

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di bidang perdagangan, jika suatu organisasi tidak dapat merumuskan strategi bisnis dan strategi pemasaran dengan benar, itu akan mengalami kekalahan dalam oposisi dimana strategi pemasaran adalah salah satu aktivitas utama yang dilakukan oleh pemasar untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka, untuk meningkatkan dan untuk keuntungan.

Pemasaran adalah minat manusia yang diarahkan pada kebutuhan dan keinginan yang menyenangkan melalui proses perdagangan.¹ Dengan perkembangan peradaban manusia dan penyesuaian lingkungan tanpa henti, akan membawa perubahan pribadi dan sosial pada kehidupan dan perilaku manusia. Termasuk perilaku dan kehidupan yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih barang dan tempat untuk memenuhi keinginannya. Dengan semakin berkembangnya keinginan untuk eksis, salah satu usaha jasa yang sangat diharapkan oleh masyarakat, khususnya umat Islam saat ini adalah hotel yang sepenuhnya berbasis syariah. Konsumen yang beragama menginginkan bentuk jasa hotel yang nyaman

¹ Philip Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta: Intermedia, 1990, hlm 5

dan aman terhindar dari maksiat untuk pasangan non-mahram, menjadi halaman yang sangat penting untuk menarik dan menjaga kelangsungan bisnis, karena faktanya memahami perilaku konsumen yang menginginkan hotel berbasis syariah sepenuhnya dapat menawarkan petunjuk tentang cara untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kesenangan kepada konsumen.

Konsumen memiliki fungsi yang sangat besar dalam keberadaan perusahaan komersial hotel, dan jika pelanggan tidak begitu puas atau merasa tertipu dengan menggunakan produsen ini akan berakibat fatal, tingkat loyalitas mereka akan turun ke tingkat yang lebih rendah. Konsumen berhak mendapatkan pelayanan yang memenuhi selera, pelayanan yang menyenangkan, konsumen akan menuntut pelayanan yang tidak memuaskan. Semuanya akan menghasilkan tujuan kepuasan konsumen tersebut adalah tujuan penting dari marketing. Seperti yang terjadi pada Hotel Syariah Inayah PKP-RI dimana variasi pelanggannya berfluktuasi, halaman ini menjadi karena kebutuhan hotel untuk tumbuh menjadi bagian penting dari masyarakat, agar setiap hotel berlomba-lomba memakai berbagai strategi marketing, dan teknik pemasaran untuk menarik konsumen untuk tinggal di hotel dan omset meningkat paling banyak diperoleh.

Konsumen juga membandingkan layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan pelayanan yang mereka harapkan. Jika pengunjung puas, pengunjung akan menggunakan kembali pelayanan perusahaan dan tumbuh menjadi konsumen yang teguh, dan dapat membagi cerita mereka dengan orang lain, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari kondisi tersebut, khususnya mendapatkan konsumen setia dan membantu menjual perusahaan. Di sisi lain, jika pelanggan tidak puas, pelanggan bahkan dapat memberi tahu orang lain tentang pengalaman buruk itu, sehingga memperburuk citra dan nuansa gaya hidup perusahaan, sehingga mengakibatkan penurunan jumlah pengguna yang dilayani oleh perusahaan.²

Belajar dari manfaat sistem keuangan syariah, terutama setelah berhasil mengatasi krisis keuangan, perusahaan syariah mengalami pertumbuhan yang cepat. Hal ini ditandai dengan bantuan penggunaan munculnya lembaga-lembaga syariah bersama dengan Bank Syariah, Asuransi Syariah, Pasar Modal Syariah, dan Hotel Syariah.³

Kemunculan sistem dan model keuangan berbasis syariah ini kini tidak lagi menjamin prospek yang tepat dan agresif, namun telah ditelaah dalam kasus krisis keuangan yang melanda negeri ini, silih berganti

² Sulastiyono, Manajemen Penyelenggaraan Hotel Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi ..., hlm 6

³ U. Adil, Bisnis Syariah di Indonesia Hukum dan Aplikasinya, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), hlm 21-22.

fasilitas keuangan berbasis tradisional sepenuhnya tersedia. di bawah tekanan dan bahkan beberapa memiliki likuidasi terampil. Oleh karena itu, system ini sekarang tidak lagi memiliki kapasitas untuk menjadi peluang di antara struktur keuangan tradisional tetapi juga diharapkan menjadi keinginan kelas atas untuk negara ini di masa depan.

Salah satu dagangan syariah yang saat ini sedang berkembang pesat adalah bisnis akomodasi dan hotel. Hal ini dikarenakan fokus masyarakat terhadap gaya hidup halal (*halal lifestyle*) terus meningkat, sehingga hotel dengan konsep syariah menjadi pilihan, dan dengan konsep syariahnya memberikan rasa aman, amanah, dan melindungi diri. dari opini masyarakat publik yang negatif.⁴

Dewan Syariah Nasional (DSN) melalui Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah menjelaskan bahwa usaha hotel syariah adalah tersedianya penginapan dalam bentuk kamar dalam sebuah bangunan yang siap dengan layanan jasa makanan dan minuman, aktivitas hiburan dan atau pusat-pusat lain yang didirikan setiap hari dengan tujuan memperoleh penghasilan yang dapat dilakukan menurut prinsip syariah.⁵

⁴ Eko kurniasih pratiwi, Jurnal Studi Islam, Vol.XLL, No.1, 2017, hlm 75-76.

⁵ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, No:108/DSN-MUI/X/2016, hlm 5

Jumlah Hotel dan Akomodasi Lainnya di Kota Serang 2020	
Hotel Bintang 1	1
Hotel Bintang 2	4
Hotel Bintang 3	1
Hotel Bintang 4	2
Hotel Bintang 5	-
Akomodasi Lainnya	17

(Data Badan Pusat Statistik, 2020. Laporan Data Sosial Ekonomi. BPS Kota Serang. Banten)

Bulan	Jumlah Wisatawan di Kota Serang (Jiwa)			
	Wisatawan Nusantara		Wisatawan Mancanegara	
	2020	2017	2020	2017
Januari	1165562	51868	7	4
Februari	1968445	43457	21	0
Maret	1012754	73975	1	0
April	41421	61979	0	3
Mei	249968	72891	3	0
Juni	1154045	69839	0	0
Juli	2552425	122427	30	9
Agustus	2834587	98731	77	36
September	3162278	107840	5	46
Oktober	1566602	33279	0	0
November	1872873	50298	0	0
Desember	1572716	75641	0	0

⁶ (Data Badan Pusat Statistik, 2020. Laporan Data Sosial Ekonomi. BPS Kota Serang. Banten)

⁶ Badan Pusat Statistik, 2020. Laporan Data Sosial Ekonomi. BPS Kota Serang. Banten

Berdasarkan data di atas maka Hotel Syariah Inayah PKP-RI perlu melakukan strategi pemasaran yang lebih untuk menjadi yang terbaik dari kompetitor dan untuk memenuhi permintaan menurut data wisatawan di kota Serang. Strategi pemasaran yang merupakan salah satu aktivitas menganalisis, merencanakan, menegakkan dan mengawasi semua aktivitas (program), dengan tujuan untuk memperoleh peningkatan yang bermanfaat dengan tujuan konsumen dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi.⁷

Pemasaran di Hotel Inayah PKPRI harus dikendalikan, terutama variabel penting yang dapat menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan periklanan dan pemasaran. Variabel tersebut meliputi: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*), sumber daya manusia (*people*), proses (*process*), dan bentuk fisik (*physical evidence*)⁸

Jika sebuah organisasi ingin menjadi pemenang dalam persaingan, ia harus berusaha untuk mencapai tujuan membuat dan mempertahankan konsumen. Kebanggaan pelanggan berdampak pada loyalitas konsumen. Pelanggan loyal adalah pembeli yang bersikeras untuk membeli kembali produk dalam waktu yang lama, meskipun

⁷ Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta, 2007, hlm 130

⁸ Amirullah, Pengantar bisnis, Yogyakarta: Graha ilmu, 2005, hlm 135.

produk pesaing memiliki berbagai pengaruh atau manfaat lainnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pelanggan setia memiliki “antusiasme permanen” terhadap produk/jasa atau institusi yang menjadi pilihannya.⁹

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HOTEL SYARIAH PENDEKATAN *MARKETING MIX* (Hotel Syariah Inayah PKP-RI)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka komponen-komponen masalah tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Hotel Syariah Inayah PKP-RI?
2. Bagaimana analisis SWOT dengan menggunakan matriks IFE EFE IE dan QSPM terhadap strategi pemasaran Hotel Syariah Inayah PKP-RI?

C. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian membawa pernyataan-pernyataan tentang indikator dan faktor sehingga dapat dipelajari secara lebih rinci. Agar penelitian ini lebih tepat sasaran dan mencapai sasaran yang diinginkan,

⁹ Ara Hidayat dan Imam Machlmi, *Pengelolaan Usaha Konsep, Prinsip dan Aplikasi* Bandung: Pustaka Educa, 2010, hlm. 268

peneliti memfokuskan permasalahan dalam penelitian ini. Peneliti hanya mengkaji tentang strategi pemasaran Hotel Syariah Inayah PKP-RI.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menelaah strategi pemasaran Hotel Syariah Inayah PKP-RI.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran Hotel Syariah Inayah PKP-RI dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks IFE EFE IE dan QSPM.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari studi tersebut diperkirakan memberikan manfaat masing-masing untuk manfaat praktisi dan untuk peningkatan informasi untuk pihak-pihak selanjutnya:

1. Bagi peneliti untuk mengetahui lebih jauh bagaimana konsep hotel syariah di Hotel Syariah Inayah PKP-RI, sehingga dapat dianalisis dengan baik.
2. Bagi fakultas, sebagai tambahan informasi dan tambahan sebagai referensi untuk pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Bagi pihak hotel dapat digunakan sebagai pintu masuk Hotel Syariah Inayah PKP-RI. dalam upaya meningkatkan hotel ke arah yang lebih baik.

4. Bagi peneliti yang berbeda, sSebagai bahan perhatian dalam melakukan kajian yang sejenis agar dapat memudahkan kajian dan memahami serta mengetahui lebih dalam tentang konsep pondok syariah.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk mengungkap permasalahan dalam suatu organisasi, komunitas, sektor pribadi, dan lain-lain agar dapat digunakan sebagai kebijakan yang akan dilakukan untuk kebaikan bersama.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu pendekatan penelitian yang bertumpu sepenuhnya pada filosofi positivisme, pendekatan ini merupakan pendekatan ilmiah/scientific karena telah memenuhi prinsip-prinsip ilmiah, khususnya konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Pendekatan ini juga disebut sebagai pendekatan penemuan, karena dengan pendekatan ini, beragam pengetahuan dan ilmu pengetahuan baru dapat ditemukan dan dikembangkan. Pendekatan ini disebut sebagai pendekatan kuantitatif karena fakta-fakta yang dipelajari berupa angka-angka dan penilaiannya juga menggunakan angka-angka. Penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung pada Hotel Syariah Inayah PKP-

RI. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis SWOT dengan model matriks EFE, IFE, dan IE. Metode keabsahan data pada pengamatan ini menggunakan uji kredibilitas data melalui penggunaan metode triangulasi.¹⁰

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah catatan langsung yang menawarkan catatan kepada peneliti. Dalam hal ini peneliti langsung menanyakan fakta atau bukti tentang penerapan prinsip hotel syariah di Hotel Syariah Inayah PKP-RI, yang dilakukan dengan metode wawancara.¹¹

b. Metode Pengumpulan dan Analisis Data

1) Wawancara

Wawancara adalah pertukaran verbal yang ditujukan pada masalah tertentu dan merupakan pertanyaan lisan dan prosedur solusi di mana atau lebih banyak manusia menghadapi setiap perbedaan fisik. Wawancara telah dilakukan untuk mendapatkan data atau fakta sebanyak mungkin dan sesederhana mungkin untuk subjek penelitian. Dalam wawancara terstruktur, peneliti menggunakan

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, cet-23, 2016), hlm. 43

¹¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, cet-23, 2016), hlm. 31

perangkat manual wawancara tertulis yang terdiri dari pertanyaan yang diminta kepada informan.¹² Wawancara telah dilakukan untuk menuai informasi dalam mempelajari situasi di dalam dan di luar yang dihadapi melalui sarana perusahaan. Wawancara atau pertanyaan dan tanggung jawab ini dilakukan dengan Hotel Syariah Inayah PKRI.

2) Observasi

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui cara sarana yaitu cara melihat, memandang serta “merekam” melakukan secara sistematis. Tujuan observasi tersebut adalah untuk menjelaskan lingkungan (tempat) yang ditentukan, aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlihat di sekitar lingkungan dan aktivitas perilaku yang muncul, serta sarana kegiatan yang terutama didasarkan sepenuhnya pada pandangan masyarakat.¹³

Teknik observasi yang digunakan adalah pernyataan langsung, yaitu dilaksanakan dengan menggunakan pengamatan sekaligus materi di bawah mempelajari dan memahami lingkungan kerja di Hotel PKPRI Inayah Syariah, serta mencatat semua hal yang terkait dengan penerapan prinsip Hotel PKPRI Inayah Syariah.

¹² Imam Gunawan, Metode..., hlm. 160.

¹³ Imam Gunawan, Metode..., hlm. 131-132

3) Dokumentasi

Diartikan sebagai upaya untuk memperoleh data dan fakta dalam bentuk catatan/gambar tertulis yang disimpan terkait dengan masalah di teliti. Sebagian besar data yang tersedia adalah dalam bentuk surat, laporan, peraturan, buku harian, biografi, simbol, artefak, foto, sketsa, dan data tersimpan lainnya.¹⁴ Dokumen yang diterima melalui sarana peneliti berupa berkas-berkas tertulis, foto dan aktivitas karyawan yang diselesaikan di Hotel Syariah Inayah PKP-RI.

4) Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran Hotel Syariah Inayah PKP-RI. Analisis ini terutama didasarkan sepenuhnya pada akal sehat yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*Opportunities*),, namun pada saat yang sama mengurangi (*weakness*) dan ancaman (*threat*).¹⁵

1) Kekuatan (*Strengths*)

Adalah sumber daya, keterampilan, atau manfaat relatif perusahaan dan keinginan pasar yang dilayani atau diharapkan

¹⁴ Imam Gunawan, Metode..., hlm.139

¹⁵Mariantha, N. (2018). Manajemen Biaya (Cost Management). Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa hlm 13

dilayani oleh perusahaan. Kekuatan berdiri di dalam bentuk sumber daya ekonomi, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-dealer, dan berbagai faktor.¹⁶

2) Kelemahan (*weaknesses*)

Merupakan dilema atau kekurangan yang secara drastis menurunkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pasokan kekurangan ini dalam bentuk sumber daya keuangan, kemampuan kontrol, kemampuan pemasaran dan citra.¹⁷

3) Peluang (*Opportunities*)

Adalah berguna secara maksimal dalam lingkungan perusahaan. Identifikasi dapat dilihat dari segmen pasar, modifikasi dalam persaingan, atau cakupan pesanan, modifikasi era dan hubungan lanjutan dengan konsumen atau pemasok.¹⁸

4) Ancaman (*Threats*)

Ini adalah keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Jenis ancaman yang dihadapi perusahaan berasal dari pesaing, pertumbuhan pasar yang lamban, kekuatan tawar yang berlipat ganda dari konsumen atau pemasok, modifikasi teknologi dan modifikasi Model yang digunakan disini yaitu *Matriks External*

¹⁶ Mariantha, N, Manajemen.... hlm 14

¹⁷ Mariantha, N. Manajemenhlm 14

¹⁸ Mariantha, N. Manajemenhlm 15

Factor Evaluation (EFE), Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), dan Matriks Internal Eksternal (IE)

a) *Matriks External Factor Evaluation (EFE)*

Matriks EFE adalah daftar yang menciptakan elemen-elemen strategis luar yang tetap bersama dengan kemungkinan dan ancaman melalui informasi ekonomi, sosial, demografi, lingkungan dan budaya, politik, peraturan dan pemerintah, dan lingkungan generasi dan bisnis. *External Factor Evaluation (EFE)* digunakan untuk memfasilitasi strategi analisis lingkungan luar dalam SWOT. Sedangkan analisis lingkungan dalam akan memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan¹⁹

b) *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)*

Menurut David, matriks IFE adalah perangkat untuk merumuskan strategi, meringkas dan membandingkan kekuatan dan kelemahan prinsip dalam sebuah perusahaan. *Internal Factor Evaluation (IFE)* digunakan untuk memfasilitasi strategi analisis lingkungan dalam dalam SWOT Selanjutnya, matriks IFE digunakan untuk menentukan elemen-elemen dalam perusahaan yang terkait dengan kekuatan dan kelemahan

¹⁹ Hasibuan,S., Farida, A. “Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink Di Kota Binjai”. *Jurnal Bisnis Administrasi* Vol 8, No. 1, 2019

perusahaan. Dalam pembuatan matriks ini diperlukan analisis yang intuitif²⁰

c) *Matriks Internal Eksternal* (IE)

Menurut Freddy Rangkuti (2016), matriks internal dan eksternal berubah menjadi lanjutan dari model General Electric (GE-Model). Dimana derajat yang digunakan adalah tenaga dalam perusahaan dan pengaruh luar yang dihadapi, bertujuan untuk mendapatkan metode yang benar di tingkat perusahaan. Matriks yang terutama didasarkan sepenuhnya pada dimensi utama: Peringkat umum berbobot IFE Matriks pada sumbu X dan Matriks skor terimbang EFE pada sumbu Y.²¹

G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

NO	PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN	HASIL
1.	Pratiwi, Ratih, and Moh Irfan Latif.	Menggunakan pendekatan <i>Marketing Mix</i> dan menggunakan metode kuantitatif	Objek penelitian	Hasil analisis menunjukkan bahwa bauran pemasaran Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat

²⁰ Widiyarini., Zeny, F.H. "Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM Dalam Upaya Peningkatan Penjualan PT Primavista Solusi". Jurnal Of Applied and Economics Vol. 5 No. 4, 2019

²¹ Bernadine," ANALISIS PERUMUSAN STRATEGI BISNIS Studi pada Andhika Salon di Cibubur" Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol. 27 No. 2 Tahun 2020

				<p>mengunjungi kembali di Grasia Semarang hotel.</p> <p>Jadi ketika bauran pemasaran syariah meningkat akan mempengaruhi peningkatan niat mengunjungi kembali. Produk, harga, tempat / saluran, promosi, proses, orang, bentuk fisik, kesabaran dan janji-janji mempengaruhi niat mengunjungi kembali di hotel Grasia Semarang²²</p>
2.	N. Rahardi, R. Wiliasih.	pembahasan tentang hotel syariah	Fokus penelitian membahas tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi	bahwa pelayan yang dilakukan oleh karyawan yang sangat kompeten dalam bidangnya akan sangat

²² Pratiwi, Ratih, and Moh Irfan Latif. "Sharia marketing mix terhadap minat menginap kembali di hotel grasia Semarang." *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 8.1 (2020):

			Konsumen dan Metode penelitian yaitu kualitatif	berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menginap dihotel. Dari para staf front office yang membantu mulai pemesanan kamar, hingga check in atau check out, atau pelayanan penyajian makanan pada saat berada di restoran akan membuat tamu merasa dilayani dengan maksimal. ²³
3	Farkhi Hazami, 2018..	menggunakan pendekatan <i>marketing mix</i>	Objek penelitian dan analisis ekonomi syariah dan metode penelitian kuantitatif	Produk dan layanan jasa yang dihadirkan oleh Hotel Semesta Syariah sudah sesuai dengan nilai kehlmalan, bermutu, bermanfaat dan

²³ N. Rahardi, R. Wiliasih. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah." Jurnal Syarikah (2017): vol 2 no.1

				<p>juga berhubungan bagi kehidupan manusia. Dan yang paling penting adalah produk yang diperdagangkan hlmal dan tayyib, tidak merusak akidah, etika dan moral manusia. Hlm tersebut memiliki kesesuaian dengan produk dan layanan jasa dari Grand Dafam Rohan Jogja. Dengan adanya restoran yang sudah memiliki sertifikat hlmal MUI menjadi bukti kehlmalan dari segi makanan²⁴</p>
4.	Dewa Rai Mahaputra ,Ni Wayan Monik	pembahasan tentang hotel syariah dan	Objek penelitian dan menggunakan 2	Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

²⁴ Farkhi Hazami, 2018. "Strategi Marketing Mix Perspektif Ekonomi Islam pada Hotel Semesta." Jurnal Ekonomi dan Bisnis (2018):vol 13 no.9

	Jesika Olifia, Ida	menggunakan analisis SWOT	formulasi dan Metode penelitian yaitu kualitatif	memaksimalkan kekuatan (<i>strength</i>) dan peluang (<i>Opportunities</i>), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (<i>weakness</i>) dan ancaman (<i>threat</i>). Model yang digunakan disini yaitu Matriks IFAS dan EFAS dimana tujuan dari Matriks IFAS disini adalah untuk mengetahui berbagai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Umah Hoshi Villa, sedangkan Matriks EFAS bertujuan untuk mengetahui berbagai peluang dan ancaman yang
--	-----------------------	---------------------------	--	--

				dimiliki oleh Umah Hoshi Villa ²⁵
5.	Ajidin, Afwa Zilal.	pembahasan tentang hotel syariah	Objek dan fokus pembahasan tentang pengelolaan internal hotel dan Metode penelitian yaitu kualitatif	Pengelola dan karyawan/karyawati hotel sudah mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah, hotel memiliki pedoman yang sesuai dengan prinsip syariah, hotel tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila, hotel tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah kepada kemusyrikan dan maksiat, serta

²⁵ Dewa Rai Mahaputra, ida, Ni Wayan Monik Jesika Olifia2018. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Menarik Minat Pelanggan Umah Hoshi Villa Di Desa Sebatu, Kecamatan Tegallalang." Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol 2 No.1 (2018)

				<p>disediakkannya fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci. Beberapa hlm yang perlu diperbaiki adalah sertifikasi hlmal makanan yang belum diajukan pihak hotel ke MUI,serta juga pengelolaan keuangan hotel yang masih manual dan belum sepenuhnya menggunakan perbankan syariah.²⁶</p>
6	Pradesyah Dan Khairunnisa	Pembahasan tentang hotel syariah	Objek penelitian dan fokus pembahasan	Hotel syariah yang ada di Kota Medan sudah memenuhi

²⁶ Ajidin, Afwa Zilal. "Analisis Penerapan Konsep Syariah pada Hotel Sago Bungsu (Tinjauan Fatwa DSN MUI NO: 108/DSN-MUI/X/2016)." Jurnal Manajemen Vol.9 No.2 (2019):

			<p>tentang penerapan DSN MUI penyelenggaraan wisata hmal di indonesia dan metode penelitian kualitatif</p>	<p>persyaratan atau memenuhi peraturan yang telah di keluarkan oleh Dewan Syariah Nasional, tentang penyelenggaraan wisata hmal yang ada di Indonesia. Tetapi ketika peneliti melakukan penelitian tersebut, peneliti masih banyak menemukan kejanggalan yang terjadi, seperti kurangnya sosialisasi dewan syariah terhadap peraturan yang telah dibakukan. Jadi ketika peneliti menanyakan tentang peraturan DSN, banyak</p>
--	--	--	--	---

				<p>penyelenggara yang amsih belum mengetahui, dan mereka hanya melihat peraturan atau referensi pendirian hotel syariah dari internet. Maka dari itu, seharusnya DSN mensosialisasikan tentang peraturan yang dibuat, sehingga penyelenggara wisata syariah tidak tabu lagi terhadap peraturan yang ada.²⁷</p>
7.	Azidni Rofiqo	Metode penelitian kualitatif	Objek penelitian dan fokus pembahasan	Bahwa Syariah Hotel Solo telah menerapkan maqoshid syariah

²⁷ Pradesyah, R. Dan Khairunnisa “Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Hlmal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan)”. Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, vol 10 No.2 (2018).

				yaitu; hifdzu ad Din, hifdzu an Nafs, hifdzu an Nasl, hifdzu al ‘Aql, dan hifdzu al Mal. ²⁸
8.	Zakiah	Pembahasan tentang hotel syariah dan metode penelitian yaitu kualitatif	Objek penelitian dan fokus pembahasan tentang peluang hotel syariah	Bahwa industri turisme dan hotel itu memberi prospek terang/cerdas dalam kaitan dengan pertumbuhan ekonomi. Di tahun terakhir, itu telah pula diamati bahwa ada suatu bertumbuh minat akan konsep keramahtamahan dan turisme baru disebut Turisme Islam atau Orang Islam Hotel Ramah yang adalah serupa kepada konsep

²⁸ Azidni Rofiqo, “Manajemen Pemasaran Hotel Syariah Dengan Pendekatan Maqashid Syariah”. Jurnal Ilmiah Al-Intaj Vol.5 No.2 (2019)

				hlmal makanan yang telah dikenali banyak negara-negara yang mencakup mereka yang timur tengah. ²⁹
--	--	--	--	--

Penelitian-penelitian di atas hampir sama dengan penelitian-penelitian yang peneliti lakukan khususnya mengenai startegi pemasaran dan hotel syariah, namun dalam penelitian skripsi yang peneliti lakukan, mereka lebih membidik strategi produk pemasaran syariah di hotel-hotel yang rutanya tidak seperti metode pelaksanaannya dengan melihat pada kajian-kajian di atas.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika kajian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

²⁹ Zakiah, "Hotel Industry: An Appraisal From The Maq_Sid Al Shari"yyah (Objectives Of The Shariah) Perspective", Journal of Business and Management Studies Vol 1 No. 2 (2019)

BAB II : KAJIAN TEORI

BAB ini menggambarkan teori-teori yang membentuk premis untuk pembahasan yang luas dari subjek atau pokok bahasan.

BAB III : GAMBARAN UMUM HOTEL SYARIAH INAYAH PKP-RI

Dalam bab ini berisi tentang sejarah berdirinya Hotel Syariah Inayah PKP-RI, visi, misi Hotel Syariah Inayah PKP-RI, struktur organisasi Hotel Syariah Inayah PKP-RI, dan fasilitas-fasilitas di Hotel Syariah Inayah PKP-RI.

BAB IV : ANALISIS PENERAPAN STRATEGI HOTEL SYARIAH INAYAH PKP-RI

Dalam bab ini membahas tentang penerapan Strategi pemasaran hotel syariah di Hotel Syariah Inayah PKP-RI.

BAB V: PENUTUP

Bab ini membawa kesimpulan, batas-batas studi, dan saran terutama didasarkan sepenuhnya pada pembahasan di bab-bab sebelumnya.

