

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, segmen pasarnya adalah tamu yang datang untuk tujuan istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman, dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Setiap konsumen pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah menjadi haknya. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli¹. Jadi, dalam dunia bisnis, tidak terkecuali hotel syari'ah, kepuasan konsumen adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan. Konsumen yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa akomodasi yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa perhotelan lain (pesaing), sehingga membuat konsumen memiliki banyak perbandingan untuk memilih hotel mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.

Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syari'ah di Indonesia, saat ini banyak lembaga yang menerapkan prinsip syari'ah dalam

¹ Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, Semarang: Rasail, 2007, hlm.133.

menjalankan usahanya seperti perbankan syari'ah, asuransi syari'ah, reksadana syari'ah, pasar modal syari'ah hingga sektor bisnis di bidang perhotelan juga menerapkan prinsip syari'ah. Alhasil, tidak sedikit hotel yang mulai menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya. Prinsip-prinsip syari'ah yang bersifat umum dalam menjalankan mu'amalah, usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan adalah²:

- a. Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, atau menyewakan produk atau jasa yang secara keseluruhan maupun sebagiannya dilarang dalam ketentuan Syari'ah. Seperti dalam hal makanan, mengandung unsur babi; minuman khamar, perjudian, perzinaan, dan lain-lain.
- b. Transaksi dilakukan berdasarkan jasa atau produk yang nyata, benar-benar ada. Tidak bersifat meragukan.
- c. Tidak mengandung unsur kezhaliman, kemudharatan, kemungkar, kemaksiatan maupun kesesatan yang terlarang dalam kaidah Syari'ah; baik secara langsung maupun tidak langsung.
- d. Tidak ada pula unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, ketidakjelasan (gharar), resiko yang berlebihan dan membahayakan.
- e. Ada komitmen menyeluruh dan konsekuen dalam menjalankan perjanjian yang disepakati antar pihak-pihak terkait.

Di Semarang sangat banyak terdapat penyedia jasa akomodasi yang

²Ruswandi, *Hotel Dengan Kaidah Syari'ah*, Makalah, <http://mentoringku.wordpress.com/2008/10/27/hotel-dengan-kaidah-syariah/> dibrowsing pada 12 Desember 2009.

menyediakan berbagai macam fasilitas, harga dan keunikan. Semua itu dilakukan agar konsumen menjadi tertarik dan pada akhirnya memilih jasa yang mereka tawarkan. Pada penelitian ini penulis memilih Hotel Graha Agung yang terletak di Jalan Gajah Raya Kompleks Masjid Agung Jawa Tengah Semarang. Hotel Graha Agung memiliki keunikan yang membedakan dengan hotel-hotel lain. Hotel Graha Agung adalah penginapan yang bernuansa islami dengan lokasi di dalam kompleks Masjid Agung Jawa Tengah. Hal yang membedakan Hotel Graha Agung dengan hotel lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hotel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah di setiap kamar.

Dengan nuansa religi dan nilai islami tersebut, Hotel Graha Agung diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayanan yang maksimal bagi para konsumennya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh seorang pakar pemasaran Fandy Tjiptono bahwa setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang

ada untuk memenangkan persaingan.³

Mengingat keunikan Hotel Graha Agung yang berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasar pada prinsip-prinsip syari'ah dan juga begitu pentingnya variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk memakai jasa akomodasi (penginapan) khususnya hotel syari'ah, dengan menilai segala sesuatunya dari sudut pandang atau penilaian konsumen, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen dengan mengambil judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syari'ah (Studi Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang)”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen hotel Graha Agung Semarang?
2. Bagaimana pengaruh penerapan prinsip-prinsip syari'ah terhadap minat konsumen Hotel Graha Agung Semarang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah (secara simultan) terhadap minat konsumen Hotel Graha Agung Semarang?

³ Fandi Tjiptono, *Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi, 1997, hlm.19

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah serta minat konsumen hotel syari'ah.
2. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah terhadap minat konsumen hotel syari'ah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan evaluasi kinerja manajemen Hotel Graha Agung dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan hotel demi kepuasan konsumen dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syari'ah.
2. Diharapkan bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan khazanah ilmu ekonomi islam.
3. Sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian dalam skripsi ini adalah:

Bagian awal skripsi berisi : Halaman Judul, Halaman Persetujuan Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Motto, Halaman Persembahan, Halaman Deklarasi, Halaman Abstrak, Halaman Kata Pengantar, Halaman Daftar Isi dan Daftar Lampiran.

BAB I : Pendahuluan, pada bab ini membahas tentang :

1. Latar Belakang Masalah

2. Perumusan Masalah.
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.
4. Sistematika Penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka, pada bab ini membahas tentang :

1. Kerangka Teori.
2. Penelitian Terdahulu
3. Kerangka Pemikiran Teoritik
4. Hipotesis

BAB III : Metode penelitian, pada bab ini memuat tentang:

1. Jenis dan Sumber data
2. Populasi dan Sampel
3. Metode Pengumpulan Data
4. Variabel Penelitian dan Pengukuran
5. Teknik Analisis Data

BAB IV : Analisis data dan pembahasan, pada bab ini menjelaskan:

1. Penyajian Data
2. Analisis Data dan Interpretasi Data
3. Pembahasan

BAB V : Kesimpulan dan saran, pada bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang perlu dikemukakan berkaitan dengan penelitian.

Bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, riwayat hidup penulis dan lampiran-lampiran.