

**BAB IV**  
**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING SYARIAH**  
**DI HOTEL SEMESTA**

**A. Implementasi strategi marketing di hotel semesta**

Berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan, dari landasan teori dan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti menyajikan analisis data tentang implementasi strategis marketing syariah di Hotel Semesta Semarang. Marketing Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan penawaran, serta perubahan cakupan dari suatu inisiator kepada *stakeholdernya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>1</sup>

Konsep syariah yang dijalankan oleh Hotel Semesta adalah merupakan strategi dari marketing itu sendiri, dengan kata lain konsep dari produk yang ditawarkan oleh Hotel Semesta itu sendiri merupakan strategi dari marketing Hotel Semesta, perbedaan sistem atau konsep dalam suatu bisnis merupakan salah satu strategi marketing karena konsep yang berbeda dari yang lain akan menarik perhatian bagi para calon pengguna jasa. Sesuatu hal yang ditawarkan berbeda dengan yang pada umumnya akan menarik perhatian atau menciptakan rasa penasaran bagi khalayak untuk mencari tahu. Dalam salah satu strategi pemasaran hal tersebut merupakan salah satu

---

<sup>1</sup> Hermawan Kertajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, hlm. 26-27.

keuntungan tersendiri sehingga rasa “ingin tahu” tersebut bisa ditindaklanjuti dengan penjelasan yang mengarah kepada penggunaan jasa tersebut.

Implementasi marketing syariah bisa diaplikasikan dengan strategi 4P: produk, promotion, price, place.<sup>2</sup> Aplikasi strategi marketing syariah yang diterapkan dalam 4P, meliputi bidang-bidang sebagai berikut:

1. *Produk* (Fasilitas utama hotel) yaitu meliputi:

a. Kamar

Sebagai fasilitas utama dalam hotel harus benar-benar terjaga kebersihannya, tetapi kebersihan tidak cukup pihak Hotel Semesta juga menjaga kesuciannya. Pihak semesta hotel selalu memberi pengarahannya kepada *house keeping* (bagian pembersih) untuk menjaga kebersihan kamar tidak cukup bersih saja tetapi harus benar-benar suci. Pihak Hotel Semesta juga mencegah hal-hal yang negatif di dalam kamar seperti perjudian, berpesta sabu-sabu, transaksi perdagangan yang dilarang oleh hukum agama maupun negara.

b. Meeting Room, dan Ball Room

Meeting room ini termasuk salah satu andalan Hotel Semesta, Hotel Semesta memiliki 5 ruang meeting room dengan kapasitas 50 sampai dengan 150 orang dan ball room dengan kapasitas hingga 1500 orang. Meeting room dan ball room tersebut juga harus mengikuti ketentuan-ketentuan yang dianjurkan oleh agama Islam, yaitu kegiatan

---

<sup>2</sup> Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2000, hlm. 169.

yang diselenggarakan bukan lah kegiatan yang dilarang agama ataupun negara.

c. Makanan dan minuman

Dalam hal ini mengenai makanan dan minuman hoel syariah sesuai dengan hotel yang berkonsep syariah bahwa makanan dan minuman bersertifikasi halal.Makanan dan minuman yang mengandung alkhoh di Hotel Semesta menyediakan minuman kesehatan herbal dan jus.

2. *Place* (Fasilitas pendukung hotel) yaitu saluran televisi internasional dan surat kabar atau majalah. Saluran televisi dalam Hotel Semesta sebagai hotel yang berbintang dan berbasis syariah tetu saja dalam menyediakan acara- acara televisi harus sesuai dengan ketentuan- ketentuan agama. Hal ini orang tua tidak akan khawatir apabila mengajak anak- anak dalam kamar dan di loby. Pihak Hotel Semesta juga menyediakan majalah atau surat kabar tidak berbaur pornografi.

Tempat dan sarana ibadah pada setiap kamar hotel diberikan petunjuk arah kiblat, tersedia perangkat sholat seperti sarung , mukena, dan sajadah yang terjamin kesuciannya dan juga tersedia Al- qur'an, dalam sarana ibadah diluar kamar terdapat mushola dan tempat wudhu dimana dalam dalam tempat ibadah ini antara putra dan putri dipisahkan. Dalam pelayanan Hotel Semesta dari *front officer, house keeping, helper* dan lain-lainnya selalu mengedepankan keramahan dalam

pelayanannya. Dari busananya semua menggunakan busana muslim dan muslimah, serta mengucapkan “salam” dan “selamat datang” kepada tamu yang datang. Bagi personil helper dilarang menerima apalagi meminta tip kepada para tamu Strategi marketing syariah pada Hotel Semesta diimplementasikan pada semua bidang dan lini baik yang berupa fasilitas maupun layanan hotel, sedang implementasi strategi marketing syariah Hotel Semesta ke luar adalah menjalin kerja sama dengan instansi-instansi pemerintah, lembaga-lembaga keagamaan. Selain itu juga melakukan promosi melalui media cetak maupun elektronik dengan mengangkat tema “menginap di hotel syariah anda nyaman keluarga tenang”.

### 3. *Price* (Harga)

Untuk harga menginap di Hotel Semesta sesuai dengan bintang tiga yaitu berkisar antara Rp.300.000,-sampai 1.150.000,- sesuai dengan tingkatan bintang dalam Hotel Semesta, yaitu hotel bintang 3. Bahwa harga di hotel Semesta tergolong terjangkau untuk sebuah perusahaan dan para penginap. Harga khusus untuk *corporate* lebih rendah daripada harga *publish*.

### 4. *Promotion* (Marketing)

Dalam implemestasi strategi marketing syariah yang terdapat dalam promosi yaitu beda dengan hotel konvennsional dimana cara mencari pelnggan itu sama dengan hotel syariah tetapi ada hal-hal yang

membedakanya yaitu sales putri harus memakai busana muslim dan sales putri tidak boleh pulang malam saat melakukan promosi di luar.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi implementasi marketing syariah di Hotel Semesta terdapat empat bauran pemasaran, yaitu produk, place, price, dan promotion.

Dalam usaha pencapaian target marketnya dengan strategi konsep syariahnya diantaranya adalah meningkatkan promosi tentang Hotel Semesta dengan konsep syariahnya, meningkatkan pemahaman tentang apa dan bagaimana itu hotel berbasis syariah, menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta”.

Pada dasarnya semua agama melarang hal-hal yang tidak baik seperti; meminum alkohol, berjudi, berzina, dan perbuatan tidak baik lainnya. Bukan hanya agama Islam yang melarang atau mengharamkan perbuatan tersebut. Secara singkat semua umat beragama dilarang untuk melakukan perbuatan itu, semua umat beragama, ketika harus menginap di hotel dan ingin menginap di hotel yang nyaman dan tidak ada prasangka buruk dari siapa pun.

Hotel berkonsep syariah sendiri memang masih barang langka. Padahal, untuk kebutuhan para umat Muslim, hotel syariah sangat diperlukan. Sebab, hotel syariah mengikuti ketentuan Islam. Hanya sedikit hotel di Indonesia yang berkonsep syariah sedang Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia.

Menurut General Manager Hotel Semesta Ruhadi Widiargo, mengusung konsep syariah bukan berarti menyempitkan pasar mana yang bisa masuk ke dalamnya. “Itu hanya sebatas tataran pengelolaannya dimana penggunaan ruang dikembalikan ke fitrahnya sesuai ajaran Islam. Operasionalnya seperti hotel konvensional dan siapa saja bisa menginap tanpa membedakan agama”.<sup>3</sup>

Dari luar memang ornamen Islam pada bangunan tidak terlalu menonjol. Hotel yang menyediakan 142 kamar ini selalu memberikan sambutan ramah dari para karyawan terutama wanita yang mengenakan jilbab/ kerudung. Penamaan label syariah, terkesan membuat ketakutan sendiri bagi khalayak umum yang salah paham dalam mengartikan syariah. Ketakutan akan menurunnya tingkat hunian, dan dijauhi oleh tamu non muslim atau turis asing nampaknya terbantahkan. Selama ini pengalaman menunjukkan bahwa turis asing dan tamu non muslim cukup nyaman dengan hotel syariah, khususnya karena menawarkan hunian yang tenang, nyaman, bebas dari suasana hiruk pikuk tidak karuan dan selebihnya bagi seseorang yang keluar dari Hotel Semesta merasa nyaman dari prasangka yang “miring” dari halayak.

Bukan hanya soal tingkat hunian saja, secara umum pendapatan hotel Syariah juga meningkat cukup tajam dari sebelumnya. Kita bisa ambil sampel Sofyan Hotel dengan data yang ditunjukkan situs niriah.com sebagian berikut:

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ruhadi Widiargo, General Manager, tanggal 25 September 2012.

1. Tahun pertama ketika night club ditiadakan, pendapatan Sofyan hotel meningkat 19,55%.
2. Beberapa tahun selanjutnya, diskotik ditiadakan peningkatan meningkat sekitar 10%.
3. Setelah khamar (alkohol, minuman yang memabukkan) ditiadakan, peningkatan terus melejit 13%.
4. Pada 2000 panti pijat (yang sebelumnya menyumbang pendapatan 45 juta/bln) ditiadakan pendapatan Sofyan Hotel meningkat sebanyak 16%.<sup>4</sup>

Sedangkan pada Hotel Semesta sendiri –yang merupakan hotel dengan konsep syariah yang baru berdiri– pada awal berdirinya memang perkembangannya tidak begitu menonjol, karena kalimat hotel syariah masih sangat asing di telinga masyarakat. Namun, setelah menginjak tiga tahun berdirinya, tingkat hunian Hotel Semesta meningkat tajam.

“Selama ini perkembangan pengunjung di Hotel Semesta secara umum cukup bagus, perkembangan cukup signifikan dari tahun ke tahun walaupun belum sesuai dengan target yang kita inginkan, hal ini mungkin karena belum familier di masyarakat adanya hotel dengan konsep syariah bahkan masih sangat asing dimata masyarakat. Butuh waktu dan kerja keras untuk memahami itu”.

“Kami banyak tamu dari *corporate* (perusahaan). Datang dalam kelompok. Banyak juga yang pebisnis. Bisa dibilang ini hotel bisnis juga”, kata Sales & Marketing Manager Hotel Semesta, Irawati.

---

<sup>4</sup><http://www.indonesiaoptimis.com/2011/05/inikah-kriteria-hotel-syariah-idaman.html>

“Uniknya, tamu kami malah banyak yang dari China dan negara lainnya yang bukan negara mayoritas Muslim. Menurut mereka, hotel kami ini sangat tenang, tidak ramai”.

Dengan demikian, penurunan tingkat hunian dan pendapatan hotel saat berganti label syariah adalah kekhawatiran yang tidak terbukti. Justru yang ada adalah saat ini hotel syariah menjadi semacam trend tersendiri yang menaikkan ‘level’ atau ‘citra’ sebuah hotel. Bukan rahasia lagi di lapangan, para ibu-ibu yang suaminya sedang bertugas di luar kota, senantiasa merasa lebih nyaman saat suami check-in di hotel syariah. Event organizer dan instansi-instansi tertentu pun menjadi langganan Hotel Semesta karena mereka menangkap kenyamanan peserta pelatihan yang diselenggarakan di Hotel Semesta.

**Tabel 4.1**  
**Data Tingkat Hunian Hotel Semesta 2012<sup>5</sup>**

<b>Bulan/ Fasilitas</b>	<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>	<b>September</b>
Tingkat hunian/ prosentase	1291	979	1561

Dari penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan dari analisa tentang implementasi strategi marketing syariah pada Hotel Semesta adalah sebagai berikut:

1. Penerapan strategi marketing syariah pada Hotel Semesta merupakan suatu kelebihan dan potensi yang tidak dimiliki oleh hotel konvensional atau hotel pada umumnya. Hal ini didukung oleh beberapa faktor: *pertama*, Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim

---

<sup>5</sup> (Data Setelah Diolah) dari Hotel Semesta

terbesar di dunia. *Kedua*, semua agama melarang perjudian, perzinaan, meminum alkohol, dan sabu-sabu, serta perbuatan tercela lainnya yang pada hakikatnya semua umat beragama yang patuh berusaha menghindari akan hal itu. *Ketiga*, setiap orang ingin merasa nyaman bila menginap atau terpaksa menginap di hotel, kenyamanan ini didapat dari sisi pelayanan atau fasilitas hotel yang mana Hotel Semesta merupakan hotel dengan fasilitas “bintang tiga” dan kenyamanan image, tidak dicurigai oleh rekan kerja, teman, dan keluarga akan hal-hal yang negatif.

2. Dampak yang kurang baik dari penerapan strategi marketing syariah pada Hotel Semesta terhadap konsumen itu tidak benar, memang pada awal-awal berdirinya Hotel Semesta konsumen masih sedikit karena hotel yang berbasis syariah masih dianggap sesuatu hal yang aneh dan merepotkan, namun setelah masyarakat memahami dan mengerti (apa lagi yang telah menggunakan jasa Hotel Semesta) konsumen merasa sangat nyaman, dan seiring dengan berjalanya waktu pun bertambah banyak.

#### **B. Perbandingan strategi marketing pada hotel berbasis syariah dan konvensional**

Setelah data-data penulis kumpulkan maka penulis dapat menganalisis tentang perbedaan strategi marketing syariah pada hotel syariah dan hotel konvensional yaitu dalam Marketing Syariah sendiri adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan penawaran, serta perubahan cakupan dari suatu inisiator kepada *stakeholdernya*, yang dalam

keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

**Perbedaan strategi marketing pada hotel syariah dengan marketing hotel konvensional**

Item	Hotel Syariah	Hotel Konvensional
Product	Kebersihan dan kesucian kamar terjaga, selalu tersedia perangkat sholat pada setiap kamar, tidak menyediakan minuman yang beralkohol, makanan yang tersedia dijamin halal, tidak menyediakan tempat hiburan bar, kegiatan yang akan diselenggarakan tidak melanggar hukum negara maupun agama, setiap fasilitas pendukung seperti jaringan televisi, majalah telah disensor.	Kebersihan terjaga, tidak selalu tersedia perangkat sholat, masih ada sebagian hotel yang menyediakan minuman beralkohol, menyediakan tempat hiburan bar, kegiatan yang akan diselenggarakan tidak melanggar hukum negara, fasilitas pendukung tidak selalu disensor.
Place	Selain mempertimbangkan	akses menuju lokasi dan

	faktor akses menuju lokasi, lokasi yang strategis juga mempertimbangkan image dari lokasi tersebut yang bebas dari image yang negative	lokasi yang strategis adalah sebagai pertimbangan utama
Price	Profite bukan menjadi tujuan utama, menyediakan paket day use dan transit room (dilakukan penawaran terlebih dahulu kepada setiap tamu calon penginap)	Profite oriented, Day use
Promotion	Dalam melakukan promosi tidak hanya mempertimbangkan faktor pencapaian dari tujuan promosi namun juga mempertimbangkan faktor etika dalam promosi yang tidak melanggar atau merusak citra syariah itu sendiri,	Faktor pencapaian dalam promosi adalah pertimbangan utama
Service	semua pegawai hotel mengenakan busana muslim	pegawai hotel mengenakan baju biasa

	dan muslimah, front officer dan penerima tamu menyambut dengan “salam” kepada setiap tamu yang datang	(standar sopan)
--	---	-----------------

### C. Respon konsumen atau masyarakat terhadap hotel berbasis syariah

Untuk mengetahui seberapa besar pemahaman atau respon masyarakat terhadap hotel berbasis syariah maka kami melakukan wawancara (*interview*) kepada konsumen, adapun pertanyaan- pertanyaannya sebagai berikut:

1. Berapa kali anda menginap di hotel semesta?
2. Mengapa anda memilih menginap hotel semesta?
3. Dengan siapa anda menginap, sendiri atau dengan keluarga?
4. (bagi yang menginap dengan keluarga/istri) bagaimana menurut anda, apakah persyaratan menunjukkan identitas hubungan (surat nikah) merupakan sesuatu yang merepotkan?
5. Bagaimana tanggapan anda tentang hotel syariah?

Adapun hasil dari wawancara (*interview*) yang peneliti lakukan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari lima pengunjung yang kami wawancari tiga pengujung mengatakan lebih nyaman dengan konsep syariahnya, bebas dari dugaan-dugaan negatif tentang menginap di hotel. Dengan Menunjukkan kartu identitas apakah memberatkan pengunjung yang menginap dihotel berbasis syariah dari lima pengunjung dua diantaranya mempunyai jawaban yang berbeda yaitu: satu mengatakan merepotkan, satu lagi mengatakan sedikit merepotkan dan tiga konsumen atau pengunjung

mengatakan sama sekali tidak merepotkan. Tanggapan tentang hotel berbasis syariah tiga pengunjung menjawab bagus dan perlu dikembangkan di kota-kota lain agar image menginap di hotel tidak selalu negatif.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara pengunjung (*lembaran interview*)