

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Ekonomi Islam akhir-akhir ini sangatlah pesat, bahkan dalam bidang pengetahuan, tidak dapat dipungkiri bahwa Ekonomi Islam merupakan ilmu yang tumbuh dan menjelma menjadi gerakan ekonomi. Perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia menunjukkan kemajuan yang patut disyukuri dan diapresiasi. Perkembangan ini tidak hanya berlangsung pada tataran wacana yang bersifat *teoritik-normatif*, tetapi telah mencapai tataran yang jauh lebih penting, yaitu tataran yang lebih *praktis-aplikatif*¹.

Pada tataran wacana dijumpai para ahli telah banyak mengembangkan ide-ide ekonomi islam. Hal itu bisa dirasakan bahwa Ekonomi Islam tidak hanya menjadi “menara gading” melainkan sudah lebih membumi dan lebih aplikatif. Pemikiran Fiqh Muamalah misalnya, sudah mulai dikembangkan secara praktis sesuai dengan persoalan aktual kontemporer. Misalnya, dalam praktiknya Ekonomi Islam telah tumbuh dan berkembang dalam bentuk perusahaan seperti Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Pasar Modal Syariah dan disektor *rill* ada Hotel Syariah². Oleh karena itu menurut *World Population Review*, penduduk Muslim Tanah air saat ini mencapai 229

¹ Arkis Haris “Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia” dalam <https://syariah.iain-surakarta.ac.id/perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia/>, Diakses pada Tanggal 3 Maret 2021

² *Ibid*.

juta jiwa atau 87,2% dari total populasi 273,5 juta jiwa, umat Muslim merupakan konsumen penting dalam semua sektor bisnis³

Ayu lestari dalam skripsinya yang berjudul *Tinjauan Mashlahah Terhadap keberadaan Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Cahaya Berlian Desa Panglegur Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan* menyebutkan bahwa perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin pesat, baik bisnis dalam bidang industri maupun jasa, yaitu akomodasi perhotelan. Pesatnya perkembangan hotel di Indonesia tentunya dipengaruhi oleh jumlah hotel yang ada di setiap daerah, misalnya dampak dari perkembangan hotel di Madura bisa dilihat dari banyaknya hotel yang ada di Madura, seperti di Kabupaten Pamekasan tercatat sudah ada 12 hotel yang secara resmi beroperasi sejak tahun 2017⁴.

Hotel adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi atau penginapan. Hotel berarti suatu bentuk bangunan apartemen, unit usaha atau komersial yang menyediakan jasa akomodasi, penyedia makanan, minuman dan fasilitas jasa lainnya dengan semua jasa tersebut ditujukan untuk masyarakat umum⁵.

³ Kormen Barus “Jumlah Penduduk Muslim Indonesiameningkat, Powercommerce Asia Tangkappeluang, Luncurkan Halal Plaza” dalam <https://www.industry.co.id/read/65748/jumlah-penduduk-muslim-indonesia-meningkat-powercommerce-asia-tangkap-peluang-luncurkan-halal-plaza> Diakses pada Tanggal 03 Maret 2021

⁴ Ayu Lestari, *Tinjaun Mashlahah Terhadap keberadaan Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Cahaya Berlian Desa Panglegur Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan*, (Bangkalan: Universtas Trunojoyo Madura, 2020). 1.

⁵ Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Raja Wali Press2016), 111.

Penggunaan lebel syariah pada perkembangan hotel merupakan representasi dari berkembangnya bisnis berbasis syariah, sebut saja industri perbankan yang berhasil mentransformasikan etika syariah ke dalam bisnis dan administrasinya. Berawal dari Bank Muamalat lahir pada tahun 1992 dan telah menjadi pionir cabang Bank di bawah hukum syariah, bermunculan kemudian lembaga-lembaga syariah yang lainnya seperti, Asuransi syariah dan Pegadaian syariah⁶.

Hotel Syariah memiliki banyak daya tarik terutama bagi masyarakat Muslim diantaranya ialah jaminan kehalalan, rasa aman dan pelayanan yang Islami menjadi pertimbangan besar bagi para pengunjung, hal inilah yang menjadikan industry Hotel Syariah mengalami perkembangan yang pesat, tercatat berdasarkan data dari Traveloka per Mei 2018, ada sekitar 730 hotel syariah di Indonesia⁷. Dengan adanya hotel berkonsep akomodasi islami akan mengurangi citra masyarakat bahwa hotel merupakan tempat tujuan atau tempat yang maksiat, karena dengan konsep akomodasi islami, syariat Islam dijadikan acuan dalam pengoperasiannya.

Dalam mengelola suatu usaha termasuk usaha yang menerapkan prinsip syariah, diperlukan kinerja pemasaran yang baik. Pemasaran memiliki peran karena kesuksesan suatu produk ditentukan oleh manajemen pemasaran yang dibuat. Jika kemudian suatu produk tidak sesuai dengan harapan konsumen maka perusahaan akan kehilangan kepercayaan bahkan

⁶ Anwar Basalamah, "Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tahan Air", *Binus Business review*, Vol. 2, No, 2, November 2011, 765

⁷ Dara Purnama "Pertumbuhan Halal Terus Meroket" dalam <https://www.gatra.com/detail/news/326853-pertumbuhan-hotel-halal-terus-meroket> Diakses pada Tanggal 25 February 2021.

bisa kehilangan yang memiliki loyalitas pada produk tersebut⁸. Manajemen pemasaran merupakan bentuk transaksi yang dibenarkan Islam, asalkan dilindungi dalam prosesnya dengan tindakan yang dilarang dan diizinkan oleh syariah. Ini sesuai dengan salah satu kaidah fiqih yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

*“Hukum asal semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”*⁹

Dengan demikian manajemen pemasaran merupakan kegiatan pokok perusahaan yang dilakukan guna mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Aktivitas pemasaran berarti proses sosial dan manajemen di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan produk atau value dengan bantuan pihak lain sehingga meningkatkan penjualan dan keuntungan¹⁰.

Dalam praktiknya hotel syariah haruslah sesuai dengan prinsip hukum Islam yang sudah diatur oleh regulator, dalam hal ini harus sesuai dengan pemerintah, industri dan aturan syariat. Penyesuaian yang dimaksud adalah Hotel Syariah harus memenuhi klasifikasi dan kualifikasi yang telah diberikan Dewan Syariah Nasional-Majlis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam kaitannya dengan standar Hotel Syariah. Dengan mengacu pada standar tersebut maka suatu hotel dapat masuk dalam kriteria Hotel Syariah.

⁸ Wiwik Saidatur Rolianah dan Kholid Albar, *Pemasaran dalam Perspektif Islam*, (Gresik: Guepedia 2019), 9.

⁹ Ahmad Musaddad, *Qawaid Fiqhiyah Mu'amalah*, (Bangkalan: Safari Ilmu Press 2017), 67.

¹⁰ Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama 2019), 9.

Sebagai pedoman ada tiga regulasi dalam pedoman tersebut, yaitu produk yang dijual oleh hotel, pelayanan yang diberikan hotel pada para tamu dan pengelolaan hotel tersebut¹¹.

Abdul Mujib dalam penelitiannya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Hotel Syariah (studi Kasus Hotel Sofyan Syariah Grand Kalimas Surabaya dan Hotel Namira Surabaya)* menyebutkan bahwa ada dua hal yang sejak dulu jarang menjadi topik bahasan secara bersamaan yaitu Islam dan pemasaran namun dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dikalangan akademisi dan praktisi untuk memahami konsumen Muslim dan melihat pasar muslim sebagai segmen pasar yang menarik maka perusahaan tersebut perlu untuk merumuskan strategi manajemen pemasaran syariah yang tidak terlepas dari ajaran Islam. Salah satu ciri khas pemasaran yang sesuai dengan Syariah dan tidak ada pada pemasaran konvensional yaitu sifat religius, kondisi ini bukan karena paksaan, tetapi lebih kepada kesadaran dan nilai-nilai religius, sehingga dianggap penting dalam pemasaran agar tidak terjadi tindakan yang merugikan orang lain¹².

Oleh karena itu, hotel syariah memerlukan manajemen pemasaran dasar yang sesuai dengan minat pemasar, kebutuhan serta minat pelanggan dikarenakan praktik bisnis tidak hanya persoalan penjualan produk (orientasi kineja penjualan) yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) pelanggan saja, namun juga terdapat proses

¹¹ Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah: Konsep dan Penerapan*, (Depok: Rajagrafindo Persada 2017), 13.

¹² Abdul Mujib, *Manajemen Pemasaran Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Sofyan Syariah Grand Kalimas Surabaya dan Hotel Namira Surabaya)*, (Surabaya: Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2020), 4

jalinan komunikasi yang continue yaitu proaktif membina rangkaian jaringan bisnis melalui pemasaran produk atau jasa yang dapat berkesan pada pelanggan (*loyalitas pelanggan*)¹³.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Hotel Syariah Cahaya Berlian dikarenakan Cahaya Berlian merupakan hotel pertama di Pamekasan yang mengutamakan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, terletak di Jl. Raya Panglegur No. 69-71, Desa Panglegur dan resmi beroperasi sebagai Hotel Syariah pada Agustus 2017. Peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji, karena Cahaya Berlian bukan hanya menyediakan penginapan saja, namun hotel ini terbilang cukup berani dengan menerapkan prinsip Syariah, selain itu Cahaya Berlian juga harus bersaing dengan hotel-hotel dan penginapan konvensional, yang mana hotel-hotel konvensional lebih dikenal masyarakat dan lebih menyasar kepada semua kalangan. Oleh karena itu Hotel Cahaya Berlian memberikan pelayanan dan fasilitas yang berbeda dengan hotel ataupun penginapan pada umumnya, hal ini terlihat dari pelayanan dan fasilitas yang mencerminkan nilai-nilai islami dan bernuansa religi. Contoh sederhananya, setiap kamar Hotel Syariah Cahaya Berlian terdapat speaker yang berfungsi sebagai pengingat sudah sampainya waktu shalat. Hotel Syariah Cahaya Berlian juga menyediakan sarana ibadah pada setiap kamar dan makanan serta minuman halal yang sudah mendapatkan sertifikasi halal¹⁴.

¹³ *Ibid*, 6.

¹⁴ Jihan, Maketing Hotel Syariah Cahaya Berlian, Wawancara pada tanggal 26 Maret 2021

Dengan adanya nuansa religi yang ditampilkan serta nilai-nilai Islami yang digunakan sangat memperkuat dalam proses operasional Hotel Syariah Cahaya Berlian. Tentunya dalam hal ini sangat diharapkan akan dan selalu memberikan suatu kenyamanan dalam pelayanan yang diberikan kepada pengunjung Hotel Syariah Cahaya Berlian. Dapat dilihat dalam beberapa bulan terakhir dengan meningkatnya pengunjung Hotel Syariah Cahaya Berlian yang bisa dibilang sangat baik. Dengan data beberapa bulan terakhir yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Pengunjung Hotel Syariah Cahaya Berlian Tahun 2019

Bulan	Jumlah Pengunjung
January	65
February	78
Maret	83
April	96
Mei	126
Juni	117
Juli	133
Agustus	121
September	314
Oktober	129

Sumber: Jihan Marketing Hotel Syariah

Sesuai dengan tabel di atas yang menjelaskan mengenai jumlah pengunjung Hotel Syariah Cahaya Berlian yang setiap bulan mengalami peningkatan, namun tidak bisa dipungkiri terdapat juga beberapa bulan yang mengalami penurunan pengunjung. Dengan adanya hal tersebut, maka sangat penting adanya aktivitas pemasaran yang harus dilakukan guna menunjang peningkatan daya tarik pengunjung di Hotel Syariah Cahaya Berlian. Selain hal tersebut, juga terdapat rasa ingin tahu mengenai implementasi manajemen pemasaran yang ada di Hotel Syariah Cahaya Berlian apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah di dalam pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan atau belum. maka dengan itu, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN DI HOTEL SYARIAH CAHAYA BERLIAN SEBAGAI HOTEL SYARIAH DI PAMEKASAN ”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Penerapan Manajemen Pemasaran Syariah di Hotel Cahaya Berlian?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen pemasaran syariah di hotel cahaya berlian?

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran syariah pada usaha perhotelan yang menerapkan prinsip syariah.

b. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti serta sebagai sumbangsih pemikiran dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang hotel syariah.

D. Kajian Pustaka

Dapat dipahami bahwa kajian pustaka merupakan sebuah deskripsi ringkas mengenai penelitian permasalahan yang akan dilakukan. Peneliti telah melakukan kajian mengenai penyusunan penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang didalamnya terdapat pembahasan mengenai hotel berbasis Syariah namun dengan permasalahan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Untuk menghindari adanya kesalahpahaman dikemudian hari maka, disini dapat dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan terdahulu;

1. Skripsi Ayu Lestari dengan Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dengan judul *Tinjauan Masalah Terhadap Keberadaan Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Cahaya Berlian Desa Panglegur Kecamatan Tlanakan Kabupaten*

Pamekasan). Skripsi ini membahas bagaimana tinjauan *Maslahah* terhadap keberadaan hotel cahaya berlian. Dalam permasalahan ini ditemukan bahwa keberadaan Hotel Cahaya berlian sebagai hotel syariah telah memberikan banyak manfaat sehingga dapat menciptakan kemaslahatan dan kesejahteraan bagi staf, pengunjung, masyarakat dan pemerintah sekaligus menghindari mafsadat dimana yang menjadi tolak ukurnya ialah terpenuhinya lima prinsip pokok tujuan syariat atau *maqashid syariah*¹⁵,

2. Skripsi Arif Fauzan Hamid dengan Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro (2020), dengan judul Implementasi fatwa DSN-MUI NO. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Syariah di Hotel Familie 2 Kota Metro. Skripsi ini membahas Bagaimana implementasi Fatwa DSN-MUI NO. 108/DSN-MUI/X/2016 pada penyelenggaraan pariwisata syariah di Hotel Familie 2 Kota Metro. Dalam permasalahan ini ditemukan bahwa implementasi fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang penyelenggaraan pariwisata syariah di Hotel Familie 2 Kota Metro dinilai sudah cukup baik. Implementasi fatwa tersebut terkandung didalam aturan-aturan atau kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh manajemen Hotel Familie 2 Kota Metro. Namun ada beberapa aspek yang belum terpenuhi, seperti hotel syariah wajib menggunakan jasa

¹⁵ Ayu Lestari, *Tinjaun Mashlahah Terhadap keberadaan Hotel Syariah*,,62

lembaga keuangan syariah dalam melakukan pelayanan, dan fasilitas ibadah yang memadai yaitu belum adanya mushola atau masjid untuk tempat beribadah. Kemudian, untuk standarisasi makanan dan minuman Hotel Familie 2 Kota Metro belum mendapatkan sertifikat halal dari DSN-MUI¹⁶.

3. Disertasi Abdul Mujib dengan program Studi Ekonomi Syariah Pasca Sarjana Universitas Sunan Ampel Surabaya dengan judul Manajemen Pemasaran Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Sofyan syariah Grand Kalimas Surabaya dan Hotel Namira Syariah Surabaya). Disertasi ini membahas bagaimana Implementasi dan model pemasara syariah di Hotel Grand kalimas dan Hotel Namira Syariah. Temuan dalam disertasi ini merumuskan model manajemen pemasaran hotel syariah dan pengembangan *Marketing Mix Sharia* pada hotel syariah dengan menambahkan Variabel *Islamic atmosphere* pada manajemen pemasaran internal dan *Islamic brotherhood* pada manajemen pemasaran eksternal agar sesuai dengan prinsip Manajemen pemasaran dan sesuai dengan nilai-nilai syariah¹⁷.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih memudahkan pembaca dalam memahami skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

¹⁶ Arif Fauzan Hamid, *Implementasi fatw DSN-MUI NO. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Syariah di Hotel Familie 2 Kota Metro*, (Metro: IAIN Metro, 2020), 62.

¹⁷ Abdul Mujib, *Manajemen Pemasaran Hotel Syariah (Studi Kasus Hotel Sofyan Syariah Grand Kalimas Surabaya dan Hotel Namira Surabaya)*, (Surabaya: Universitas Sunan Ampel Surabaya, 2020), 252.

1. **BAB 1 (Pendahuluan):** Dalam bab pendahuluan akan menampilkan pembahasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, kajian pustaka dan sistematika pembahasan yang akan dilakukan.
2. **BAB II (Landasan Teori) :** Menjelaskan mengenai teori-teori yang akan digunakan untuk membantu dalam proses penelitian, sebagai landasan umum dalam pembahasan manajemen pemasaran hotel syariah.
3. **BAB III (Metode Penelitian) :** Bab ini akan menjelaskan mengenai metode yang akan digunakan dalam pemecahan permasalahan dalam Implentasi Manajemen Pemasaran Syariah Hotel Cahaya Berlian sebagai Hotel syariah di Indonesia.
4. **BAB IV (Hasil Penelitian) :** Dalam bab ini akan memaparkan hasil yang telah penulis temukan di lapangan mengenai permasalahan yang di teliti mengenai Implentasi Manajemen Pemasaran Syariah Hotel Cahaya Berlian sebagai Hotel syariah di Indonesia.
5. **BAB V (Penutup) :** Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari permasalahan yang diangkat dan dianalisis sebelumnya. Dan ada beberapa saran yang diberikan agar bermanfaat dan menyempurnakan hasil penelitian.

