narasumber Y dengan menyesuaikan indikator bauran pemasaran jasa yakni dalam segi SDM (Sumber Daya Manusia) yakni karyawan yang bekerja di Griya sehat shiatsu modern di jalan G.obos Palangka Raya. Jumlah karyawan Griya sehat shiatsu modern jalan G.obos adalah sebanyak 12 orang karyawan dengan rincian 10 terapis pijat dan 3 karyawan lainnya sebagai administrasi dan untuk seluruh karyawan yang ada di Griya sehat shiatsu modern ada sekitar kurang lebih 40 karyawan

g. Bagaimanakah proses penggunaan jasa pijat refleksi di Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya?

*“Proses pemijatan yang berlangsung seperti pijat shiatsu itu teknik tinjakan, selama 60 menit aja itu dalam bentuk tinjakan saja, pijatannya cuma pijat di bagian kepala aja. Untuk pijat ini ada teknik*

---

<sup>79</sup>Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.

*khususnya mba. Kalau untuk pijat refleksi kebugaran itu lewat titik syaraf tangan dan kaki saja.*<sup>80</sup>

“Proses pemijatan seperti pijat siatsu adalah sebuah teknik pijat yang berbentuk tinjakan selama 60 menit, dan untu pemijatan hanya memijat bagian kepala saja dengan menggunakan tenik khusus dari para terapis pijat, sedangkan pijat refleksi kebugaran proses berlangsungnya yaitu dengan memijat bagian syaraf yang berada di tangan dan kaki konsumen.”

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber Y menyesuaikan indikator bauran pemasaran jasa yakni dari segi alur atau cara pelaksanaan pijat refleksi di griya sehat menunjukkan bahwa, dari segi penggunaan jasa pijat tentunya ada cara-cara atau teknik tertentu didalam proses pemijatan tersebut diantaranya seperti pijat *shiatsu* yang mana teknik pijat ini hanya menggunakan teknik tinjakan pada saraf -saraf tertentu kecuali kepala. Teknik pijat shiatsu ini berdurasi selama 60 menit atau setara dengan 1 jam durasi tinjakan dan khusus bagian kepala itu dipijat seperti biasa. Dan untuk pijat refleksi kebugaran itu teknik pemijatannya adalah melalui titik saraf tangan dan kaki saja, dan melalui titik saraf itu biasanya akan dilakukan teknik pemijatan.

- h. Bagaimana cara griya sehat shiatsu modern membuat konsumen nyaman dengan keadaan sekitar baik itu dari segi dekorasi ruangan kamar maupun bentuk keadaan sekitar yang terdapat di dalam ruangan griya sehat shiatsu modern jalan G.obos Palangka Raya?

*“Untuk membuat konsumen nyaman berada dalam ruangan griya sehat yang paling penting itu adalah dari segi kebersihan ruangan, dan kami menggunakan dekorasi yang memang sangat terkesan tradisional mba contohnya saja dalam ruangan kamar tersebut*

---

<sup>80</sup> Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.

*masing-masing kamar itu kami pasang lampu penerang yang tidak terlalu terang, lalu dalam setiap ruangan tersebut kami memberikan nuansa relaksasi badan dengan menggunakan melodi nada yang soft yang kaya musik yang khusus di tempat reflesi gitu mba serta pengharum ruangan yang khas dari Griya sehat sendiri.”<sup>81</sup>*

“Agar konsumen merasa nyaman saat sedang berkunjung ke griya sehat ini yang paling penting bagi kami adalah dengan menyediakan tempat yang bersih, dan kami memberikan dekorasi ruangan yang mendominasi lebih tradisional, contohnya dalam setiap ruangan kamar masing-masing kamar diberi lampu penerang yang tidak terlalu terang, kemudian dalam satu ruangan kamar kami menyediakan nuansa relaksasi badan dengan memutar melodi nada yang soft atau music khusus untuk tempat pijat refleksi dengan dilengkapi pengharum ruangan yang khas dari Griya sehat.”

Berdasarkan hasil dari wawancara dari subjek Y dengan menyesuaikan indikator bauran pemasaran jasa menyatakan bahwa, griya sehat shiatsu modern yang paling mereka utamakan adalah dari segi kebersihan ruangan kamarnya selain itu mereka juga menyediakan dekorasi ruangan yang sangat terkesan tradisional hal ini karena didalam ruangan tersebut dilengkapi dengan nuansa lampu penerang yang tidak terlalu terang dan tidak membuat mata konsumen sakit saat berada di dalam ruangan kamarnya, selain itu didalam ruangan kamar griya sehat ini juga diputarkan musik yang membuat rileks tubuh dan juga ditambah dengan pengharum ruangan khas dari Griya Sehat Shiatsu Modern.

## **2. Informan Karyawan Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.obos Palangka Raya**

Informan merupakan data pendukung dari subjek yang dipilih dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian ini terdiri dari karyawan dan para

---

<sup>81</sup>Wawancara dengan Y pada tanggal 14 September 2020.

konsumen Griya Sehat Shiatsu Modern Jalan G.obos Palangka Raya. Informan karyawan Griya Sehat Shiatsu Modern Jalan G.obos Palangka Raya dengan inisial KDT jenis kelamin perempuan tinggal di Jalan Murjani Palangka Raya berikut hasil wawancara:

- a. Strategi apa saja yang digunakan dalam memasarkan jasa pijat refleksi di Griya Sehat ini. Apakah ada strategi pemasaran yang berbeda daripada pemasaran pijat refleksi yang lainnya?

*“Jadi kalau untuk strategi pemasarannya disini yang saya tau mba sama seperti kaya tempat pijat refleksi yang lainnya lewat media sosial kaya Facebook, Instagram, Whatsapp. Untuk bentuk strategi yanglainnya itu ada mba kaya jam bukanya griya sehat ini tu 24 jam dengan melayani dan menyediakan produk khusus pijat saja seperti pijat capek, pijat refleksi shiatsu dan pijat lulur, disini juga disediakan produk lainnya mba seperti produk kecantikan,dan kesehatan ”<sup>82</sup>*

“Strategi pemasaran griya sehat ini sama dengan pemasaran tempat pijat lainnya mba diantaranya melalui media sosial facebook, Instagram, dan whatsapp. Untuk strategi khusus itu adalah jam beroperasinya griya sehat selama 24 jam, disini juga melayani dan menyediakan produk khusus pijat saja seperti pijat capek, pijat refleksi shiatsu dan pijat lulur selain itu juga menjual produk lain seperti produk kesehatan dan kecantikan

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber KDT selaku karyawan griya sehat menunjukkan bahwa, strategi pemasaran jasa pijat refleksi Griya sehat shiatsu modern yaitu dengan melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp dan untuk strategi yang lain sehingga membuat griya sehat shiatsu modern menarik perhatian konsumen adalah jam beroperasinya selama 24 jam. Selain itu mereka juga menjual produk lainnya seperti produk kesehatan dan kecantikan.

---

<sup>82</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.

- b. Apa saja bentuk produk pelayanan jasa pijat dari Griya Sehat yang diberikan kepada konsumen?

*“Jadi produk pelayanan pijat refleksi yang disediakan atau yang kami tawarkan ke konsumen diantaranya seperti yang ada di daftar ini mba ini daftar pijat apa aja yang ada di griya sehat disini., kaya pijat refleksi kebugaran, pijat shiatsu, Massage full body, pijat kombinasi, dan juga ada pijat khusus malam, dan perawatan lulurnya.”<sup>83</sup>*

“Produk pijat refleksi yang kami sediakan ini diantaranya seperti yang ada di daftar pijat ini mba, disini banyak terdapat pilihan pijat yang diinginkan konsumen. Adapun macam produk pijat yang terdapat dalam daftar pijat griya sehat ini seperti pijat refleksi kebugaran, pijat shiatsu, pijat massage full body, pijat kombinasi, pijat lulur dan lain-lain.”

Berdasarkan hasil dari wawancara narasumber KDT selaku karyawan Griya sehat menjelaskan bahwa, produk pelayanan pijat refleksi griya sehat shiatsu modern menawarkan berbagai produk jasa pijat refleksinya melalui daftar yang sudah tertulis di kertas brosur. Didalam kertas brosur tersebut itu tertera daftar pijat refleksi yang nantinya akan di pilih langsung dari konsumen. Adapun macam jenis produk pijat refleksinya diantaranya seperti pijat refleksi kebugaran, pijat *massage full body*, pijat refleksi kombinasi, dan juga griya sehat menyediakan pelayanan pijat lulur badan.

- c. Berapakah dikenakan tarif harga dan durasi waktu dalam pelayanan pijat refleksi di griya sehat?

*“Iya kalau dari jenis harga sama waktunya udah sesuai dengan aturan aja mba seperti yang dibilang sama pengawasnya, udah tercantum juga di brosur produk pijat nya juga. Semisal pijat massage*

---

<sup>83</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.



*full body yang durasi waktunya selama 90 menit dikenakan tariff harga 100 ribu.*”<sup>84</sup>

“Jenis harga sama waktunya itu udah sesuai dengan aturan saja sama seperti yang sudah dijelaskan oleh penanggung jawab, dan untu harga beserta waktu berlangsungnya pijat itu juga sudah ada di daftar pijatnya contoh pijat nya seperti pijat massage full body dengan waktu 90 menit dikenakan tariff sebesar 100 ribu.”

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber KDT selaku karyawan griya sehat shiatsu modern jalan g.obos menjelaskan bahwa, untuk daftar harga dan durasi waktu pelayanan pijat refleksi ini menurut narasumber sudah ditentukan berdasarkan dengan list harga yang mana sudah terdapat di brosur bersama menu daftar pijat refleksinya. Sebagaimana dari hasil wawancara contoh pijat massange full body dengan tarif harga sebesar 100 ribu dengan durasi waktu 90 menit.

d. Berapakah jumlah kamar di Griya sehat shiatsu modern beserta fasilitas yang disediakan untuk pelanggan atau konsumen?

*“Jadi jumlah ruangan kamar yang ada di griya sehat di g.obos ini ada 2 lantai mba nah di lantai satu ini ada 10 kamar dan di lantai 2 juga ada 10 kamar. Kalua fasilitas yang lainnya yang disediakan disini adanya free wifi, ac,sofa untuk nunggu konsumen, terus wc dan jumlah kasur yang sama kaya jumlah kamarnya.”*<sup>85</sup>

“Jumlah ruangan kamar yang ada di griya sehat di gobos terdiri dari 2 lantai, lantai pertama dengan jumlah kamar 10 ruangan dan di lantai 2 juga terdiri dari 10 ruangan.untuk fasilitas lain yang kami sediakan seperti free wifi, Ac, sofa, wc, dan jumlah kasur yang sama dengan jumlah kamar sebanyak 20.

Berdasarkan hasil dari wawancara narasumber KDT selaku karyawan Griya sehat jalan g.obos menelaskan bahwa, jumlah kamar yang

---

<sup>84</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.

<sup>85</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.



disediakan terdiri dari dua lantai, lantai pertama dengan jumlah kamar 10 dilengkapi dengan fasilitas kasur yang juga sama 10 dan di lantai dua juga terdiri dari 10 kamar dengan dilengkapi kasur dan juga menyediakan fasilitas lainnya seperti free wifi, sofa, wc.

e. Bagaimana promosi produk pijat refleksi dari Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya?

*“Kalau yang sering saya lihat dari atasan yang sering mempromosikan itu ya mba, penanggung jawab itu mempromosikan pelayanan baik itu dari jenis pijat, lulur, atau jualan barangnya itu di promosikan lewat status whatsapp, facebook, instagram. dan juga kalau misalnya baru buka ni ya Griya sehat itu dari atasan juga membuat promo potongan harga pijat refleksi dari harga sebelumnya misalnya harganya 100 ribu dipotong menjadi 50 ribu.”<sup>86</sup>*

“Seperti yang saya lihat dari atasan griya sehat cara mempromosikan produk pijat dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp, Instagram, dan facebook, selain itu jika griya sehat baru beroperasi dari atasan memberikan promo potongan harga pijat refleksi dari harga sebelumnya 100 ribu menjadi 50 ribu.”

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber KDT selaku karyawan griya sehat shiatsu modern jalan g.obos menjelaskan bahwa, setiap promosi yang diadakan oleh atasan Griya sehat itu baik dari segi pelayanan pijat refleksi, penjualan produk dari Griya sehat sendiri, dan lulur itu di promosikan melalui media sosial seperti pemasangan iklan di status wa, pemasangan iklan di facebook, dan pemasangan iklan di instagram. Jika Griya sehat itu baru buka atau baru di operasikan dari pihak atasan Griya sehat memberikan potongan harga dari harga sebelumnya 100 ribu menjadi 50 ribu.

---

<sup>86</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.

f. Berapakah jumlah karyawan dalam mengoperasikan Griya Sehat ?

*“Kalau jumlah karyawan disini ada 12 karyawan terdiri dari 10 terapis pijat dan 2 administrasi.”<sup>87</sup>*

“Jumlah karyawan yang ada ini ada 12 orang karyawan yang terdiri dari 10 terapis pijat dan 2 karyawan lainnya sebagai administrasi”

Berdasarkan hasil dari wawancara narasumber KDT selaku karyawan griya sehat shiatsu modern jalan G.obos menjelaskan bahwa jumlah karyawan yang ada di griya sehat shiatsu jalan G. obos sebanyak 12 karyawan yang mana dari ke 12 karyawan tersebut terdiri dari 10 terapis pijat yang professional dan 2 lainnya di bidang adminstrasi keuangan griya sehat shiatsu modern.

g. Bagaimanakah proses penggunaan jasa pijat refleksi di Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya?

*“Untuk proses pijatnya sendiri saya ambil contoh mba salah satunya pijat refleksi kebugaran yang mana cara pijatnya itu hanya fokus pada titik syaraf tertentu aja mba. Titik syrafnya itu seperi titik syraf yang ada di tangan dan kaki dan pijat ini berlangsung selama 90 menitan.”*

“Proses pijat yang ada disini saya mengambil contoh seperti pijat refleksi kebugaran cara pemijatannya hanya berfokus kepada titik syaraf tertentu yang berada di tangan dan kaki saja dengan durasi waktu 90 menit.”

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan narasumber KDT selaku karyawan griya sehat shiatsu modern jalan G.obos menjelaskan bahwa penggunaan jasa pijat di Griya sehat ini seperti pijat refleksi kebugaran

---

<sup>87</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.

yang mana proses pemijatan tersebut hanya berfokus kepada titik syraf tangan dan kaki saja dengan durasi waktu berlangsungnya selama 90 menit.

h. Bagaimana cara griya sehat shiatsu modern membuat konsumen nyaman dengan ruangan sekitar baik itu dari segi dekorasi ruangan kamar maupun bentuk keadaan sekitar yang terdapat di dalam ruangan griya sehat shiatsu modern jalan G.obos Palangka Raya?

*“Untuk dekorasi ruangan kamar disini mba kami menyediakan tempat yang bersih, rapi dan wangi, mulai dari lampu penerang itu disini kami menyediakan lampu penerang yang tidak membuat konsumen sakit mata ketika berada didalam ruangan kamarnya, terus juga ada pengharum ruangan khas dari griya sehat juga dan musik relaksasi tubuh gitu mba.”<sup>88</sup>*

“Dekorasi untuk ruangan kamar kami menyediakan tempat yang bersih, rapi, dan wangi, kemudian dilengkapi dengan lampu penerang yang tidak terlalu terang dan tidak membuat mata konsumen sakit ketika berada diruangan kamar dengan dilengkapi pengharum ruangan khusus dari griya sehat dan lantunan musik khusus untuk relaksasi tubuh.”

Berdasarkan hasil dari wawancara narasumber KDT selaku karyawan di griya sehat shiatsu modern jalan G.obos menjelaskan bahwa, dari segi bukti fisik atau lingkungan sekitar ruangan griya sehat shiatsu modern agar membuat konsumen nyaman yaitu dengan menyediakan dekorasi kamar yang teresean rapi, bersih dan harum. Ruangan kamar griya sehat shiatsu modern ini dilengkapi dengan lampu penerang yang tidak terlalu terang dan tidak juga terlalu redup sehingga tidak membuat mata konsumen sakit ketika berada dalam ruangan kamar tersebut. selain itu di ruangan kamar diberikan pengharum ruangan khusus dari griya sehat shiatsu modern dan

---

<sup>88</sup>Wawancara informan KDT pada tanggal 15 September 2020.

dilengkapi dengan lantunan music relaksasi tubuh yang membuat konsumen menjadi lebih nyaman dan lebih rileks.

### **3. Informan Sebagai konsumen Griya Sehat Shiatsu Modern Palangka Raya**

Subjek konsumen informan E adalah seorang mahasiswi universitas x lahir di Kota Palangka Raya, pada tanggal 22 April 1998. Berikut hasil dari wawancara dengan saudari E:

*“Kalau menurut aku sendiri untuk pelayanan dari griya sehat itu baik, dari karyawan kasirnya juga ramah sama sopan juga, terus harganya juga udah pas dan udah lumayan standar sih dengan pelayanan pijatnya itu udah sesuai nyaman, bersih, rapi juga tempatnya. Terus untuk fasilitasnya juga bagus ada AC nya sama wifinya itu nanti tinggal minta sama pegawainya itu nanti dikasih”<sup>89</sup>*

“Menurut saya sendiri untuk pelayanan yang disediakan Griya Sehat cukup baik, dari karyawannya yang ramah, sopan kepada konsumen, harganya yang masih terjangkau dan sesuai dengan pelayanan pijatnya, kemudian untuk tempatnya juga nyaman, bersih dan rapi dan fasilitasnya dengan menyediakan Ac, dan wifi.”

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan informan E menjelaskan tentang pelayanan untuk griya sehat dari segi pijatan itu sangatlah nyaman dengan fasilitas tempat yang bersih, fasilitas AC dan *Free Wifi* dan karyawannya yang pelayanannya ramah, sopan dan rapi terhadap konsumen sehingga membuat saudari E nyaman dalam menggunakan jasa pijat refleksi di griya sehat. Dan dari segi harga pun lumayan standar dibandingkan pijat refleksi di tempat lainnya. Disisi lain juga tempatnya yang strategis mudah untuk ditemukan oleh para konsumen sehingga tidak

---

<sup>89</sup>Wawancara dengan informan konsumen E pada tanggal 29 Juni 2020.

membuat konsumen pusing untuk mencari tempat pijat refleksi yang nyaman serta dengan harga yang cukup standar.

Subjek informan RY seorang mahasiswi universitas x lahir di kota Palangka Raya, pada tanggal 1 April 1998. Berikut hasil dari wawancara mahasiswi RY :

*“Kalau dari segi pelayanannya itu ramah dan juga baik karyawannya, kalau pijatannya enak bikin rileks sama pijatannya itu bisa disesuaikan dengan kemauan kita apalagi kalo ambil paket yang mahal itu udah lengkap sama ruangan dengan ac, ada music yang bikin badan rileks, juga ruangan pijatnya itu bersih. Harganya kalo menurut aku standar karena kita bisa milih juga langsung mau paket yang harganya hemat sama yang harganya agak mahal.”<sup>90</sup>*

“Segi pelayanan karyawan yang ramah dan baik bertutur kata yang sopan dengan konsumen, untuk pijat refleksi sangat membuat nyaman bikin rileks dan dengan harganya yang relative sesuai dengan pijat yang diberikan misalnya kalau saya ingin pijatannya agak keras atau sedang terapis akan segera menyesuaikan dengan keinginan para konsumen dan juga tempatnya yang bersih.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswi RY mengatakan bahwa di Griya sehat memiliki pelayanan yang sangat baik terhadap pelanggan dan juga karyawannya ramah sehingga membuat konsumen nyaman jika datang langsung ke Griya sehat. Adapun hasil pijatan dari para terapis menurut saudari RY pijatannya sudah sesuai. Maksudnya disini adalah pijatan tersebut menyesuaikan keinginan konsumen sehingga tidak membuat konsumen merasa sakit atau tidak nyaman. Dan dari segi harga menurut RY sudah cukup terjangkau, dan terakhir dari segi kenyamanan ruangan menurut saudari RY ruangnya tertata dengan

---

<sup>90</sup>Wawancara dengan informan konsumen RY pada tanggal 23 Juli 2020.



bersih dilengkapi dengan ruangan kamar dan ac beserta music yang membuat badan konsumen menjadi merasa lebih rileks.

### **C. Analisis Penelitian**

#### **1. Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi dalam Menarik Minat Konsumen di Palangka Raya**

Berdasarkan hasil penelitian wawancara dari pihak Griya Sehat Shiatsu Modern yakni sebagai bisnis jasa yang berkembang di bidang pijat refleksi yang ada dikota Palangka Raya dalam memasarkan produk jasa pijatnya dengan menggunakan strategi pemasaran melalui indikator pemasaran jasa dengan dikenal 4 P yakni seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) kemudian dikembangkan kembali yakni 7 P yang mana 3 P selanjutnya adalah *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses).

##### **a. Produk (*product*)**

Produk jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli jasa atau barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dari sesuatu yang ditawarkan. Pengertian yang ditawarkan menunjukkan sejumlah manfaat yang didapatkan konsumen, baik barang maupun jasa maupun kombinasinya.

Adapun produk yang disediakan berdasarkan dengan hasil wawancara dengan penanggung jawab griya sehat dan informan karyawan griya sehat shiatsu modern jalan g. obos ini yakni prduk yang ditawarkan kepada



konsumen adalah produk pijat refleksi diantaranya seperti pijat refleksi kebugaran, pijat shiatsu, pijat massage full body, pijat lulur dan lain sebagainya.

b. Harga (*price*)

Penetapan harga merupakan suatu hal penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, pelayanan, dan persaingan.

Adapun penetapan harga atau tarif yang dikenakan setiap pelayanan jasa pijat refleksi di griya sehat shiatsu modern jalan G.obos dikenakan dengan tarif yang menurut konsumen standar dan dari tarif harga tersebut, sesuai dengan penerapan suatu produk pijat yang disediakan untuk konsumen.

c. Tempat (*place*)

Tempat atau lokasi merupakan salah satu penentu kesuksesan sebuah perusahaan atau usaha yang telah dikelola. Oleh karena itu, kita wajib memilih tempat yang tepat atau strategis. Lokasi tempat yang strategis merupakan tempat yang banyak dilalui oleh orang, sehingga menarik perhatian konsumen serta mudah menemukan lokasi usaha tersebut berdiri.

Adapun Griya sehat dikota Palangka Raya ini berdasarkan hasil dari wawancara di atas menunjukkan bahwa tempat Griya sehat berdiri saat ini

merupakan tempat dan lokasi yang tepat dan sangat strategis serta lokasi tempatnya mudah untuk ditemukan oleh konsumen yakni di pinggir jalan. Griya sehatpun juga menyediakan fasilitas kamar yang jumlahnya lebih banyak daripada tempat refleksi lainnya. Hal ini membuat konsumen tertarik karena fasilitas kamar yang banyak tidak membuat menunggu terlalu lama, selain itu terdapat fasilitas lainnya seperti AC yang membuat konsumen betah dan nyaman berada di griya sehat.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi yang dimaksud adalah sebuah upaya untuk mengajak para konsumen atau menarik perhatian konsumen agar menggunakan atau membeli suatu produk yang telah disediakan oleh perusahaan dengan cara memunculkan hal yang menarik atau yang berbeda dari pada tempat yang lainnya.

Adapun griya sehat dalam memasarkan produk apa saja yang mereka sediakan dengan mempromosikan produk mereka di berbagai sosial media , serta memberikan promo dalam bentuk potongan harga guna menarik perhatian konsumen agar mereka berminat dalam menggunakan produk jasa pijat yang disediakan oleh griya sehat. Dan juga mereka menyediakan aplikasi sendiri untuk memudahkan pelanggan atau konsumen untuk menentukan produk pijat yang dipilih.

e. Orang (*People*)

Orang atau *people* adalah aset yang paling penting dalam pengelolaan suatu perusahaan jasa. People disini mencakup seluruh karyawan yang terdapat dalam suatu perusahaan jasa yang mana dengan memiliki SDM

karyawan yang banyak serta berperilaku sopan dan ramah kepada konsumen termasuk strategi penting dalam memasarkan produk jasa perusahaan. Hal ini dikarenakan jika adanya karyawan yang banyak dalam suatu perusahaan jasa dilengkapi dengan karakter yang sopan akan menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan dan sikap yang sopan dan ramah serta berpenampilan rapi akan membuat konsumen nyaman dengan pelayanan yang ada di perusahaan tersebut.

Adapun SDM karyawan yang ada di Griya sehat kota Palangka Raya, yakni mereka memiliki karyawan yang sangat banyak agar konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang ada di griya sehat, dan dengan memiliki karyawan yang banyak konsumen akan mudah memilih terapis yang mana yang sesuai dengan konsumen sehingga konsumen tersebut nyaman dengan pelayanan yang ada di griya sehat.

f. Proses (*process*)

Proses atau alur jasa merupakan strategi pemasaran terakhir dalam jasa yakni dengan menyalurkan jasa tersebut dari karyawan yang ada didalam suatu perusahaan kepada konsumen. Maksudnya disini adalah bagaimana jasa tersebut berjalan kemudian dikonsumsi oleh konsumen yang membeli atau menggunakan jasa tersebut.

Adapun proses atau alur jasa di Griya sehat sendiri adalah cara pelaksanaan jasa pijat refleksi tersebut diterapkan kepada pelanggan atau konsumen yang ingin dipijat. Contoh pijat refleksi *Shiatsu* merupakan salah satu pijat refleksi yang disediakan di griya sehat dengan cara

pijatnya melalui titik saraf tangan dan kaki saja. Adapun pijat yang lain diantaranya pijat *massage full*, yang mana cara kerja pijat ini adalah tanpa adanya refleksi atau sama dengan pijat tradisional biasa yakni pijat semua badan yang merasa sakit, maupun kelelahan dalam beraktivitas.

g. Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik merupakan suatu keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik bukti fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitan situasi, yang dimaksud dengan situasi dan kondisi adalah kondisi geografi, dan lingkungan intuisi ruangan.

Adapun bukti fisik yang terdapat di Griya Sehat Shiatsu Modern yakni seperti suasana ruangan yang sangat membuat nyaman konsumen dengan dilengkapi beberapa properti seperti lampu penerang yang tidak membuat sakit mata konsumen ketika sedang pijat, ruangan yang rapi, bersih, dan ruangan kamar yang diberikan aroma khusus serta alunan music relaksasi yang menambah suasana di ruangan griya sehat shiatsu modern menjadi lebih nyaman dan membuat rileks.

## **2. Strategi Pemasaran Jasa Pijat Refleksi Griya Sehat Shiatsu Modern di Palangka Raya Menurut Perfektif Ekonomi Islam**

Hasil pembahasan analisis dari hasil penelitian, bahwa penerapan strategi dalam setiap pemasaran produk atau jasa adalah hal yang penting. Disamping agar menarik minat konsumen agar tertarik dengan suatu produk atau jasa yang dijual juga mendapatkan keuntungan dari hasil penerapan strategi tersebut dalam pemasaran. Namun penerapan strategi

pemasaran sesuai indikator pemasaran saja tidaklah cukup melainkan kita sebagai seorang pemilik perusahaan maupun bisnis yang telah kita kelola haruslah sesuai dengan peraturan pemasaran dalam islam. Karena dalam ekonomi Islam seorang pengusaha maupun pembisnis tidaklah hanya memikirkan atau semata-mata hanya menarik keuntungan saja, melainkan juga tentang berkahnya suatu usaha yang kita kelola tersebut, karena yakin dengan apa yang telah diperbuat pasti akan diminta pertanggungjawaban atas apa yang dilakukan di dunia.

Berdasarkan dengan teori pemasaran islam yang telah dipaparkan sebelumnya di BAB II bahwa pemasaran itu harus berlandaskan dengan spiritual, maksudnya adalah pemasaran yang didalamnya diyakini dalam hati, karena selalu ada yang mengawasi setiap perbuatan dan melaksanakan proses pemasaran yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah, ia mengandung nilai-nilai ibadah, yang menjadikannya berada pada puncak tertinggi dalam pemasaran atau muamalah.

Dalam menganalisis data hasil observasi dan hasil wawancara dari Griya sehat peneliti menyimpulkan dari segi penerapan strategi pemasaran dalam Islam yang sudah diterapkan oleh griya sehat selaku tempat penelitian jasa pijat refleksi yang ada dikota Palangka Raya sistem penerapan bauran pemasaran 7 P sudah sesuai dengan karakteristik pemasaran dalam islam. Kesesuaian tersebut dapat dilihat pada beberapa hal dibawah ini :

a. Teitis

Pemasaran dalam islam meyakini bahwa setiap hukum syariah yang bersifat teitis atau ketuhanan adalah hukum yang paling sempurna, dengan selalu menanamkan prinsip keyakinan bahwa Allah Ta'ala selalu mengawasinya ketika sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis yang kita kelola sebelumnya. Karakter ini telah diterapkan oleh saudari Y sebagai penanggung jawab Griya Sehat Shiatsu Modern selaku pengawas kinerja karyawan serta bukti hasil wawancara bersama salah satu karyawan telah menjelaskan sebagaimana yang sudah ditetapkan oleh pemilik griya sehat shiatsu modern. Hal ini terbukti bahwa penjelasan setiap produk pijat yang disediakan di griya sehat shiatsu modern benar adanya karyawan menjelaskan dengan jujur sesuai dengan kproduk beserta harga yang juga dijelaskan oleh penanggung jawab griya sehat shiatsu modern.

b. Etis

Jiwa seorang syariah marketer juga harus bersifat etis dengan mempunyai moral yang baik dalam memasarkan produknya ke konsumen, sehingga konsumen tersebut berminat terhadap produk yang telah ditawarkan. Penanggung jawab maupun karyawan Griya sehat dalam mempromosikan produk pijatnya melalui media sosial selalu menggunakan kalimat yang baik, kalimat yang sopan dan kalimat yang tidak menyakiti perasaan orang lain dan ketika konsumen



telah berminat dengan produk pijat yang ditawarkan tersebut mereka akan menjelaskan kembali dengan ramah dan kalimat yang sopan.

c. Realistis

Karakteristik pemasaran syariah yang ketiga adalah bersifat realistis, artinya seorang marketer syariah adalah para pemasar yang profesional. Contoh penerapan karakter ini di Griya sehat yakni mereka memasarkan produknya melalui media sosial, dan memasang iklan di *banner* tentang produk pijat tersebut, selain itu untuk terapis pijatnya mereka memilih terapis yang profesional agar konsumen nyaman dengan pelayanan yang disediakan di Griya sehat shiatsu modern dan juga ruangan kamar yang bersih, rapi dan desain ruangan kamar terkesan dibuat dengan suasana yang sangat tradisional dengan melengkapi beberapa atribut didalam ruangannya seperti lampu penerangan yang tidak membuat konsumen sakit mata ditambah dengan lantunan musik relaksasi sehingga menambah kesan menarik bagi konsumen yang berkunjung dan dalam pandangan islam kebersihan adalah hal yang paling sangat harus diperhatikan bagi kita yang membuka suatu bisnis hal ini agar konsumen tidak merasa rishi jika berada dalam ruangan kamar.

d. Humanistis

Karakteristik pemasaran Islam yang terakhir adalah humanistis dengan adanya sifat humanistis mejadikan manusia lebih memiliki sifat selalu merasa cukup dengan apa yang dimiliki, dan tidak menjadi

manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara hanya untuk semata-mata mencari keuntungan. Karyawan maupun penanggung jawab Griya sehat menjual produknya dengan menetapkan harga yang pasaran maksudnya dari segi penetapan harga mereka tidak melebihi harga produk tersebut dengan harga produk pijat di tempat refleksi lainnya dan juga tidak memberi harga lebih agar keuntungannya bisa digunakan secara pribadi, dan dalam pandangan islam ketika kita sedang mengelola suatu bisnis apapun bentuk bisnis tersebut kita dilarang untuk melebih-lebihkan harga dari harga yang sudah ditetapkan hal ini sama saja seperti dengan menipu konsumen.

Hal lain yang membuktikan pemasaran yang diterapkan oleh Griya sehat telah sesuai dengan aturan pemasaran dalam Islam selain dari empat karakteristik tersebut yakni dalam mengayomi sebuah bisnis jasa pijat refleksi adalah dengan menyediakan pelayanan tempat yang bersih dan nyaman, selain itu mereka juga memberi sistem pelayanan yang mana konsumen diberikan sebuah pilihan dalam memilih terapis pijat yang sesuai atau yang membuat mereka merasa nyaman dalam menggunakan jasa pijat tersebut, misalnya jika konsumen tersebut perempuan maka konsumen tersebut memilih terapis pijat yang perempuan, begitu juga dengan sebaliknya. Hal ini selain membuat nyaman para konsumen juga tiak melanggar aturan pijat dalam Islam diantaranya seperti pijat dengan sesama mahramnya atau ditemani dengan mahramnya saat pijat refleksi tersebut

berlangsung. Akan tetapi disamping beberapa kelebihan dari griya sehat yang telah dijelaskan oleh peneliti griya sehat shiatsu modern di Kota Palangka Raya masih memiliki beberapa kelemahan diantaranya seperti pada tabel berikut :

**Tabel 4.6**

**Kelebihan dan kelemahan Griya Sehat Shiatsu Modern Kota Palangka Raya**

Kelebihan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beroperasi selama 24 jam</li> <li>- Terapis bisa memilih sesuai kecocokan konsumen</li> <li>- Memiliki kamar yang banyak</li> <li>- Lampu penerang yang memancarkan cahaya tidak terlalu cerah</li> <li>- Adanya lantunan nada music relaksasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak memiliki salon spa</li> <li>- Promo potongan harga yang tidak setiap bulan.</li> <li>- Tidak ada bethup seperti tempat refleksi yang lain</li> </ul>

Sumber : Griya Sehat Shiatsu Modern Jl G.Obos Palangka Raya

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran jasa pijat refleksi dalam menarik minat konsumen di Palangka Raya, maka penulis menyimpulkan :

1. Strategi yang dilakukan oleh griya sehat sebagai salah satu usaha bisnis pijat refleksi dikota Palangka Raya yaitu dengan menggunakan indikator pemasaran 7 P.
2. Strategi pemasaran jasa pijat refleksi griya sehat shiatsu modern telah sesuai dengan kaidah ekonomi syariah karena didalam penerapan strategi ini berdasarkan dengan 4 karakteristik pemasaran dalam islam dan mereka juga menerapkan beberapa aturan seperti pelayanan mereka yang bisa memilih terapis pijat sebagaimana yang telah dijelaskan di analisis, hal ini diterapkan hanya untuk semata-mata mengutamakan kenyamanan konsumen dan tidak memudharatkan konsumen.

#### **B. Saran**

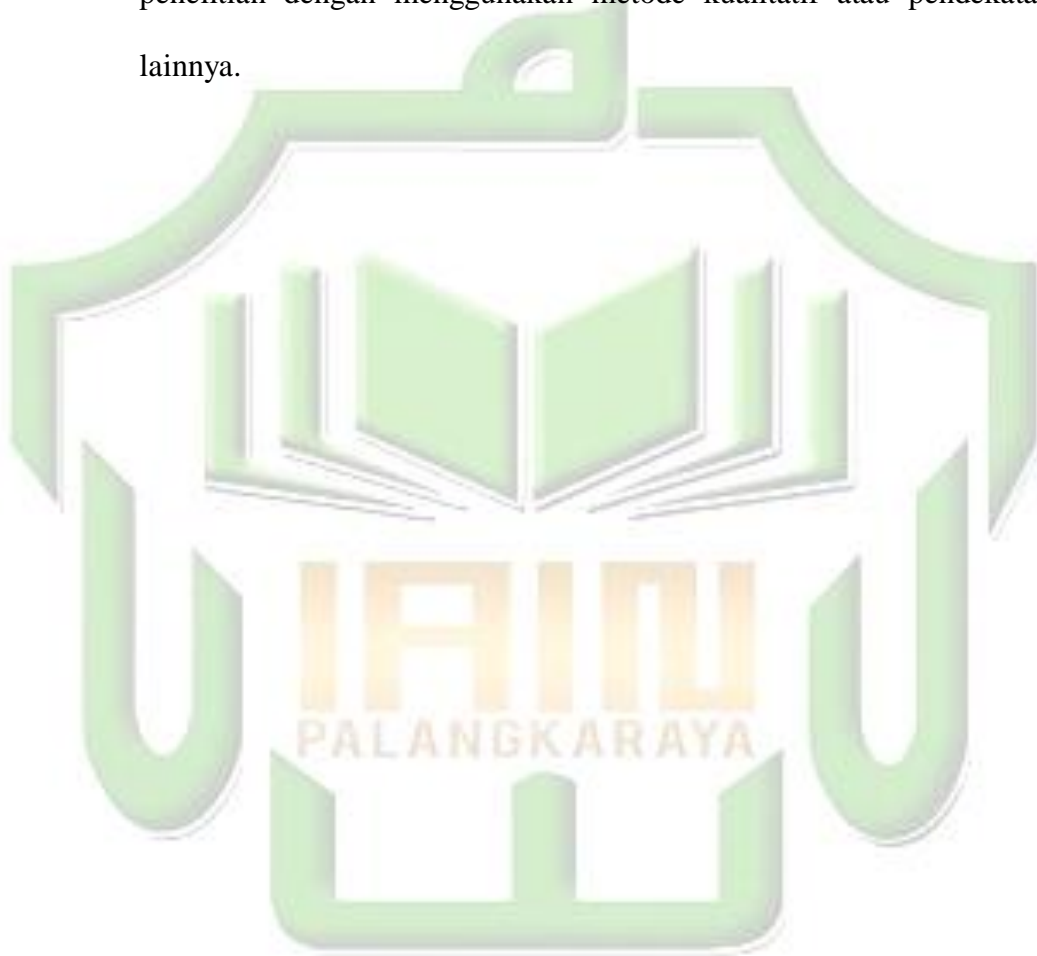
1. Bagi Griya Sehat

Bagi Griya Sehat sebagai objek dalam penelitian ini agar tetap mempertahankan strategi pemasaran yang sudah diterapkan dengan menerapkan anjuran bauran pemasaran didalamnya dan dalam melakukan promosi suatu produk itu agar lebih di tingkatkan lagi

untuk kedepannya hal ini diterapkan supaya griya sehat tidak kalah maju dalam bersaing dengan tempat pijat refleksi yang lainnya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya bisa memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai salah satu referensi dan peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif atau pendekatan lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2012
- Abdurrahman, Maman, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 20011
- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2015
- Ad, Endang Soetari, *Manajemen Strategik*, Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2014
- Adam, Muhammad, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: CV ALFABETA, 2015
- Alma , Bukhari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : CV ALFABETA, 2014
- Alma, Bukhari & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung : ALFABETA, 2014
- Al-arif, Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2010
- Amirin , Tatang M., *Menyusun Rencana Peelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 1990
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993
- Asnawi, Nur & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasran Syariah (teori,filosofi&isu-isu kontemporer)*, Depok : RajawaliPers,2017
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2007



- Barlian, Eri, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Padang: Sukabina Perss, 2016
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo, 2001
- Dharmawati, Made, *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2016
- Fatoni, H. Abdurrahman, *metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama, 2012
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : CV. ALFABETA, 2005
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*, Yogyakarta: BPFE, 2016
- Joseph , Charles W. Lamb, F.Hair dkk, *Pemasaran*, Jakarta : PT Salemba Emban Patria, 2001.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001
- Mursid, M, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008
- Nasution, M.N., *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2004
- Priansa, Donni Juni, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2017
- Saebani, Beni Ahmad, *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2008

- Saleh , Muhammad Yusuf & Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar : CV SAH MEDIA, 2019, h. 141
- Subagyo, Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Jakarta:Rineka Cipta, 2015
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2010
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2008
- Widyaningrum, Herlina, *Pijat Refleksi & 6 Terapi Alternatif Lainnya*, Yogyakarta : Media Pressindo, 2017
- Winardi, Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Jakarta : Kencana, 2004
- Wahyudi, Agustinus Sri, *Manajemen Strategik*, Taggerang Selatan : BINA RUPA AKSARA, 2007
- Yunus, Hadi sabari, *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Yusanto, Muhammad Ismail & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002

## B. INTERNET

- Admin, *Sejarah Pijat Tradisional*, <https://kursusrefleksi.com/sejarah-pijat-tradisional/>, online : 08 Februari 2020.
- Admin, *Pengertian Penelitian Kualitatif*  
<https://www.kamusq.com/2013/06/penelitian-kualitatif-adalah-pengertian.html?=&=1>, online 15 Maret 2020.
- Fery Irawan, *Menelusuri Sejarah Pijat Refleksi*, <http://www.daherba.com/menelusuri-sejarah-pijat-refleksi.htm/>, (Online, Minggu 28 Juni 2020 pukul 21.15 WIB)
- Healthy Wealthy Academy, *Apa itu Griya Sehat?*, <http://www.hwacademy.com/index.php/griya-sehat>. Online : Kamis 23 April 2020
- Kontan.co.id, *Berefleksi Potensi Bisnis Pijat Refleksi*, <http://www.goggle.com/amp/amp.kontan.co.id/news/berefleksi-potensi-bisnis-pijat-refleksi>, Online 15 Maret 2020
- Lakopon, *7 M anfaat Pijat Refleksi yang Ternyata Baik untuk Kesehatan*, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3203246/7-manfaat-pijat->

refleksi-yang-ternyata-baik-untuk-kesehatan, (online pada Tanggal 25 Juli 2020 pukul 22.13 WIB)

Muslimah.or.id, *Larangan Berdua-duaan dengan Wanita*, <http://muslimah.or.id/5366-berdua-duaan-dengan-waita.html>, Online 12 Maret 2020.

### C. SKRIPSI

Rabiatul Adawiyah,, *Minat Masyarakat Membeli Bahan Pokok di Hypermart Kota Palangka Raya*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Palangka Raya

Laila Nur Arofah, *Strategi Promosi Nakamura The Healing Touch Pandega Dalam Menarik Minat Konsumen (2016-2017)*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Yogyakarta, 2017

Margaretha Septi Murdyastuti, *Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*, (studi kasus Konsumen Djnari Reflelxologi di Jalan Melati Wetan No 15 Baciro Yogyakarta), Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2017.

Yuliana Susilowati,,*Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Syariah untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah*, Skripsi Mahasiswa, Institut Agama Islam Negeri , Surakarta ,2017

Yohanes, *Analisis Dan Usulan Strategi Pemasaran ( Studi Kasus Di Tempat Pijat Refleksi Karasia)*, Skripsi Unversitas Kristen Maranatha, Bandung,2016.

### D. JURNAL

Nowo Tri Purnomo, *“Sport Massage Terhadap Respon Cardio Vascular”*, Journal Of Phisical Education And Sports, ISSN 2252-648X, 2014

Vony Fatmawati & Sandi Hartini Hapij, *“Pengaruh Pemberian Massage Terhadap Ketenangan Siswa Kelas II Sekolah Dasar Dalam Belajar”*, Jurnal Iventa, Vol.1, No 1, Maret 2017

Irkhamiyati, *Evaluasi Persiapan Perpustakaan Stikes ‘Aisyiyah Yogyakarta dalam membangun Perpustakaan Digital*, Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol.13 No 1, Juni 2017,h. 5.



