

ABSTRAK

Pariwisata syariah berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap wisata yang sesuai dengan prinsip syariah seperti diantaranya adalah usaha di sektor penginapan. Hotel Sunan Drajat Lamongan merupakan salah satu hotel baru di Lamongan yang menggunakan prinsip syariah. Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah mengenai implementasi penyelenggaraan wisata syariah Hotel Sunan Drajat Lamongan dalam membangun *Brand Awareness* ditinjau dari Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyelenggaraan Hotel Sunan Drajat Lamongan yang ditinjau dari Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 dan mengetahui strategi hotel dalam membangun *Brand Awareness*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan berpikir induktif, di mana analisis data dilakukan dari fakta-fakta spesifik dan kejadian nyata untuk kemudian disimpulkan secara umum. Data diperoleh dari sumber primer dan sekunder melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Sunan Drajat Lamongan telah menerapkan beberapa prinsip syariah dalam operasionalnya yang sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016. Namun, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan seperti penggunaan jasa lembaga keuangan syariah dalam transaksi hotel. Dengan strategi branding yang tepat dan konsistensi dalam implementasi syariah, Hotel Sunan Drajat Lamongan berpotensi menjadi ikon perhotelan syariah yang kompetitif di Indonesia.

Kata Kunci: Hotel Syariah, *Brand Awareness*, Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN MUI/X/2016

ABSTRACT

Sharia tourism is growing rapidly along with the increasing awareness of Muslims towards tourism that is in accordance with sharia principles, such as businesses in the accommodation sector. Hotel Sunan Drajat Lamongan is one of the new hotels in Lamongan that uses sharia principles. The problem that will be discussed in this study is regarding the implementation of the organization of sharia tourism at Hotel Sunan Drajat Lamongan in building Brand Awareness reviewed from Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016. This study aims to determine the organization of Hotel Sunan Drajat Lamongan reviewed from Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 and to determine the hotel's strategy in building Brand Awareness.

This study uses a qualitative method with an inductive thinking approach, where data analysis is carried out from specific facts and real events to then be concluded in general. Data is obtained from primary and secondary sources through observation, interviews, and documentation..

The results of the study indicate that Hotel Sunan Drajat Lamongan has implemented several sharia principles in its operations in accordance with DSN-MUI Fatwa No. 108/DSN-MUI/X/2016. However, there are still aspects that need to be improved such as the use of sharia financial institution services in hotel transactions. With the right branding strategy and consistency in implementing sharia, Hotel Sunan Drajat Lamongan has the potential to become a competitive sharia hotel icon in Indonesia.

Keywords: *Sharia Hotel, Brand Awareness, DSN-MUI Fatwa No. 108/DSN-MUI/X/2016*