

BAB III

TINJAUAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Hotel Graha Agung Semarang

1. Sejarah Singkat Berdirinya Hotel Graha Agung Semarang

Sejarah berdirinya Hotel Graha Agung Semarang tidak dapat lepas dari sejarah berdirinya Masjid Agung Jawa Tengah. Hal ini karena Hotel Graha Agung Semarang merupakan bagian dari Masjid Agung Jawa Tengah yang dibangun untuk mendukung dan memfasilitasi para pengunjung masjid untuk menyediakan tempat penginapan.

Keberadaan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) tidak bisa lepas dari Masjid Kauman Semarang. Pembangunan MAJT berawal dari kembalinya tanah wakaf yang sebelumnya tidak jelas statusnya. Tanah wakaf Masjid besar kauman Semarang dari proses tukar guling tanah wakaf seluas 119.127 ha yang dikelola BKM (Badan Kesejahteraan Masjid) bidang urusan agama Departemen Agama Jawa Tengah. Dengan alasan tanah tersebut tidak

produktif, oleh BKM tanah itu di tukar gulung dengan tanah seluas 250 ha di Demak lewat PT Sambirejo. Kemudian berpindah tangan ke PT Tensindo Milik Tjipto Siswoyo Melalui perjuangan yang panjang tanah tersebut dikembalikan kepada Masjid Kauman Semarang.¹

Pada tanggal 6 Juni 2001 Gubernur Jawa Tengah membentuk tim koordinasi pembangunan MAJT untuk menangani masalah mendasar maupun teknis. Sebuah keputusan telah dihasilkan berupa status tanah, persetujuan pembiayaan dari Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) oleh DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) Jawa Tengah.²

Pembangunan masjid beserta dengan fasilitas pendukungnya termasuk Hotel Graha Agung Semarang dimulai pada hari Jum'at tanggal 6 September 2002 ditandai dengan pemasangan tiang pancang perdana yang dilakukan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Prof H Said Agil Husain Al Munawar, KH MA Sahal Mahfud dan Gubernur

¹ <http://www.majt.org> di download pada tanggal 25 November 2013

² Ibid.

mencerminkan seorang muslim, dan menerima saran dan kritik dari pelanggan Hotel Graha Agung Semarang.⁵⁶ pelayanan yang dilakukan Hotel Graha Agung Semarang baik, meski terlambat dalam mengantarkan makanan dan harusnya makannya prasmanan.⁵⁷ Pelayanan yang dilakukan oleh karyawan kanor depan, tata graha, staff lounge, dan petugas keamanan cukup baik.⁵⁸

⁵⁶ Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁵⁷ Guest Comment, tanggal 23 Juni 2008 dengan Ibu Rukiah di Hotel Graha Agung Semarang

⁵⁸ Guest Comment, tanggal 23 Desember 2008 dengan Bapak Ristopo di Hotel Graha Agung Semarang

Semarang dilakukan Ibu Rukiah yang baru pertama kali menginap di Graha Agung Semarang.⁵³ Sedangkan Ibu Gunawan yang sering menginap di Graha Agung Semarang melakukan reservasi melalui travel yang telah bekerjasama dengan pihak Hotel Graha Agung Semarang.⁵⁴ kebersihan kamar tidur, kamar mandi dan area umum cukup baik.⁵⁵

g) Strategi *Customer service* (pelayanan konsumen)

Strategi pelayanan konsumen merupakan suatu cara bagaimana memberikan suatu pelayanan konsumen sesuai dengan apa yang seharusnya menjadi hak konsumen sesuai dengan nilai yang dibayarkan oleh konsumen. Pelayanan konsumen yang berbasis syariah menjadi strategi bauran pelayanan konsumen dengan pemberian salam, para pemberi pelayanan mengenakan pakaian yang

Jawa Tengah H Mardiyanto. Pemasangan tiang pancang perdana itu juga dihadiri oleh tujuh duta negara-negara sahabat Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Qatar, Kuwait, Mesir, Palestina, Abu Dabi. Hal ini membuktikan kalau dunia mendukung di bangunnya Masjid Agung Jawa Tengah.³

MAJT yang memiliki luas 10 ha di resmikan pada tanggal 14 November 2006 oleh Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono. Masjid dengan luas areal 10 hektar dan luas bangunan induk untuk sholat 7.669 meter persegi secara keseluruhan pembangunan masjid menghabiskan biaya Rp 198.692.340.000,-⁴

Hotel Graha Agung Semarang sebagai bagian dari MAJT merupakan penginapan yang bernuansa islami. Setiap hari para pelanggan dapat mendengarkan azan lima kali sehari. Hotel Graha Agung dilihat dari fungsinya merupakan hotel transit karena kebanyakan tamu yang menginap merupakan rombongan jama'ah yang berkunjung atau

⁵³ Guest Comment, tanggal 29 Desember 2008 dengan Ibu Gunawan di Hotel Graha Agung Semarang

⁵⁴ Guest Comment, tanggal 23 Juni 2008 dengan Ibu Rukiah di Hotel Graha Agung Semarang

⁵⁵ Guest Comment, tanggal 31 Agustus 2008 dengan Ibu Suparti di Hotel Graha Agung Semarang

³ Ibid.

⁴ Ibid.

mengadakan kegiatan di MAJT menginap di Hotel Graha Agung Semarang hanya 1-2 hari.⁵

2. Visi dan Misi Hotel Graha Agung Semarang

Pada saat pendirian organisasi atau perusahaan seseorang pasti memiliki suatu tujuan yang akan diwujudkan. Ia mengorbankan uang, waktu, dan pikirannya untuk mendirikan dan menjalankan perusahaan itu demi mencapai tujuannya. Oleh karena visi misi dalam suatu perusahaan sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan.

Visi merupakan kata terapan dari bahasa Inggris yaitu *vision* yang berarti pandangan. Dalam kaitannya dengan perusahaan atau organisasi visi menunjukkan pandangan perusahaan atau organisasi di masa yang akan datang.⁶ Visi juga dapat diartikan sebagai cita-cita perusahaan. Sedangkan misi merupakan apa yang akan dilakukan perusahaan atau

yang merangkap sebagai marketing.⁵⁰ Hotel Graha Agung Semarang memberikan magang atau training bagi karyawan baru hal ini lakukan agar ketika dalam bekerja dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen sehingga hal ini dapat membentuk loyalitas konsumen.⁵¹

f) Strategi *process* (proses)

Strategi proses merupakan sebuah cara bagaimana sebuah proses penyampaian pelayanan maupun pemberian produk dapat berjalan dengan baik. Reservasi dapat dilakukan dengan pelanggan dapat datang langsung, dan dapat juga menelpon ke Hotel Graha Agung Semarang.⁵² Melakukan reservasi dengan telpon ke Hotel Graha Agung

⁵ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), Pada Tanggal 26 November 2013

⁶ Pontas M Pardede, *Manajemen Strategik Dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Mintrawacana Media, 2011), Hlm. 87

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Wiryo (karyawan bagian Customer Servis Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 10 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁵² Wawancara dengan Bapak Wiryo (karyawan bagian Customer Servis Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 10 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

satu.⁴⁷ Promosi dilakukan dengan mengikuti undangan-undangan dari Dinas Pariwisata, sehingga Hotel Graha Agung Semarang banyak dikenal oleh masyarakat, dan Mensosialisasikan Hotel Graha Agung Semarang ketika Masjid Agung Jawa Tengah mengadakan kegiatan.⁴⁸

e) Strategi *people* (orang)

Strategi “ orang ” merupakan bagaimana menyiapkan sumber daya manusia yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Karyawan Hotel Graha Agung Semarang terbatas sehingga mereka jam kerjanya terlalu lama.⁴⁹ Keterbatasan karyawan membuat ada beberapa jabatan yang dirangkap seperti manager

organisasi untuk mencapai tujuannya.⁷ Misi memberikan batasan dan merinci cakupan tujuan secara tepat, singkatnya misi merupakan penjelasan dari tujuan atau cita-cita perusahaan.

Visi misi Hotel Graha Agung sama dengan visi misi Masjid Agung Jawa Tengah karena Hotel Graha Agung Semarang merupakan bagian dari Masjid Agung Jawa Tengah. Visi adalah “*Terwujudnya Masjid Agung Jawa Tengah Yang Mandiri Dan Berdaya Guna Mampu Melaksanakan Fungsinya Secara Optimal*”⁸

Sedangkan Misi Hotel Graha Agung Semarang adalah:⁹

- 1) Mendakwakan islam dengan damai simpatik
- 2) Meningkatkan kualitas umat di bidang keimanan, ekonomi, dan pendidikan.
- 3) Membina persatuan dan kesatuan.

⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁷ *Ibid.* Hlm.77

⁸ <http://www.majt.org>, di download pada tanggal 25 November 2013

⁹ *Ibid.*

3. Logo Hotel Graha Agung Semarang

Logo Hotel Graha Agung Semarang adalah seperti gambar di bawah ini:¹⁰



Sumber: Aturan Dasar Rumah Tangga (ADRT) Hotel Graha Agung Semarang

Gambar 1.5 Logo Hotel Graha Agung Semarang

Tengah.⁴⁵ Mendirikan tempat di kompleks Masjid Agung Jawa Tengah, karena sesuai dengan misi yaitu meningkatkan keimanan, ekonomi, dan pendidikan.⁴⁶

d) Strategi *promotion* (promosi)

Strategi promosi merupakan suatu cara sehingga informasi tentang produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dapat diterima oleh konsumen. Hotel Graha Agung Semarang dalam melakukan promosi sangat kurang, hal ini dilihat dari kurangnya informasi terkait tentang Hotel Graha Agung Semarang, tidak ada papan petunjuk diluar yang menunjukkan keberadaan Hotel Graha Agung Semarang, dan di area Masjid Agung Jawa Tengah jarang petunjuk adanya hotel bahkan hanya ada

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

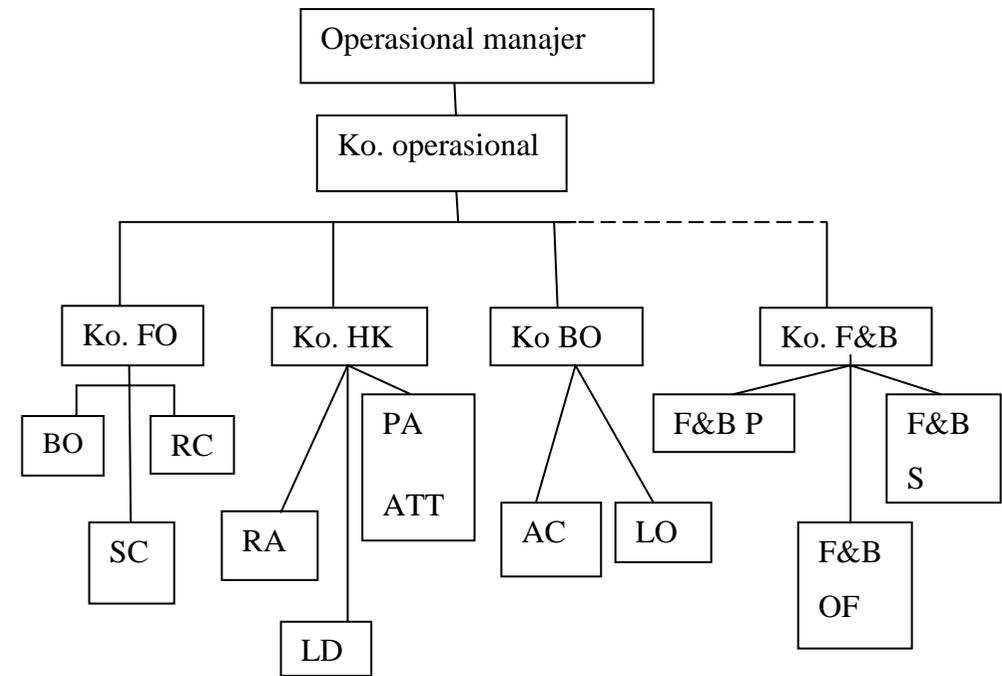
⁴⁶ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

Agung Jawa Tengah.⁴² Hotel Graha Agung Semarang juga bekerja sama dengan travel-travel perjalanan dan memberikan harga khusus bagi pelanggan yang menggunakan travel yang telah bekerjasama dengan Hotel Graha Agung Semarang.⁴³ Tarif Hotel Graha Agung Semarang mahal dibandingkan dengan hotel sejenis di kota Semarang.⁴⁴

c) Strategi *place* (tempat)

Strategi tempat merupakan bagaimana penentuan tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen. Hotel Graha Agung Semarang memiliki tempat yang strategis bagi tamu yang mengadakan kegiatan di Masjid Agung Jawa

4. Struktur Organisasi Hotel Graha Agung Semarang



Sumber: (ADRT) Hotel Graha Agung Semarang
Gambar 1.6 Struktur Organisasi Hotel Graha Agung Semarang¹¹

- Keterangan:
- Op Manajer : *Operasional Manajer*
 - Ko. Operasional : *Koordinator Operasional*
 - Ko HK : *Koordinator House Keeping*
 - Ko BO : *Koordinator Back Office*
 - Ko F&B : *Koordinator Food and Beverage*
 - F&B P : *Food And Beverage Product*
 - F&B S : *Food And Beverage Service*

¹¹ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 28 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴² Wawancara dengan Keluarga Besar Bismillah Jakarta (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 16 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴³ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴⁴ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

F&B OF	: <i>Food And Beverage Office</i>
Ko. FO	: <i>Koordinator Front Office</i>
BO	: <i>Bell Boy</i>
RC	: <i>Receptionist</i>
SC	: <i>Security</i>
RA	: <i>Room Attendant</i>
PA ATT	: <i>Puclict Area Attendance</i>
LD	: <i>Laundry</i>
AC	: <i>Accounting</i>
LO	: <i>Logistic</i>
----	: dikelola pihak ketiga

5. Produk Hotel Graha Agung Semarang

Hotel Graha Agung Semarang sebagai jasa penginapan hotel ini menawarkan dengan berbagai kelas yaitu:¹²

a. *Deluxe room*

Dengan fasilitas 3 *single bed* AC, TV berwarna, kulkas, laundry, dan kamar mandi.

b. *Family room*

Dengan fasilitas 10 *single bed* AC, TV berwarna, kulkas, laundry, dan kamar mandi.

b) Strategi *price* (harga)

Strategi harga merupakan bagaimana suatu strategi penetapan harga yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan hasil harga sesuai dengan tujuan pemasaran. Penetapan harga yang dilakukan oleh Hotel Graha Agung Semarang menggunakan metode dengan *break even pricing* kita dapat mengetahui tentang bagaimana satu-satunya produk itu dijual pada harga tertentu untuk mengembalikan dana yang tertahan dalam produk tersebut.⁴¹

$$\text{Break even volume} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga-biaya variabel}}$$

Strategi harga yang dilakukan oleh Hotel Graha Agung Semarang dengan memberikan harga khusus pada tamu yang mengadakan kegiatan di Masjid

¹² Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴¹ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

tamu yang menginap kebanyakan adalah tamu rombongan yang melakukan kegiatan jama'ah maupun keluarga di Masjid Agung Jawa Tengah.³⁷ Banyak kamar yang rusak dapat dilihat dari plafon yang bocor, dan pintu yang rusak.³⁸ kurangnya ada fasilitas pendukung seperti tidak adanya sikat gigi.³⁹ Dilihat dari kebersihan dan keindahan tembok yang berada di bawah AC perlu di cat kembali agar terlihat lebih indah, hal ini diungkapkan oleh bapak Anjar Nugroho yang baru pertama kali menginap di Hotel Graha Agung Semarang.⁴⁰

c. *Executive room*

Dengan fasilitas 3 *single bed* AC, TV berwarna, kulkas, laundry, dan kamar mandi.

d. *Suite room*

Dengan fasilitas 1 *king bed* AC, TV berwarna, kulkas, laundry, dan kamar mandi.

Selain menyediakan ruang penginapan Hotel Graha Agung Semarang juga menyediakan restaurant 24 jam dengan berbagai macam menu khas Indonesia dan memiliki cita rasa Islami. Dengan ruangan resto yang cukup besar juga bisa untuk *ruang meeting* berkapasitas 100 pax. Restoran Hotel Graha Agung Semarang dinamakan Agung Resto yang sering juga dijadikan tempat mengadakan acara keluarga, reuni, dan pernikahan.¹³

³⁷ Wawancara dengan Majelis Dzikir Ar Rizkiyah Surabaya (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 9 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

³⁸ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

³⁹ Wawancara dengan Bapak M. Yusuf (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 13 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

⁴⁰ Guest Comment, tanggal 26 Juni 2009 dengan Bapak Anjar Nugroho di Hotel Graha Agung Semarang

¹³ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

B. Strategi Bauran Pemasaran Hotel Graha Agung Semarang

1. Kekuatan, Kelemahan, peluang, dan ancaman dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Muslim di Hotel Graha Agung Semarang

Dalam perjalanannya ada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk menciptakan sebuah loyalitas pelanggan muslim di Hotel Graha Agung Semarang, untuk dapat mengetahui hal itu maka harus dilakukan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*) jadi jika diterjemahkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan pendekatan tentang kekuatan dan kelemahan yang melekat pada perusahaan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.¹⁴

Kekuatan (*strength*) adalah kecenderungan, kejadian dan kekuatan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan dan mengakibatkan unggul dari perusahaan-perusahaan pesaing dalam satu industri. Kelemahan (*weakness*) adalah kecenderungan, kejadian dan kekuatan yang memberikan

masyarakat tentang hotel syariah sehingga masyarakat hanya melihat hotel sebagai tempat penginapan yang bisa memenuhi keinginan konsumen tidak melihat nilai syariah dalam menjalankan bisnis tersebut sehingga konsumen cenderung memilih ke hotel konvensional. Kurangnya informasi konsumen tentang Hotel Graha Agung Semarang.³⁶

2. Implementasi Bauran Pemasaran Hotel Graha Agung Semarang

Strategi Bauran pemasaran jasa yang terdiri dari tujuh variabel pembentuk, dalam implementasi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Hotel Graha Agung Semarang adalah:

a) Strategi *product* (produk)

Strategi produk merupakan bagaimana cara menciptakan suatu produk dapat memenuhi sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Strategi produk yang tersedianya kelas dengan *family room*, Hal ini karena

¹⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2001), Hlm. 115

³⁶ Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

c. Peluang

Pada hari-hari besar agama Islam biasanya banyak tamu yang datang ke Masjid Agung Jawa Tengah, dan tentunya tidak sedikit yang menginap. Hal ini juga dijadikan sebagai promosi Hotel Graha Agung Semarang kepada para pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah.³⁴ Masih sedikit hotel di kota Semarang yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usaha bisnisnya.³⁵

d. Ancaman

Persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis perhotelan baik hotel syariah maupun konvensional dimana hotel syariah yang tergolong masih baru dibandingkan dengan hotel konvensional yang berada di kota Semarang dibandingkan dengan hotel konvensional. Selain itu Kurangnya pemahaman

kerugian bagi perusahaan dan mengakibatkan kalah dari perusahaan-perusahaan pesaing dalam satu industri.¹⁵

Peluang adalah mencakup setiap kecenderungan, kejadian dan kekuatan yang memberikan keuntungan bagi seluruh perusahaan yang berada dalam satu industri. Ancaman adalah mencakup setiap kecenderungan, kejadian dan kekuatan yang menimbulkan kerugian bagi seluruh perusahaan yang berada dalam satu industri.¹⁶

Kekuatan dan kelemahan merupakan berada di dalam pengendalian dan dapat dipengaruhi oleh para pemimpin perusahaan. Peluang dan ancaman merupakan berada di luar pengendalian para pemimpin perusahaan dan perusahaan tidak dapat mempengaruhinya melainkan harus menyesuaikan diri terhadapnya.¹⁷ kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk menciptakan sebuah loyalitas pelanggan muslim di Hotel Graha Agung Semarang dijelaskan sebagai berikut yaitu:

³⁴ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

³⁵ Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

¹⁵ Pontas M. Pardede, *Manajemen Strategik Dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), Hlm. 216

¹⁶ Pontas M. Pardede, *Ibid*, Hlm. 218

¹⁷ Pontas M. Pardede, *Ibid*, Hlm. 215

a. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki oleh Hotel Graha Agung Semarang dalam pembentukan loyalitas pelanggan muslim di Hotel Graha Agung Semarang adalah letak dari Hotel Graha Agung Semarang berada di dalam kompleks Masjid Agung Jawa Tengah, Hal menjadikan Bapak Ninoyan Sanco loyal terhadap Hotel Graha Agung, hal ini dibuktikan dengan lebih dari 2 tahun dan menggunakan jasa penginapan Hotel Graha Agung setiap dua minggu sekali itu artinya telah menggunakan jasa penginapan di Hotel Graha Agung sebanyak 48 kali.¹⁸ Berada di kompleks Masjid Agung Jawa Tengah memberikan kelebihan tersendiri dengan tersedianya parkir yang luas karena parkir menyatu dengan Masjid Agung Jawa Tengah.¹⁹

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

¹⁹ Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

ada satu papan petunjuk yang menunjukkan Hotel Graha Agung Semarang.³⁰ selain itu tidak ada papan petunjuk di jalan raya yang menunjukkan keberadaan Hotel Graha Agung Semarang.³¹

Dari segi kebersihan perlu ditingkatkan lagi terutama di area umum seperti *lobi room* masih terlihat kotor di lantai masih ada sisa rokok dan lantai masih berdebu. Di depan area depan hotel perlu dibersihkan secara berkala karena banyak daun yang berjatuhan.³² Kusamnya cat tembok berada disisi luar menjadi kekurangan tersendiri bagi peneliti karena hotel akan terlihat kurang indah dan menarik.³³

³⁰ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

³¹ Wawancara dengan Ibu Nur Afifah (karyawan bagian Administrasi Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 14 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

³² Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

³³ Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

kegiatan bisnis pelanggan seperti yang diungkapkan oleh Bapak Wiryo selaku *receptionis*.²⁸

Kelemahan dari segi Sumber daya manusia adalah tidak memiliki marketing, sehingga manager bertindak juga sebagai marketing untuk menjalankan fungsi marketing di Hotel Graha Agung Semarang. selain itu tidak adanya yang sesuai dengan spesialis yang sesuai dengan pekerjaan seperti teknisi.²⁹

Dari segi Promosi adalah promosi hanya sebatas pada kegiatan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Masjid Agung Jawa Tengah. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ninoyan Sanco yang menyampaikan bahwa sulitnya mendapatkan informasi terkait Hotel Graha Agung Semarang bahkan ketika masuk di dalam kompleks Masjid Agung Jawa Tengah kurangnya papan petunjuk hanya

Penerapan prinsip syariah menjadi kelebihan tersendiri menjadikan Bapak M. Yusuf loyal terhadap Hotel Graha Agung yang telah menjadi pelanggan di Hotel Graha Agung Semarang dan menggunakan jasa penginapan Hotel Graha Agung setiap sebulan sekali dan telah menginap sebanyak 12 kali.²⁰

Menyediakan kamar family dengan 10 *Bed Single* yang didapat digunakan rombongan untuk menginap, menyediakan parkir luas menjadi nilai kelebihan tersendiri bagi Majelis Dzikir Ar Rizkiyah Surabaya yang loyal terhadap Hotel Graha Agung Semarang sebagai penginapan yang bernuansa religi di komplek Masjid Agung Jawa Tengah menginap setiap tiga bulan sekali dan telah menginap sebanyak 48 kali.²¹

²⁸ Wawancara dengan Bapak Wiryo (karyawan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 10 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²⁹ Wawancara dengan Bapak Wiryo (karyawan bagian Customer Servis Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 10 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²⁰ Wawancara dengan Bapak M. Yusuf (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 13 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²¹ Wawancara dengan Majelis Dzikir Ar Rizkiyah Surabaya (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 9 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

Mendapatkan harga khusus bagi pelanggan yang mengadakan kegiatan di Masjid Agung Jawa Tengah menjadi suatu keunggulan tersendiri bagi Keluarga besar Bismilah dari Jakarta yang telah menjadi pelanggan setia dengan menggunakan Hotel Graha Agung Semarang menjadi pilihan jasa penginapan setiap setahun sekali yang telah menginap sebanyak 7 kali.²² selain itu pelanggan juga mendapatkan harga khusus yang menggunakan jasa travel yang telah bekerja sama dengan Hotel Graha Agung Semarang.²³

b. Kelemahan

Kelemahan dalam pembentukan loyalitas di Hotel Graha Agung Semarang adalah kurangnya tersedia kamar dengan ukuran standar umum hotel pada umumnya kebanyakan kamar famili atau kamar

yang diperuntukkan untuk rombongan. Tidak adanya fasilitas lampu tidur yang dinyalakan ketika ingin tidur agar tidak terlalu terang oleh lampu kamar, dan terlalu gelap jika lampu dimatikan.²⁴ fasilitas sabun juga tidak disediakan.²⁵ selain itu tidak ada juga fasilitas pemberian sikap gigi yang biasa di berikan pada pelanggan di hotel pada umumnya.²⁶ Dari segi tarif kamar atau harga kamar per malam lebih mahal dibandingkan dengan hotel sejenis di kota Semarang.²⁷

Tidak adanya ruang meeting juga menjadi salah satu kelemahan karena hotel pada umumnya menyediakan *meeting room* untuk mendukung

²² Wawancara dengan Keluarga Besar Bismilah Jakarta (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 16 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²³ Wawancara dengan Bapak Taufik (Manajer Hotel Graha Agung Semarang), pada tanggal 26 November 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²⁴ Observasi pada tanggal 11 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²⁵ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²⁶ Wawancara dengan Bapak M. Yusuf (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 13 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang

²⁷ Wawancara dengan Bapak Ninoyan Sanco (Pelanggan Hotel Graha Agung Semarang) pada tanggal 18 Desember 2013 di Hotel Graha Agung Semarang