

ABSTRAK

Perkembangan Ekonomi Islam akhir-akhir ini sangatlah pesat, ilmu Ekonomi Islam adalah suatu yang tidak bisa dipungkiri lagi merupakan ilmu yang tumbuh menjadi gerakan perekonomian. Hotel Syariah adalah salah satu bukti berkembangnya Ekonomi Syariah di Indonesia. Dalam pengelolaan bisnis termasuk juga hotel syariah, memerlukan kinerja pemasaran yang baik. Pemasaran memiliki peran karena kesuksesan suatu produk ditentukan oleh manajemen pemasaran yang dibuat. Cahaya Berlian merupakan salah satu hotel yang landasan operasional dan pelayanannya menurut prinsip syariah dan merupakan hotel pertama yang mengusung konsep Syariah di Pamekasan. Hal ini yang mendasari peneliti untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen pemasaran syariah di Hotel Cahaya Berlian.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisa data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data dan melakukan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pelaksanaan pemasaran Hotel syariah Cahaya Berlian menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence* dan *people*. Kemudian pelaksanaan manajemen pemasaran syariah Cahaya berlian menerapkan empat fungsi manajemen sebagai penunjang berjalannya pemasaran dengan baik. Empat fungsi manajemen tersebut adalah fungsi *planning, organizing, actuating* dan *controlling*.

Kata kunci : Manajemen Pemasaran Syariah, Hotel Syariah

ABSTRACT

The development of Islamic Economics has been very fast lately, Islamic Economics is something that cannot be denied anymore, it is a science that has grown into an economic movement. Hotel Syariah is one proof of the development of the Islamic Economy in Indonesia. Business management, including sharia hotels, requires good marketing performance. Marketing has a role because the success of a product is determined by the marketing management made. Cahaya Berlian is one of the hotels whose operational and service bases according to sharia principles and is the first hotel that carries the Sharia concept in Pamekasan. This is what underlies the researcher to find out how the implementation of sharia marketing management at Hotel Cahaya Berlian.

This research uses descriptive qualitative method. The data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and documentation. Meanwhile, to analyze the data, presenting data and drawing conclusions.

The results of this study explain that the marketing implementation of Cahaya Berlian Syariah Hotel uses a marketing mix consisting of Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence and people. Then the implementation of Cahaya Berlin sharia marketing management implements four management functions as a support for marketing well. The four management functions are planning, organizing, actuating and controlling functions.

Keywords : *Sharia Marketing Management, Sharia Hotel*