

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Islam merupakan salah satu bagian terpenting dari ekonomi global saat ini. Yang memiliki tujuh sektor ekonomi Islam yang terus meningkat secara signifikan, yaitu bidang kuliner, bidang keuangan Islam, bidang industry asuransi, bidang fashion, bidang kosmetik, bidang farmasi, bidang hiburan, dan bidang pariwisata. Dimana tujuh sektor tersebut mengusung konsep halal dalam setiap produknya. Ada beberapa hal yang menjadi meningkatnya pertumbuhan pasar muslim global saat ini, yaitu demografi pasar muslim yang berusia muda dan berjumlah besar, pesatnya pertumbuhan ekonomi negara mayoritas muslim. Adapun nilai Islam mendorong tumbuhnya bisnis dan gaya hidup Islami, pertumbuhan transaksi perdagangan antara negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI), partisipasi perusahaan multinasional, teknologi dan keterhubungan/konektivitas antar negara. (Arjana, 2015)

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis di Indonesia maju dengan pesat, baik bisnis dalam bidang industri maupun jasa. Salah satu investasi yang sangat menjanjikan dan semakin berkembang mengikuti kebutuhan adalah perhotelan/penginapan, dengan berbagai fasilitas disediakan yang memanjakan para tamu, mengikuti kebutuhan pelanggan yang semakin hari menuntut kenyamanan lebih. Dari segi fungsi, hotel adalah tempat peristirahatan sementara, yang dikunjungi saat seseorang berada di luar daerah atau saat jauh dari rumah. Bisnis perhotelan/penginapan merupakan

salah satu bisnis di bidang jasa yang sedang menjamur di Mojokerto. Karena Mojokerto merupakan kota yang dekat dengan kawasan industri Ngoro. Sehingga usaha di bidang perhotelan/penginapan mengalami persaingan ketat, dalam usaha meningkatkan tingkat hunian kamar. Untuk itu pengusaha yang bergerak dalam bisnis perhotelan/penginapan dituntut untuk mampu bersaing agar dapat bertahan.

Meningkatnya bisnis berbasis syariah, saat ini masyarakat muslim mulai membangun bisnis di bidang perhotelan dengan menerapkan konsep penginapan Islam. Kehadiran hotel dengan konsep penginapan Islam ini mengurangi image masyarakat bahwa hotel menjadi tujuan atau tempat maksiat, karena dengan konsep penginapan Islam ini, maka peraturan-peraturan yang dijadikan acuan untuk menjalankan operasionalnya adalah hukum syariah Islam. Hotel syariah merupakan hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan operasional dan menerapkan manajemen syariah dalam bisnisnya. (Sudarsono, 2002)

Dengan semakin pesatnya dunia bisnis, untuk dapat meningkatkan pelayanan dan permintaan kepada konsumen pada segmen-segmen tertentu kini mulai banyak produsen yang mendesain produknya dengan prinsip syariah. Seperti salah satu penginapan yang berada di Kota Mojokerto yaitu Guest House Melati Syariah. Di tengah persaingan hotel-hotel konvensional di Mojokerto, Guest House Melati Syariah memberikan nuansa baru yang sangat berbeda dengan hotel konvensional pada umumnya. Perbedaan yang signifikan antara hotel konvensional dengan Guest House Melati Syariah yaitu dari segi makanan atau minuman yang disajikan, melengkapi persyaratan-persyaratan yang di telah

ditentukan oleh pihak Guest House Melati Syariah seperti: menunjukkan kartu identitas diri dan menunjukkan buku nikah atau bukti otentik yang menunjukkan bahwa sudah menikah bagi tamu yang berpasangan laki-laki dan perempuan, tidak menyediakan minuman keras

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal (Pandji Anoraga 2007:188). Mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran salah satu tahapannya adalah merencanakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yaitu produk (product), harga (price), distribusi/tempat (place), dan promosi (promotion) (Philip Kotler dan Gary Armstrong 2008:58).

Pemasaran syariah adalah salah satu metode promosi berlandaskan pada Alquran dan Sunnah Nabi Muhammad pemasaran syariah Adalah merupakan sebuah kepatuhan strategi yang merujuk pada penciptaan, persembahan, dan perubahan kualitas dari satu inisiator untuk *skateholder* yang berada didalam seluruh siklus sesuai kesepakatan serta kaidah Islam dan muamalah dalam Islam (Alma & Priansa, 2011). Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula (2008) pemasaran syariah yaitu pemasaran yang tidak berfokus pada laba tapi juga mengandung nilai-nilai ibadah.

Berkaitan dengan strategi bauran pemasaran pada konvensional, maka penerapan dalam pemasaran syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqh yakni "Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha" yang berarti bahwa pada dasarnya semua bentuk muamalah

boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya (Kartajaya, 2006:27). Dalam Islam telah disediakan pedoman dalam pemasaran semua sendi muamalah asalkan hukumnya diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. dalam hal ini pentingnya pemasaran yang sesuai dengan Dasar-dasar promosi yang sesuai dengan standar syariah yaitu menghalangi semua jenis transaksi yang akan menimbulkan kerugian untuk orang lain seperti riba, pemerasan, gharar dan sebagainya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas, terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat lain seperti adanya pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word of- mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (.Edy Kusnadi Handum dan Denok Ariestyia 2016:32)

Dipilihnya tempat penelitian di “Guest House” dikarenakan Guest House. Memberikan pelayanan professional, keramahan, dan kenyamanan yang memunculkan nuansa “*Anda TUAN Rumahnya*”, sebuah suasana khas yang berbeda dari penginapan pada umumnya. Guest House memiliki sebuah konsep penginapan keluarga yang mengedepankan prinsip Syariah untuk memberikan ketenangan dan kedamaian. (www.guesthouse, 2021)

Lokasi Melati Syariah Guest House sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen yaitu berada di Jalan S Parman Jotangan kecamatan mojosari kabupaten mojokerto Produk-produk jasa yang di

tawarkan oleh Melati Syariah Guest House sangat bervariasi berikut datanya:

Tabel 1.2

Harga dan fasilitas yang didapatkan

Harga	Fasilitas	Keterangan
Rp 350.000	AC, Wifi, LCD TV, Bathroom amanites with hot & cold water, breakfast for 3 person	Deluxe Room
Rp 300.000	AC, Wifi, LCD TV, Bathroom amanites with hot & cold water, breakfast for 2 person	Superior Room
Rp 200.000	AC, Wifi, LCD TV, Bathroom amanites with hot & cold water, breakfast for 2 person	Standart Room

Sumber: Melati Syariah Guest House

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji, karena Guest House Melati Syariah bukan hanya menyediakan jasa penginapan saja, namun dia adalah salah satu Guest House yang mana berani menerapkan prinsip syariah. Selain itu Guest House Melati Syariah juga harus bersaing dengan hotel dan penginapan konvensional, yang mana hotel dan penginapan konvensional lebih dikenal masyarakat dan lebih menjangkau semua kalangan, oleh karena itu Guest House Melati Syariah menyediakan fasilitas yang berbeda dengan hotel ataupun penginapan lainnya yaitu fasilitas untuk beribadah seperti : sarung, mukenah, al-quran, tasbeih dan sajadah serta

adzan reminder yang disediakan oleh Guest House Melati Syariah, menunjukkan kartu identitas diri dan menunjukkan buku nikah atau bukti otentik yang menunjukkan bahwa sudah menikah bagi tamu yang berpasangan laki-laki dan perempuan, tidak menyediakan minuman keras.

Berdasarkan uraian diatas,. Maka berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran berbasis syariah terhadap keputusan tamu menginap di Melati Syariah Guest House kecamatan mojosari”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran syariah melalui bauran pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, physical eviden and proces) terhadap keputusan tamu menginap di Melati Syariah Guest House kecamatan Mojosari ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pemasaran syariah terhadap keputusan tamu menginap di Melati Syariah Guest House Kecamatan Mojosari

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan, pengetahuan dan cara berpikir bagi penulis tentang pentingnya strategi pemasaran perusahaan dalam mengembangkan usaha

2. Bagi pembaca

Memberikan informasi kepada masyarakat dan peneliti lain sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan dan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.