

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Sharia Marketing mix* dan pertumbuhan bisnis pada Penginapan Syariah ikhlas beramal Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi pengelola, staf penginapan, dan beberapa konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penginapan ini telah menerapkan tujuh komponen *Sharia Marketing mix* secara konsisten, yaitu produk halal dan bermanfaat, harga yang adil dan transparan, lokasi strategis, promosi jujur berbasis komunitas, pelayanan oleh SDM berakhlak islami, proses layanan sesuai syariat, dan bukti fisik bernuansa religius. Dari sisi pertumbuhan bisnis, penginapan ini mengalami perkembangan yang positif, baik dalam jumlah tamu, loyalitas pelanggan, hingga peningkatan citra usaha. Hal ini didukung oleh nilai-nilai kepercayaan, keberkahan, dan komitmen terhadap prinsip *sharia*.

Temuan penelitian ini sesuai dengan teori *Sharia Marketing mix* (Aden Wijaya., 2023) dan teori lima tahap pertumbuhan bisnis oleh Churchill dan Lewis, serta diperkuat oleh studi Maharani (2021) mengenai pentingnya inovasi dan kepercayaan dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Dengan demikian, model bisnis berbasis *sharia* dan komunitas terbukti mampu mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Sharia Marketing mix*, Pertumbuhan Bisnis, Penginapan *Sharia*, Bisnis Berbasis Komunitas

ABSTRACT

His study aims to analyze the implementation of the Sharia Marketing mix and business growth at Ikhlas Beramal Sharia Guesthouse in Bangkalan. The research uses a qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. Informants in this study include management, staff members, and several customers.

The results indicate that the guesthouse consistently applies the seven components of the Sharia Marketing mix: halal and beneficial products, fair and transparent pricing, strategic location, honest and community-based promotion, service delivered by staff with Islamic character, processes aligned with Islamic principles, and religious-themed physical evidence. In terms of business growth, the guesthouse shows positive development in customer numbers, loyalty, and business reputation. This growth is driven by trust, blessings (barakah), and a strong commitment to Sharia values.

The findings align with the Sharia Marketing mix theory (Aden Wijaya et al., 2023) and Churchill and Lewis' five stages of small business growth model, and are supported by Maharani's (2021) research highlighting the role of innovation and trust in fostering SME growth. Thus, a community-based and Sharia-compliant business model is proven to support sustainable business development.

Keywords: *Sharia Marketing mix, Business Growth, Sharia Guesthouse, Community-Based Business*