

**MODEL PEMASARAN PADA GUEST HOUSE SYARIAH
DI KOTA MALANG**

TESIS

OLEH

**Mochamad Novi Rifa'i
NIM: 14800012**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2018**

**MODEL PEMASARAN PADA GUEST HOUSE SYARIAH
DI KOTA MALANG**

Diajukan untuk memenuhi ujian Tesis pada
Program Magister Ekonomi Syariah Program Pascasarjana

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Pada semester genap tahun akademik 2017/2018

Oleh:

Mochamad Novi Rifa'i

NIM: 14800012



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2018**

Lembar Persetujuan dan Pengesahan Tesis

Tesis dengan "**Model Pemasaran Pada Guest House Syariah di Kota Malang**" ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang pada tanggal 13 Juli 2018

Dewan Penguji,


Dr. Siswanto M.Si, (Ketua)
NIP. 19750906 200604 1 001


Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M. Ag. (Penguji Utama)
NIP. 19490929 198103 1 004


Dr. H. Nur Ashawi M.Ag. (Anggota)
NIP. 197112111999031003


Dr. Hj. Indah Yuliana, M.M. (Anggota)
NIP. 19740918 200312 2 004

Mengetahui,

Direktur Program Pascasarjana
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang


Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I.
NIP. 195507171982031005



PERSEMBAHAN

Tesis ini peneliti persembahkan kepada semua pembaca yang tertarik mengkaji seputar dunia *halal tourism*, khususnya kajian tentang Guest House Syariah, tentunya unik dan menarik.



MOTTO

*Ilmu tanpa adab bagaikan api
tanpa kayu bakar. Adab tanpa
ilmu bagaikan ruh tanpa jasad.
Maka, ilmu harus menyatu dalam
diri Muslim, dan semestinya
semakin berilmu semakin beradab*



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochamad Novi Rifa'i
NIM : 14800012
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat Rumah : Jl. Mawar IV no 7d Lowokwaru, Kota Malang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada selain dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa unsur paksaan dari siapapun.

Malang, 10 April 2018
Hormat Saya,



Mochamad Novi Rifa'i

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah memberikan limpahan rahmat dan ridha-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. yang telah membawa manusia dari masa kegelapan menuju masa yang terang benderang.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan moril dan materil dalam penyusunan tesis ini, oleh karenanya penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maliki Malang, para asisten direktur yang telah banyak membantu penulis dalam proses akademik.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. dan Dr. Hj. Indah Yuliana .MM selaku pembimbing penulis. Dengan penuh ketelitian dan kesabaran mereka dalam proses pembimbingan, sehingga penulis banyak mendapatkan pengetahuan yang lebih.
3. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc. MA selaku ketua program studi Ekonomi Syariah yang selalu memberikan inspirasi disetiap khutbahnya
4. Seluruh staf pengajar program pascasarjana UIN Maliki Malang yang telah memberikan ilmunya selama proses belajar.
5. Segenap civitas akademika dan perpustakaan program pascasarjana serta perpustakaan UPT UIN Malang yang telah membantu melayani administrasi dan buku-buku perpustakaan.
6. Rekan-rekan mahasiswa perdana Ekonomi Syariah 2014 yang selalu berbagi dalam setiap informasi dan ilmu pengetahuan
7. Orang tua kami Bapak Purnomo Mudjiono dan Ibu Nurul Siti Chotimah, dan mertua Bapa Ali dan Ibu Mila , yang tiada henti-hentinya memberikan do'a restu, dorongan, dan semangat yang tinggi kepada penulis, sehingga mampu memberikan kebanggaan kepada mereka dengan membawa bekal ilmu dan gelar akademik.
8. Istri tercinta Eet Nancy Michi Laurent yang begitu amat dalam memberikan dorongan, menemani penulis selama menimba ilmu dengan kesabaran dan

ikhlas, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi tepat waktu. Begitu juga kepada anakku tercinta Muhammad Ghani Tsaqib yang telah menemani di setiap malam, semoga engkau selalu menjadi anak sholeh.

Semoga Allah Swt senantiasa mencurahkan rahmat, ridha dan hidayah-Nya serta membalas semua kebaikan yang telah diberikan dengan balasan yang lebih baik. Dan tentunya, semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pembaca. Amiin.

Malang, April 2018

Penulis,



Daftar Isi

Lembar Persetujuan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Pengesahan.....	iv
Lembar Pernyataan.....	v
Kata Pengantar.. ..	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Motto.....	x
Abstrak.. ..	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Originalitas Penelitian.....	9
F. Definisi Istilah.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teoritik.....	18
B. Kajian Teori dalam prespektif Islam.....	38
C. Kerangka Berpikir.....	40
Bab III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Kehadiran Peneliti.....	44
C. Latar Belakang Penelitian.....	45
D. Data dan Sumber Data Penelitian.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	47
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	49

BAB IV. PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Paparan

Data.....	38
1. Profil Kota Malang.....	38
2. Profil Hasanah Guest House Syariah.....	40
3. Profil Morse Guest House Syariah.....	44
4. Profil Nova Guest House Syariah.....	45
5. Profil Granada Guest House Syariah.....	47
6. Profil Guest House Syariah DIA 2.....	50
7. Profil Guest House Syariah Ummi	54

B. Hasil Penelitian.....	56
--------------------------	----

Bab V. PEMBAHASAN

A. Konsep Syariah yang diterapkan pada Guest House Syariah di Kota Malang.....	42
B. Implementasi pemasaran jasa Guest House Syariah Kota Malang.....	44
C. Model pemasaran syarah pada guest house syariah	45

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

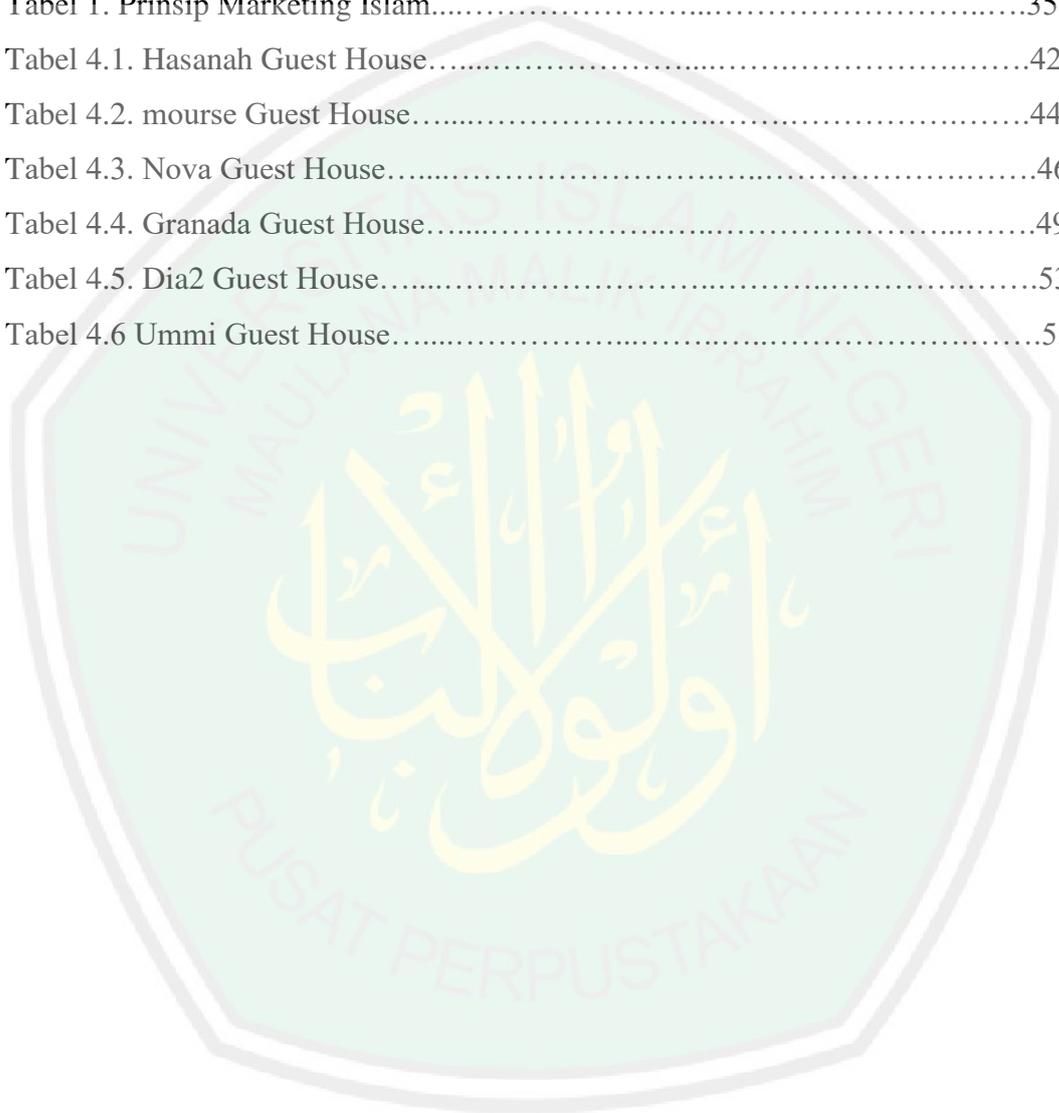
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71

Daftar Pustaka	xi
-----------------------------	----

Lampiran-Lampiran	xii
--------------------------------	-----

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Kenaika Hunian.....	3
Tabel 1.2 Originalitas Penelitian.....	8
Tabel 1. Prinsip Marketing Islam.....	35
Tabel 4.1. Hasanah Guest House.....	42
Tabel 4.2. mourse Guest House.....	44
Tabel 4.3. Nova Guest House.....	46
Tabel 4.4. Granada Guest House.....	49
Tabel 4.5. Dia2 Guest House.....	53
Tabel 4.6 Ummi Guest House.....	55



Daftar Gambar

Gambar 3.0 Gambaran analisis SWOT.....	22
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	41
Gambar 3.2 Penarikan Kesimpulan.....	36



ABSTRAK

Rifa'i. Mochamad Novi. 2014. Integrasi Pemasaran Pada Guest House Syariah di Kota Malang, Tesis. Program Studi Ekonomi Syariah. Program Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim. Pembimbing I. Dr. H. Nur Asnawi .MAg. Pembimbing II. Dr. Hj. Indah Yuliana MM.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran jasa penginapan *guest house syariah* memiliki analisa kekuatan, kelemahan serta tentunya peluang dan ancaman dalam kegiatan operasional sehari-hari. Penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan dalam meningkatkan tingkat hunian penginapan syariah khususnya *Guest House syariah*, sehingga perusahaan dalam lingkungan pariwisata yang sangat kompetitif mampu menyusun serta mensinergikan strategi pemasaran yang tepat pada sasaran, terarah, efektif dan efisien

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif (*Qualitative Research*) dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif. Analisis Data dianalisis dengan rangkaian kegiatan-kegiatan yaitu: (1) Reduksi data (2) Penyajian data (3) Penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep syariah yang diterapkan pada Guest House Syariah di Kota Malang yakni Hasanah guest house syariah, Morse guest house syariah, Nova Guest House Syariah, Granada Guest House Syariah, Guest House Syariah DIA 2 telah berproses melaksanakan konsep penginapan syariah. Sejalan dengan konsep integrasi, *manager* guest syariah di Kota Malang hendaknya dapat bersinergi dan mampu mengintegrasikan beberapa model pelayanan kepada wisatawan yaitu seperti *sharing* informasi kamar, pengajian bersama, dan penawaran paket liburan Islam.

Kata Kunci : *Integrasi, Pemasaran. , Guest House Syariah.*

Rifa'i. Mochamad Novi. 2014. Integrasi Pemasaran Pada Guest House Syariah di Kota Malang, Tesis. Program Studi Ekonomi Syariah. Program Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim. Pembimbing I. Dr. H. Nur Asnawi .MAG. Pembimbing II. Dr. Hj. Indah Yuliana MM.

In carrying out the marketing activities of guesthouse syariah has an analysis of strengths, weaknesses and of course opportunities and threats in daily operational activities. This research is very important to be done in improving the level of sharia lodging dwelling, especially Guest House sharia, so that companies in a highly competitive tourism environment capable of preparing and synergizing marketing strategies that are right on target, directed, effective and efficient.

This research uses qualitative approach method (Qualitative Research) with study case study type. This research uses descriptive design. Data analysis is analyzed by a series of activities that are: (1) Data reduction (2) Presentation of data (3) Conclusion drawing.

The results of this study indicate that the concept of sharia is applied to Guest House Sharia in the city of Malang namely hasanah guest house syariah, Morse guest house syariah, Nova Guest House Syariah, Granada Guest House Syariah, Guest House Syariah DIA 2 has proceeded to implement the concept of syariah lodging. In line with the concept of integration, sharia guest manager in Malang City should be able to synergize and be able to integrate some service model to the tourists such as sharing of information room, pengajian together, and offer holiday package Islam.

Keywords: Integration, Marketing. Guest house

الرفاعي. محمد نوفي. 2014. تكامل التسويق في دار ضيافة الشريعة في مدينة مالانج ، أطروحة .في ماجستير الإقتصادية الشرعية. جامعة الدراسات العليا, قسم الإقتصادية الشرعية, جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج. (المشرف: 1) أ.د.ح. نور أسناوي الماجستير (2). الدكتور هج. إندها يوليانا الماجستير

عند تنفيذ الأنشطة التسويقية لبيت الضيافة ، فإن الشريعة لديها تحليل لنقاط القوة والضعف وبالطبع الفرص والتهديدات في الأنشطة التشغيلية اليومية. هذا البحث مهم للغاية في تحسين مستوى السكن الشرعي ، وخاصة بيت الضيافة الشريعة ، بحيث تكون الشركات في بيئة سياحية تنافسية للغاية قادرة على إعداد استراتيجيات التسويق والتأزر التي تكون صحيحة في الهدف ، وموجهة ، وفعالة وفعالة.

يستخدم هذا البحث المنهج النوعي (البحث النوعي) مع نوع دراسة الحالة. يستخدم هذا البحث التصميم الوصفي. يتم تحليل تحليل البيانات من خلال سلسلة من الأنشطة التي هي: (1) تقليل البيانات (2) عرض البيانات (3) رسم الاستنتاج.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مفهوم الشريعة يطبق على دار الضيافة الشريعة في مدينة مالانج وهي دار ضيافة حسنة الشريعة ، وبيت ضيافة مورش الشريعة ، وبيت ضيافة نوا الشريعة ، وبيت ضيافة غرناطة الشريعة ، وبيت الضيافة الشريعة ، وقد تم المضي قدمًا في DIA 2 لتطبيق مفهوم السكن الشرعي. تماشيًا مع مفهوم التكامل ، يجب أن يكون مدير الضيف الشرعي في مدينة مالانج قادرًا على التأزر وأن يكون قادرًا على دمج بعض نماذج الخدمة للسياح مثل مشاركة غرفة المعلومات ، والبناجيان معًا ، وتقديم حزمة إسلامية للعطلات.

الكلمات المفتاحية: تكامل ، تسويق. منزل الضيف

MODEL PEMASARAN PADA GUEST HOUSE SYARIAH DI KOTA MALANG

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era modern, perjalanan “*business, education*” maupun “*pleasure*” tentu sudah tidak asing lagi. “*business education or pleasure*” inilah yang menjadi dasar klasifikasi visa kunjungan yang bisa di*hybrid* dengan pariwisata. Dari celah model kegiatan tersebut akhirnya memunculkan pasar tersendiri dalam industri pariwisata bisnis, atau disebut dengan *business travel industry* yang termasuk di dalamnya bisnis penginapan.¹ Seperti ditulis Przeclawski, pariwisata merupakan perjalanan mengunjungi lokasi yang jauh dari rumah untuk memperoleh pengalaman baru yang menyenangkan². Pengalaman yang menyenangkan dan nyaman di sinilah hendaklah dipahami sebagai pengalaman yang bisa sangat berkesan bagi individu yang melakukan suatu perjalanan.

Fenomena pariwisata ini ditangani serius oleh PBB lewat badan tersendiri yakni UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), sebagai lembaga resmi yang menjadi payung dan referensi kebijakan. Lembaga ini berkantor di Madrid, Spanyol dan telah berdiri sejak 1974. *Event Based Tourism* (EBT) merupakan salah satu bentuk “paket” pariwisata yang ditawarkan kepada para *musafir*. Biasanya mencakup bisnis, liburan, pendidikan maupun gabungan keduanya. Untuk yang bersifat hobi seperti pameran, koleksi, karya seni, relaksasi, *hicking*, konferensi, dirangkum dalam suatu produk yang dinamakan dengan B2B (*buseness to business*) dan MICE (*meeting, incentives, conferences, dan exhibition/event*).

¹ Jennie M.Xue, “*Flawlessness Kunci Pembuka Tren MICE*”, Majalah FM, edisi 29 nomer 1 Juli-Agustus 2015, hal 85

² Przeclawski, Krzysztof. 1995. *Tourism And The Contemporary World*. Warsaw: University of Warsaw, hal 15

Taleb Rifa'i dari UNWTO menyampaikan bahwa bisnis EBT, B2B dan MICE sangat penting bagi perekonomian, karena menyebabkan industri pariwisata tidak lagi tergantung pada musim liburan. Dalam 5 tahun saja pertumbuhannya mencapai 6 persen yakni 87 orang, dengan total turis tahun 2013 mencapai 1 milyar diseluruh dunia.³

Sejumlah penelitian yang telah dilakukan di berbagai *spot* pariwisata dunia, secara umum mencirikan pariwisata merupakan sebuah industri yang memberikan suatu hal positif kepada seluruh aspek perekonomian kawasan sekitar, walaupun disinyalir ada potensi negatif pada dimensi perubahan nilai budaya serta lingkungan setempat namun itu semuanya bisa di antisipasi^{[4] [5]}. Pada perspektif pembangunan perekonomian masyarakat, dunia pariwisata terbukti telah membuka kesempatan lapangan kerja tersendiri, menciptakan peluang berbagai kegiatan usaha seperti *guest house syariah* serta memunculkan wirausahawan produktif pada industri inti dan pendukung kepariwisataan, sehingga hal tersebut dipastikan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.^{[6] [7] [8]}

World Tourism Organization memberikan definisi tentang dampak pariwisata, yakni:

*“Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities”*⁹

³ Jennie M.Xue, “*Flawlessness Kunci Pembuka Tren MICE*”, Majalah FM, edisi 29 nomer 1 Juli-Agustus 2015, hal 85

⁴ L. S. Sebele, “Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana”, *Tourism Management*, vol. 31, 2010. p. 136-146,

⁵ Fariborz Aref, "The Effects of Tourism on Quality of Life: A Case Study of Shiraz, Iran," *Life Science Journal*, vol. 8, no. 2, 2011, pp. 26-30.

⁶ Akarapong Untong, Mingsarn Kaosa-ard, Vicente Ramos, Korawan Sangkarn, and Javier Rey-Maquieria, "Factors Influencing Local Resident Support for Tourism Development: A Structural Equation Model," in *The APTA Conference 2010*, Macau, 2010

⁷ Gegel, I Putu. (2006). *Industry Pariwisata Indonesia: Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa GATS WTO*. Bandung: Rafika Aditama, hal 73

⁸ David Mc.A Baker, *The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry*, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, ISSN : 2009-7379, Tennessee State University, US, hal 58

⁹ UNWTO and UNEP, *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Madrid, Spain: UNWTO, Madrid and UNEP, Paris, 2005.

Dengan perkembangan dunia Pariwisata, tim manajemen perusahaan *guest house syariah* sebagai salah satu *stakeholder* yang berhubungan erat dengan dunia pariwisata perlu menggali pasar dunia yang semakin ketat, sehingga strategi pemasaran perlu dirancang dan dieksekusi dengan sebaik agar mampu berorientasi pada pasar (*market driven strategies*), serta dapat mengantisipasi seluruh keinginan dan kebutuhan konsumen¹⁰. Menghadapi persaingan dunia usaha seperti sekarang ini perusahaan memerlukan strategi pemasaran bisnis untuk perkembangannya dan menghadapi persaingan di pasar global, terlebih saat ini banyak komponen-komponen pariwisata mulai tumbuh di berbagai sektor, seperti hotel, *apartement*, dan pondok pariwisata.

Bisnis pariwisata di Malang Raya saat ini dan mendatang sangat potensial untuk memperoleh profit bila dikelola secara profesional. Kondisi ini di dukung oleh data Badan Pusat Statistik Jawa Timur yang menyampaikan bahwa Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Jawa Timur pada bulan Oktober 2015 mencapai 60,58.

Tabel 1.1

Tingkat Kenaikan hunian menurut klasifikasi bintang,¹¹

No	Jenis Hotel	Kenaikan Tingkat Penghunian Kamar (TPK)
1	Bintang Satu	67,64 persen
2	Bintang Dua	64,59 persen
3	Bintang Tiga	59,68 persen
4	Bintang Empat	64,59 persen
5	Bintang Lima	38,95 persen

Sumber : Berita Resmi Statistik, BPS Propinsi Jawa Timur. No. 81/12/35/Th.XIII, 1 Desember 2015

¹⁰ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm 3

¹¹ Berita Resmi Statistik, BPS Propinsi Jawa Timur. No. 81/12/35/Th.XIII, 1 Desember 2015.

Sedangkan berkenaan dengan Rata-rata lama menginap tamu (RLMT) Asing pada hotel berbintang bulan Oktober 2015 naik sebesar 0,26 poin dibanding dengan bulan sebelumnya.¹² terjadinya kenaikan tingkat hunian kamar, secara tidak langsung akan meningkatkan komponen-komponen pariwisata seperti restoran, *airline*, *travel agent*, artinya peluang untuk berbisnis pariwisata di Malang Raya semakin baik, termasuk bisnis *guest house*. Dengan kondisi komponen pariwisata yang kian pesat maka Manajemen *guest house* yang tidak jeli dalam melihat perubahan akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang optimal

Era globalisasi sekarang ini juga membawa dampak pada dunia *stakeholder* pariwisata termasuk di dalamnya *guest house* yang menuntut untuk dikelola secara profesional bukan tradisional, sehingga semuanya berlomba-lomba menghasilkan *output* yang memiliki nilai tambah dan dapat mengglobal di dunia pariwisata internasional.¹³

Tuntutan persaingan yang intensif dalam dunia pariwisata khususnya penginapan mendorong *Guest House Syariah* untuk lebih berorientasi pada konsep pemasaran optimal dan mengembangkannya sebagai alat untuk menyusun strategi . Penginapan Syariah jika ingin meraih kesuksesan di masa depan dalam menghadapi *okupasi* jumlah pengunjung yang dikehendaki (*high enrollment*) haruslah mempraktekkan praktik *marketing* secara terintegrasi. Untuk merespon perubahan pasar saat ini, nilai keefektifan serta manfaat potensial dari penggunaan teori dan konsep pemasaran secara efektif harus diterapkan dalam dunia bisnis penginapan untuk memenangkan persaingan serta mendapatkan ruang yang lebih besar dalam pasar internasional.¹⁴

Dasar tujuan pada penggunaan jasa penginapan adalah berupaya memenuhi keinginan-keinginan *musafir*, sehingga para pengunjung akan

¹² Berita Resmi Statistik, BPS Propinsi Jawa Timur. No. 81/12/35/Th.XIII, 1 Desember 2015.

¹³ Yoyon Bactiar Irianto & Eka Prihatin, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 330.

¹⁴ Bryson, John M. *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), Hal 4-5

mendapatkan kepuasan dan kebahagiaan. Nilai-nilai untuk memberikan kebahagiaan bagi orang lain juga dianjurkan dalam sebuah hadits Rasulullah saw yang berarti:

"Orang yang paling dicintai Allah Ta'ala adalah orang yang paling bermanfaat bagi orang lain. Amal yang paling dicintai Allah "Azza wa Jalla adalah memasukkan kegembiraan ke dalam hati seorang muslim, menghilangkan kesulitannya, melunasi hutangnya, atau mengusir rasa laparnya." (HR. Thabrani)

Hadits tersebut menyampaikan bahwa kebermanfaatn seseorang bagi orang lain, memberikan kebahagiaan merupakan tanda hamba dicintai oleh Allah SWT, sedangkan anjuran untuk berniaga dengan cara yang baik tersurat dalam ayat yang berbunyi:¹⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. An Nisaa: 29).

Pesan yang disampaikan ayat tersebut menyiratkan bahwa dalam kegiatan perniagaan antara para pelaku perniagaan haruslah berlaku kondisi suka sama suka, sehingga keridhoan duniawi dapat tercapai tanpa mengenyampingkan nilai-nilai Islam. Sejalan dengan jasa penginapan, didalamnya mencakup kegiatan perniagaan untuk memberikan kebahagiaan kepada *customer* agar mereka mendapatkan kepuasan dunia dan tidak melupakan akhirat.

Melihat model penginapan yang mempunyai standar kelas, nampak bahwa semakin lengkap pelayanan yang diberikan maka akan semakin mahal biaya untuk menginap di suatu penginapan. Semakin banyak kelas dan model hotel maka manajemen dituntut untuk mengoptimalkan pemasaran.

¹⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Depag RI, 1980), hlm. 122.

Sebagai bisnis jasa, pendekatan penting pemasaran yang telah dikembangkan yaitu STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), 5C (*Company, Customer, Climate, Collaborator, Competitor*), maupun *marketing mix*.¹⁶ Marketing sendiri merupakan pengorganisasian yang memahami kebutuhan serta keinginan yang secara efektif mampu meramu serta mengarahkan ketrampilan dan sumber daya kepada seluruh bagian organisasi dalam rangka memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen. Pada dunia perhotelan biasanya pemasaran eksternal dilakukan dengan menggunakan media brosur, papan reklame, dan media masa untuk menarik perhatian tamu oleh manajemen pemasaran.^{[17] [18]}

Dalam perkembangannya di Indonesia, sasaran marketing sekarang dibagi menjadi dua segmen, yakni Pemasaran Syariah yang merupakan pasar emosional (*emotional market*), serta pasar konvensional yang merupakan pasar yang rasional (*rational market*).¹⁹ Sebagai lembaga berbasis syaria'ah yang *rahmatan li al amiin*, hotel syariah diharapkan dapat menangkap dua segmen pasar tersebut.

Berdasarkan model kegiatannya, pemasaran memiliki dua bentuk kegiatan yakni pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Philip menyampaikan bahwa pemasaran internal yaitu pemasaran yang dilakukan perusahaan didalam diri perusahaan sendiri seperti pelatihan dan motivasi yang melibatkan seluruh karyawan dan manajemen untuk memiliki spesifikasi sesuai standard pelayanan perhotelan. Sedang pemasaran interaktif merupakan pemasaran yang dilakukan perusahaan jasa terhadap nilai mutu interaksi pelayanan karyawan kepada *customer*.²⁰

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran jasa penginapan, pastilah *guest house syariah* memiliki analisa kekuatan, kelemahan serta tentunya peluang dan ancaman dalam kegiatan operasional sehari-hari. Dilihat

¹⁶ Michael J. Wolfe, John C. Crotts, "Marketing Mix Modeling for the Tourism Industry: A Best Practices Approach", *International Journal of Tourism Sciences*, Volume 11, Number 1, 2011, Hal 3

¹⁷ Richard Komar, *Hotel Management*, Jakarta: PT Grasindo, 2006, hlm 50.

¹⁸ Lina Salim, *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm. 2.

¹⁹ Herman Kerta Jaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006, hlm. 1

²⁰ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*. Perpustakaan Nasional: 1996, hlm. 282

sekilas dari sisi *product*, *guest house syariah* memiliki fasilitas yang memadai bagi *musafir*, konsep *people service* juga tidak kalah jika dibandingkan penginapan yang lain. Posisinya dengan akses mudah juga merupakan keunggulan tersendiri. Penginapan pesaing lain yang terus tumbuh menjadi daya tarik tersendiri untuk meneliti persoalan yang dihadapi manajemen berkenaan dengan strategi pemasaran yang dilakukan.

Penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan dalam peningkatan tingkat hunian penginapan syariah khususnya *Guest House syariah*, sehingga perusahaan dalam lingkungan pariwisata yang sangat kompetitif mampu menyusun serta mensinergikan strategi yang tepat pada sasaran, terarah, efektif dan efisien. Hasil penelitian ini akan menjadi kontribusi positif terhadap pengelolaan *guest house syariah* yang lebih baik serta berkesinambungan dalam persaingan dunia internasional.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimanakah konsep syariah yang diterapkan pada *Guest House Syariah* di Kota Malang?
2. Model integrasi pemasaran seperti apa yang seharusnya diterapkan oleh *Guest House Syariah* di Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui konsep syariah yang diterapkan pada *Guest House Syariah* di Kota Malang
2. Untuk memberikan Model integrasi yang seharusnya diterapkan oleh *Guest House Syariah* di Kota Malang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritisnya adalah untuk memperkaya khasanah pengetahuan manajemen terhadap jasa *Guest House Syariah* di Kota Malang sebagai salah satu *stakeholder* wisata halal.
2. Manfaat praktisnya adalah sebagai saran masukan bagi perusahaan objek penelitian yaitu *Guest House Syariah* untuk dapat menerapkan strategi pemasaran *Guest House Syariah* dengan tepat untuk meraih

tingkat okupasi yang maksimal. Disamping itu penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian sejenis di masa mendatang.

E. Originalitas Penelitian

Tabel 1.2. Orisinalitas Penelitian

No	Penelitian Terdahulu	Temuan dan Kesimpulan	Research Gap
1	Nuno Gustavo (2011), <i>Marketing Management Trends in Tourism and Hospitality Industry: Facing the 21st Century Environment</i>	Strategi bisnis baru yang terkait dengan filosofi <i>unbundling</i> dan tambahan pendapatan harus menjadi dipertimbangkan dan benar dievaluasi juga. konteks diidentifikasi dan dianalisa dalam artikel ini mengacu pada dimensi struktural, sehingga sifat perubahan di sini yang dimaksud tidak selesai prosesnya. Sebaliknya, demikian juga lingkup dan tujuan pendekatan artikel ini, kita menghadapi serangkaian keadaan yang harus dipahami sebagai faktor transformasi karena ruang lingkup dan sifat struktural harus dipelajari dan dipantau menggunakan realitas yang berbeda dan studi-kasus.	Penelitian terdahulu hanya menjelaskan pentingnya model baru dalam menambah pendapatan hotel. Penelitian terdahulu tidak menjelaskan secara rinci pendapatan apa saja yang dapat diperoleh dari usaha hotel khususnya syariah.

		<p>Oleh karena itu penting untuk melakukan studi terus menerus dan sistematis yang akan menjamin sumber pendapatan baru bagi hotel. Metode penelitian yang digunakan merupakan kombinasi eksploratif, survei deskriptif dan analitis. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara yang hasilnya dianalisis dengan analisis faktor.</p>	
2	<p>Antonio Manuel Martínez López, Alfonso Vargas Sánchez, (2012) <i>strategy and innovation. study of the capacity of the spanish hotel industry</i></p>	<p>Penelitian terdahulu menganalisis hubungan antara faktor-faktor penentu tertentu dalam manajemen strategis proses inovasi dalam organisasi hotel di Spanyol, serta pengaruh tingkat inovasi pada keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi. Posisi teoritis adalah didasarkan pada sumber daya dan pendekatan berbasis kemampuan, dalam bidang manajemen strategis. Sebuah analisis rantai hotel besar</p>	<p>Penelitian terdahulu belum membahas hubungan korelatif antara strategi perusahaan dan inovasi pengembangan. Lokasi penelitian juga di daerah Eropa, berbeda dengan penelitian yang sekarang dilakukan secara geografis di wilayah Malang Indonesia. Berbeda obyek dengan penelitian terdahulu, penelitian ini meneliti <i>guest house syariah</i> di Kota Malang.</p>

		yang beroperasi di Spanyol telah menunjukkan dampak strategis proses manajemen pada tingkat inovasi, serta manajemen pemasaran yang tepat mempengaruhi hasil organisasi secara positif.	
3	Florin Nitu Márta Bakucz(2014) <i>Strategy For Small Hotels Case Study Of A Hotel Located In Harkány, Hungary</i>	Metode pendekatan yang dilakukan adalah kuantitatif. Penelitian ini membenarkan bahwa hubungan yang baik antara hotel kecil di daerah pelosok akan membuat pendapatan hotel meningkat.	Penelitian terdahulu hanya mengukur tentang strategy hotel kecil di kota terpencil, tanpa meneliti secara detail strategy pemasaran jitu penginapan kecil sekelas <i>guest house</i> di Indonesia.
4	Cathy A Enz (2011) <i>Competing Succesfully with Other Hotels: The Role of Strategy</i>	Metode yang digunakan untuk menghasilkan kerangka konseptual adalah kajian pustaka. Beberapa konsep langkah strategik harus diambil oleh seorang manager hotel agar mampu mengevaluasi dan mengembangkan bisnis perhotelan berdasarkan kondisi sumber daya serta situasi perekonomian yang sedang berjalan.	Penelitian terdahulu tidak turun ke lapangan secara langsung, sehingga kondisi lapangan tidak terbaca secara utuh, terlebih perhotelan yang disorot diwilayah eropa.
5	Kadek Dewi Fadmawati	Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian	Penelitian terdahulu tidak meneliti hotel berbasis syariah, sehingga

	(2011) <i>Reformulasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Occupancy Room Rate Di Hotel Four Seasons Resort Jimbaran Bali</i>	gabungan antara kualitatif dan kuantitatif berdasarkan analisis SWOT dan matriks IE.	kondisi serta kebutuhan sepenuhnya di dasarkan pada kebutuhan <i>costumer</i> serta keuntungan semata yang bebas nilai syariah.
6	Muthoifin, (2015) Fenomena Maraknya Hotel Syariah: Studi Efektifitas, Existensi, dan Kesyariahan Hotel Syariah di Surakarta	Penelitian tersebut merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan analisis kualitatif, penulis ingin menggambarkan fenomena yang ada dengan menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis agar mudah difahami dan pengambilan kesimpulan. Temuan peneliti bahwa perkembangan hotel syariah di Surakarta berkembang dan berjalan dengan baik.	Penelitian terdahulu hanya meneliti hotel syariah di Surakarta, sehingga kondisi serta obyek yang dilakukan tentu berbeda dengan penelitian di Kota Malang.
7	Widyarini (2013), Pengelolaan Hotel Syariah	Penelitian Widyarini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menganalisa kondisi di	Penelitian terdahulu hanya meneliti tiga hotel syariah di Yogyakarta, sehingga kondisi serta obyek yang dilakukan tentu

	<p>di Yogyakarta</p>	<p>lapangan. Penawaran jasa hotel syariah harus mengedepankan kehalalan baik dalam proses maupun hasil produk dan menerapkan pelayanan yang syar'ii. Dari tiga sampel hotel syariah semuanya belum secara utuh menerapkan syariah karena masih dalam proses.</p>	<p>berbeda dengan penelitian <i>guest house syariah</i> di Kota Malang.</p>
--	----------------------	--	---

Mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu dan berbagai paparan teori diatas maka terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu yang telah dilakukan dengan penelitian ini, perbedaan tersebut diantaranya adalah:

- 1) Penelitian ini mengembangkan dan memodifikasi model penelitian dari Kadek Dewi Fatmawati (2011) yang mengkaji reformulasi hubungan dari pengaruh antara SWOT dan bauran pemasaran jasa terhadap keputusan memilih hotel dan penelitian dari Cathy A Enz (2011) yang mengkaji konsep langkah strategik yang harus diambil oleh seorang manager agar mampu mengevaluasi dan mengembangkan bisnis perhotelan berdasarkan kondisi sumber daya serta situasi perekonomian yang sedang berjalan. Penelitian dilakukan untuk mengkaji strategi yang harus diambil oleh seorang manager dari analisis SWOT dan bauran pemasaran jasa 8P agar tingkat okupasi hotel selalu memenuhi target.
- 2) Penelitian ini menggunakan metode perencanaan strategis Albert Humphrey (2005) dengan analisis SWOT, yakni mengevaluasi terlebih

dahulu kekuatan (*straight*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

- 3) Penelitian ini mengembangkan teori Morrison (2002) yang mengemukakan konsep bauran pemasaran yang penting pada hotel adalah bauran pemasaran 7P yang meliputi *product, price, promotion, place, people, process, physical of evidence*.
- 4) Obyek penelitian dari penelitian ini adalah Guest House Syariah Malang. Sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan di hotel luar negeri oleh Noor Izza Rozian Sanib (2011), Nuno Gustavo, Cathy A Enz (2011), Antonio Manuel Martínez López, Alfonso Vargas Sánchez dan Kadek Dewi Fadmawati (2011) yang meneliti hotel di Bali namun juga masih model hotel standar.

Dari berbagai paparan penelitian terdahulu diatas, maka peneliti memperoleh *research gap* yang memberi peluang bagi peneliti untuk mengembangkan dan melakukan modifikasi dari berbagai penelitian terdahulu yang telah disebutkan. Minimnya kajian mengenai *Guest House Syariah* di Malang menggugah peneliti untuk melakukan penelitian pada *Guest House Syariah* di Malang sebagai bagian dari *stakeholder* pariwisata halal. Jika melihat perkembangan pariwisata halal bahkan negara seperti Korea Selatan, Jepang dan Thailand juga mengembangkan pariwisata model syariah..

Hasil dari kajian yang dilakukan peneliti diharapkan menjadi kontribusi positif terhadap pengelolaan lebih khusus pada perencanaan pengembangan *guest house syariah* yang lebih terpadu dan berkesinambungan dalam persaingan global.

Berdasar penjelasan-penjelasan diatas maka terdapat beberapa alasan yang mendorong peneliti untuk tertarik meneliti topik tersebut, yaitu:

- 1) Pentingnya pemasaran yang tepat untuk mengembangkan *guest house syariah* agar dapat bersaing dengan penginapan lain pada umumnya.
- 2) Berbagai penelitian empiris yang menunjukkan *network* sebagai salah satu cara mengembangkan bisnis dengan cepat.

- 3) Minimnya penelitian dan kajian khususnya di bidang pemasaran *guest house*, khususnya berbasis syariah.
- 4) Perkembangan pariwisata halal yang makin dikembangkan tidak hanya oleh muslim namun juga non muslim. Sehingga penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan *stakeholder* pariwisata halal.

F. Definisi Istilah

1. Pemasaran Syariah adalah segala aktifitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan bisnis yakni kegiatan penciptaan nilai (*value crating activities*) yang memungkinkan siapapun melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami²¹
Pada penelitian ini, peneliti menkonsentrasikan penelitian pada tiga unsur pemasaran yang meliputi *product, price dan promotion*.
2. Penginapan Syariah adalah sebuah tempat yang dimanfaatkan untuk tempat tinggal sementara bagi orang yang sedang berada dalam perjalanan, oleh karena itu maka penginapan haruslah menyediakan keperluan dan memenuhi standar minimal seperti tempat tidur, tempat istirahat, faktor keselamatan, berlindung dari suhu dingin atau hujan dan panas, fasilitas penyimpanan barang, hingga akses ke kebutuhan umum lainnya.²²
3. *Guest House Syariah* adalah tempat seperti hotel yang mana seseorang bisa menginap dan menyewa kamar sesuai dengan tarif yang diinginkan.²³

Selain kamar, dengan semakin berkembangnya fasilitas hotel, maka bisa juga seseorang atau kelompok menyewa fasilitas *Guest House* tanpa harus menginap di kamar hotel. Ciri khas syariah menjadikan

²¹ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2007), hal 1

²² <https://kamus.cektkp.com/penginapan/> diakses pada 17 agustus 2016

²³ Sonson NS, *Merencanakan Sendiri Jalan-Jalan Keliling Dunia*, (Jakarta: Gramedia, 2008), Hal 75

guest house dengan pelayanan di dalamnya harus sesuai dengan syariah.



BAB II. KAJIAN PUSTAKA

A. Pemasaran

1. Konsep Dasar Pemasaran

Makna pemasaran dalam Kamus Bahasa Indonesia Lengkap bisa diartikan sebagai suatu proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang atau jasa; atau perihal menyebarluaskan sesuatu ke tengah-tengah masyarakat.²⁴ Sedangkan menurut Kotler, Definisi dari pemasaran adalah suatu seni menjual produk, secara sosial merupakan proses yang di dalamnya terdapat individu serta kelompok berhubungan untuk mencapai tujuan masing-masing dengan penciptaan dan penawaran suatu produk.²⁵

Pemasaran adalah kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup sehingga berkembang dan mendapatkan laba²⁶

Pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan dengan cara mengantisipasi kebutuhan *costumer* dengan cara memenuhi kebutuhan *costumer* dengan suatu jasa.²⁷ Jasa sendiri menurut Kotler dan Keller adalah setiap kegiatan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan²⁸ keputusan menggunakan jasa sendiri merupakan tahap konsumsi, dalam proses kegiatan produksi jasa, jasa di produksi dan dikonsumsi dalam rangka waktu yang sama.²⁹

Sedangkan menurut Irmawati, yang dimaksud dengan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga,

²⁴ Daryanto, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, (Surabaya: Apollo, 1997), hlm. 472.

²⁵ Philip Kotler, *Marketing Management*. Edisi Bahasa Indonesia. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 9.

²⁶ Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), hal 5

²⁷ Cannon, Perault, McCharthy, Penrj.Afia dan Ria, *Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008) Hal 8

²⁸ Buchory, Herry. Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran (Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: CV. Unda Karya. Hal 2

²⁹ Ristiyanti Prasetijo. Ihalauw, John J.O.I. (2006). *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: ANDI. 2006), hal 10

promosi dan distribusi barang, ide, dan jasa untuk menciptakan pemasaran yang memuaskan tujuan individu atau organisasi.³⁰

Berdasarkan konsep pemasaran diatas, maka nampak bahwa tujuan dari pemasaran meliputi : kepuasan pelanggan, pendayagunaan seluruh komponen, dan keuntungan yang berkelanjutan.³¹

Pemasaran merupakan suatu usaha yang diawali dari mempelajari kebutuhan konsumen, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga, cara promosi dan penyaluran produk tersebut.³² Dari berbagai definisi yang telah disebutkan dapat dipahami bahwa pemasaran merupakan proses kegiatan mulai dari pengidentifikasian konsumen hingga suatu produk tersebut sampai di tangan konsumen.

Konsep pemasaran setidaknya mengandung tiga unsur yaitu: orientasi pada konsumen, penyusunan kegiatan pemasaran secara integral dan terstruktur, dan kepuasan konsumen.^{[33][34]} Diartikan bahwa pemasaran yang dilakukan merupakan proses yang tersistimatis dari produk hingga pemenuhan keinginan konsumen.

Menyempurnakan pengertian pemasaran diatas, *American Marketing Association* (AMA) menyampaikan bahwa :

*Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing and distributing of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives.*³⁵ ³⁶

Berdasarkan penjelasan pemasaran diatas, maka pemasaran guest house syariah merupakan kegiatan mempersiapkan hal-hal berkenaan dengan pemasaran mulai dari proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk

³⁰ Irmawati, Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit, (

³¹ Cannon, Perault, McCharthy, Penrj.Afia dan Ria, *Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008) Ha 20

³² Basu Swastha Dhammesta & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE, 2013), hlm. 4.

³³ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah saw* (Jakarta: Gramedia, 2012), hlm. 29.

³⁴ Basu Swastha Dharmmesta & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran ...*, hlm. 6-8.

³⁵ Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 5

³⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. (Jakarta: Erlangga, 2009), hal 5

menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi yang tentunya tidak boleh terlepas dari prinsip Islam.

2. Karakter Perusahaan Jasa

Sebagai bisnis jasa, guest house syariah tidak boleh terlepas dari pemberian pelayanan yang maksimal. Kepuasan yang diterima oleh pelanggan sangat berkaitan antara satu dengan yang lain.

Kepuasan yang saling berkaitan tersebut diantaranya meliputi : kualitas pelayanan, kesiapan pegawai, keramahan pegawai. Pelayanan yang dilakukan di dalam guest house jangka pendek, namun kepuasan yang di dapat bisa terkesan dalam jangka waktu yang panjang.

Karakteristik model jasa guest house tersebut diantaranya :

- a. *Intangible*, maksudnya ialah produk jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat diraba, contohnya seperti kepuasan dari seorang pelanggan.
- b. *Inseparability*, maksudnya ialah pelanggan merupakan bagian dari proses aktifitas seluruh kegiatan guest house. Oleh karena itu maka keinginan seorang tamu harus dapat terlayani dengan baik.
- c. *Perishability*, dimaknai dengan kegiatan produksi dan konsumsi dilakukan bersama
- d. *Inconsistency*, dalam usaha jasa guest house seluruh sumber daya haruslah dapat berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari³⁷

3. Konsep Pemasaran *Hospitality*

Dalam buku Oesman, Kotler & Keller, Zeithaml, Bitner & Gremler mengemukakan bahwa konsep bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Namun berkenaan dengan bauran pemasaran jasa perlu menambahkan unsur orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).³⁸

³⁷ Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 25

³⁸ Oesman, Yevis. *Sukses Mengelola Marketing Mix CRM Customer Value dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center)*. (Bandung: Alfabeta, IKAPI, 2010), hal 22

Seiring dengan pendapat diatas Zeithaml, Bitner & Gremler, Lovelock & Wirtz juga menyampaikan bahwa bauran pemasaran jasa ditambah dengan tiga elemen yang terdiri dari orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*), sehingga menjadi tujuh unsur bauran pemasaran untuk bidang jasa tersebut menjadi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*) dan bukti fisik (*physical evidence*).³⁹

Bauran pemasaran diatas menurut Kothler dan Armstrong merupakan alat taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh pihak perusahaan jasa untuk mengetahui respon customer maupun pasar.⁴⁰

Pemasaran jasa memiliki ciri khas yang berbeda dengan pemasaran produk barang. Hal tersebut disebabkan biasanya suatu jasa diproduksi dan digunakan sekaligus. Kebersamaan dan keterlibatan secara langsung dengan institusi maupun staf/ personelnnya dan bahkan bisa terjadi konsumen menjadi bagian dari proses produksi jasa. Menurut Morisson terdapat 7 (tujuh) bauran untuk penginapan.

Yaitu :

1) *Product*

Produk dalam penginapan syariah ini memiliki beberapa variable, yakni :

- a. *Staff behavior, appearance, and uniform*
- b. *Building exterior*
- c. *Equipment*
- d. *Furniture and fixtures*
- e. *Signage*

2) *Price*

Harga pada suatu penginapan selalu bersaing dengan penginapan yang lain. Ada harga normal dan harga khusus, pada harga khusus inilah *guest house syariah* memiliki beberapa macam model, yakni :

³⁹ Oesman, Yevis. *Sukses Mengelola Marketing Mix CRM Customer Value dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center)*. (Bandung: Alfabeta, IKAPI,2010), hal 23

⁴⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2*, (Jakarta :Erlangga, 2001), hal 71-72

- a. *Walk in guest rate/publish rate*
- b. *Group rate*
- c. *Travel agent rate*
- d. *Corporate rate*
- e. *Embassy rate*
- f. *Airlane penumpang rate*
- g. *Weekend rate*
- h. *Membership card rate*
- i. *Hoteliers rate*
- j. *Press rate*
- k. *Government rate*
- l. *Long staying guest rate*
- m. *Certain packages rate*⁴¹

3) *Place*

Menurut morisson, distribusi dibagi menjadi dua, yakni *direct distribution* dan *indirect distribution*. Distribusi langsung berkenaan dengan tanggung jawab manajer dalam mengambil seluruh tanggungjawab dalam promosi dan pelayanan. Sedang distribusi tidak langsung adalah pembagian tanggung jawab oleh manager kepada divisi lain dalam organisasi.⁴²

4) *Promotion*

Semakin betumbuhnya penginapan di kawasan Malang, kegiatan promosi yang dilakukan *guest house syariah* harus mampu berbeda. Kegiatan promosi sebaiknya tidak hanya memuaskan *needs* dan *wants* dari tamu semata, namun harusnya juga bisa menjadikan *life-style*, sehingga tamu merasa eksklusif dibandingkan menginap di tempat lain.⁴³

⁴¹ Agung Permana Budi, Manajemen Marketing Perhotelan, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 30

⁴² Agung Permana Budi, Manajemen Marketing Perhotelan, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 34

⁴³ Agung Permana Budi, Manajemen Marketing Perhotelan, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 30

Konsep pemasaran promosi diantaranya : *advertising, personal selling, sales promotion, merchandising, public relations and publicity*.⁴⁴

5) *People*

Orang-orang yang bekerja di dalam hotel merupakan pondasi utama dalam pemberian pelayanan kepada tamu *guest house*. Unsur karyawan tidak lepas dari *guest house* karena *guest house* merupakan salah satu usaha jasa

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, dalam tehnik *servqual* terdapat 5 (lima) dimensi komponen *people*, yakni :

1. *Tangible*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*
4. *Assurance*
5. *Emphaty*⁴⁵

6) *Packaging and Programming*

Packaging adalah kombinasi dari pelayanan-pelayanan yang berhubungan, saling melengkapi dengan menawarkan harga tunggal. Pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel merupakan satu kesatuan antara satu pelayanan dengan pelayanan yang lain sesuai dengan fasilitas yang diinginkan.

Programming adalah tehnik yang berhubungan dekat dengan *packaging*, di dalamnya terdapat berbagai macam model kegiatan mendatangkan tamu.⁴⁶ Tingkat okupasi yang diinginkan *guest house syariah* tentu tinggi, dengan mengusung penginapan yang halal, aman dan *safety* diharapkan tamu tertarik untuk bersantai di *guest house*.

7) *Partnership*

⁴⁴ Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 32

⁴⁵ Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 34

⁴⁶ Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: Andi, 2013), Hal 35

Partnership merupakan usaha kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan tingkat hunian *guest house*. Jejaring bisnis tentunya akan mempermudah *guest house* mengkondisikan pelayanan dan kebutuhan *costumer*, sehingga mereka merasa nyaman dan ingin kembali menikmati pelayanan dari *guest house*.

Berdasarkan pengelolaan usaha terdapat dua model yakni diversifikasi dan non diversifikasi usaha. Pada model usaha penginapan, model yang tepat berkembang adalah model diversifikasi atau yang disebut juga model korporat yaitu perusahaan yang mengelola multibisnis.⁴⁷ Kegiatan bisnis yang *all in one* tentunya akan memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi *costumer*, sehingga apapun yang diinginkan *costumer* dapat terlayani tanpa kebingungan lagi.

Berdasarkan penelitian Rumlet, diversifikasi usaha yang masih berdekatan dengan bisnis utama akan lebih menguntungkan.⁴⁸ Sejalan dengan penelitian Rumlet, *guest house syariah* hendaknya bukan hanya tempat tidur sementara, namun bisa dikembangkan dengan menggandeng kegiatan MICE, yakni kegiatan-kegiatan di luar kegiatan yang hanya sekedar tidur.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi beberapa faktor yang disusun secara sistematis guna merumuskan strategi bagi perusahaan. Analisis tersebut disandarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), kemudian juga meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).⁴⁹

⁴⁷ Indrianty Sudirman, *Topik-Topik Riset Manajemen Strategi*, (Bogor: IPB Press, 2013), hal 1

⁴⁸ Indrianty Sudirman, *Topik-Topik Riset Manajemen Strategi*, (Bogor: IPB Press, 2013), hal 2

⁴⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal 19

Proses analisa menggunakan SWOT tentunya tetap mengacu pada visi dan misi dari perusahaan, sehingga SWOT tetap terarah dan terstruktur pada strategi yang tepat pada sasaran.

Setelah mengumpulkan berbagai informasi pendukung untuk menggunakan analisis SWOT, maka situasi yang dianalisis akan memudahkan perusahaan mengambil langkah strategis dalam mengambil kebijakan bagi kemajuan perusahaan.

Cara pembuatan analisis SWOT tergambaran pada gambar dibawah ini⁵⁰ :



Kuadran 1 : merupakan situasi dimana perusahaan memiliki peluang serta kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) tepat dilakukan pada posisi ini.

Kuadran 2 : walaupun menghadapi ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan internal, sehingga kekuatan tersebut masih bisa digunakan sebagai peluang jangka panjang, dengan modal kekuatan maka strategi diversifikasi dapat dilakukan perusahaan.

⁵⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), Hal 19-20

Kuadran 3 : pada kuadran ini perusahaan nampak memperoleh peluang yang besar namun di lain sisi perusahaan juga menghadapi masalah internal, sehingga langkah awal yang tepat dilakukan adalah meminimalisir masalah terlebih dahulu.

Kuadran 4 : pada posisi ini perusahaan sedang menghadapi masalah ancaman serta kelemahan internal, sehingga strategi evaluasi total internal perlu dilakukan.

B. Pemasaran Syariah

1. Prespektif Pemasaran dalam Islam

Rasulullah SAW telah mengaplikasikan konsep pemasaran secara universal, terbukti dari kegiatan beliau berniaga dari satu negara ke negara yang lain. Konsep pemasaran dari 4 P sebenarnya telah diterapkan oleh Rasulullah, dan tersebut nampak dari perniagaan beliau yang sukses.⁵¹ Namun sayang konsep pemasaran Rasulullah tersebut berkembang di dunia Barat.⁵² Konsep pemasaran yang dilakukan oleh Rasulullah dan konsep barat tidak jauh beda dalam memenuhi kepuasan konsumen, pembedanya terletak pada masalah dan kepuasan akherat yang di kedepankan dalam konsep Rasulullah.

Konsep *marketing mix* barat seperti Neil Borden pada 1953, Rasmussen (1955), McCharthy (1960) dan Kotler (1967), senada dengan konsep pemasaran yang dilakukan oleh Rasulullah dan para sahabat, seperti yang temaktub dalam surat Al Baqoroh ayat 168 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: .” Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-

⁵¹ Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: Hikmah, 2010), hal 182

⁵² Ahmad Azrin Adnan, Theoretical Framework For Islamic Marketing: Do We Need a New Paradigm?, *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 4. No. 7, 2013. Pp.157-165.

langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Surat An-Nisaa’ ayat 29 yang berbunyi:⁵³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Kedua ayat diatas menyampaikan bahwa segala aktifitas manusia, termasuk di dalamnya perniagaan haruslah di dasarkan atas syariat Islam, jauh dari keburukan keburukan setan baik secara *maadiyah* maupun *adabiyah*. Salah satu contohnya perniagaan harus di dasarkan atas keridhoan, tidak boleh ada unsur pemaksaan maupun hal-hal yang merugikan salah satu pihak.

. Melakukan kegiatan perniagaan yang baik juga tersurat dalam ayat 7 dalam surat al Kahfi yang berbunyi:

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لَّهَا لِنَبْلُوَهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا

Artinya: “sesungguhnya kami telah menjadikan apa yang di bumi sebagai perhiasan baginya, agar kami menguji mereka siapakah di antara mereka yang terbaik perbuatannya”.

Manusia sebagai makhluk yang sempurna telah dianugerahi kenikmatan dunia dan seisinya, termasuk kelebihan sebagai pemimpin dan pengelola alam semesta, dengan kelebihan-kelebihan tersebut maka manusia memiliki tanggungjawab untuk menjaga dan melakukan perbuatan baik, seperti ketika manusia berhubungan dengan manusia yang lain.

Konsep berbuat baik seiring dengan konsep pemasaran, ketika seseorang berbuat baik secara tidak langsung dia telah mem-brand-ing

⁵³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al- Qur'an* hlm. 122.

dirinya sendiri. Senada dengan pemasaran, ketika seseorang yang terlibat dalam pemasaran melakukan kebaikan bagi pelanggan, maka secara tidak langsung dia juga membrading produk yang dia jual. Nilai-kebaikan kepada orang lain tersebut telah disampaikan dalam sebuah hadits Rasulullah SAW yang berarti:

"Orang yang paling dicintai Allah Ta'ala adalah orang yang paling bermanfaat bagi orang lain. Amal yang paling dicintai Allah "Azza wa Jalla adalah memasukkan kegembiraan ke dalam hati seorang muslim, menghilangkan kesulitannya, melunasi hutangnya, atau mengusir rasa laparnya." (HR. Thabrani).

Dalam hadits yang lain, Rasulullah SAW juga menyampaikan bahwa: Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar-benar tulus dan para syuhada (HR. Tarmidzi dan Ibnu Majah). Sumpah atau janji yang diucapkan untuk melariskan perdagangan dapat merusak keuntungan (HR Muslim). Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu adalah usaha untuk melariskan barang dagangan dan juga berusaha dengan cara yang tercela. (HR Bukhori Muslim).⁵⁴

Konsep pemasaran (*marketing*) dalam Islam setidaknya mengandung tiga hal:⁵⁵

1. Niat yang didasarkan pada Allah SWT dalam mengelola pertukaran baik pada pihak penjual maupun konsumen/ pembeli;
2. Menerapkan konsep proses pertukaran nilai yang berpatokan pada keislaman;
3. Melakukan kegiatan pemasaran sebagai alat untuk meraih berkah Allah SWT.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh organisasi bisnis atau nirlaba bertujuan demi kemajuan organisasinya sendiri.⁵⁶ Al Qur'an serta hadits nabi Muhammad SAW harus tetap dijadikan pedoman dan rujukan

⁵⁴ Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: Hikmah, 2010), Hal 182- 184

⁵⁵ Ahmad Azrin Adnan, *Theoretical Framework...*p. 158.

⁵⁶ Muhaimin, Suti'ah & Sugeng L. Prabowo, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010), hlm. 97.

dalam menjalankan kegiatan dan strategi pemasaran. Berikut prinsip pemasaran islam menurut Sula dan Kartajaya (2006) dalam Adnan.⁵⁷

Tabel 2.1. Prinsip Marketing Islam

konstruk	Elemen
Pandangan pemasaran dalam Islam	<ol style="list-style-type: none"> 1) Teknologi informasi memungkinkan kita menjadi transparan 2) Tetap menghargai para pesaing 3) Kemunculan paradoks pelanggan global 4) Mengembangkan organisasi yang berbasis spiritual
Elemen arsitektur bisnis stratejik	<ul style="list-style-type: none"> • Melihat pasar secara universal menjadikan hati dan jiwa pelanggan sebagai target • Membangun sistem kepercayaan • Bedakan diri dengan isi dan konteks yang dikemas bagus • Bersikap jujur dengan 4P • Berlatih hubungan berbasis penjualan • Gunakan karakter spiritual merek • Berlatih proses bisnis terpercaya
<i>Scorecard</i> syariah	Menciptakan nilai untuk para <i>stakeholders</i>
Marketing syariah perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan alasan yang mulia • Mengembangkan etika budaya organisasi • Pengukuran harus jelas dan transparan

Dalam berkegiatan pemasaran seperti strategi atau taktik memasarkan barang maupun jasa dapat mengadopsi prinsip dan nilai seperti yang diuraikan diatas.

⁵⁷ Ahmad Azrin Adnan, Theoretical Framework...p. 165.

2. Marketing Mix ditinjau dari sudut pandang Islam

1) *Product* (produk)

Dalam berdagang Rasulullah memastikan bahwa barang atau jasa yang dijual berkualitas dan dengan harga yang sesuai, hal tersebut dibuktikan dengan dagangan Rasulullah yang selalu diminati oleh pembeli.

Di dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

168. Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al Baqarah 168)

Ayat diatas mengisyaratkan bahwa kondisi barang menjadi perhatian dalam Islam, pemilihan barang diharapkan bahwa barang layak untuk dikonsumsi maupun diperjual belikan.

2) *Promotion* (Promosi)

Rasulullah SAW bersabda:

Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu adalah usaha untuk melariskan barang dagangan dan juga berusaha dengan cara yang tercela (HR Bukhori dan Muslim)

Dalam berdagang Rasulullah SAW memberikan rambu-rambu bagi penjual untuk tidak berlebihan dalam menawarkan barang dagangannya, terlebih disertai dengan janji palsu.

3) *Price* (Harga)

Perihal penentuan harga Rasulullah SAW juga telah mengingatkan perihal persaingan harga yang sehat. Hal ini termaktub dalam sebuah hadits:

Janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri (HR. Bukhori dan Muslim)

Sebagai landasan hadis diatas Allah SWT berfirman :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

1. kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang[1561],
2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,
3. dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.(QS. Al Muthofifin 1-3)

Ayat diatas telah jelas menyampaikan pelarangan pengambilan keuntungan dengan cara yang batil seperti mengurangi timbangan atau merusak harga di pasar.

4) *Place (lokasi)*

Rasulullah SAW bersabda:

Tidak dibolehkan bagi penduduk kota mejadi perantara niaga bagi orang di desa, biarkanlah orang memperoleh rezeki Allah satu dari yang lain (HR.Muslim)

Lokasi penempatan berdagang juga menjadi perhatian Rasulullah. Pemilihan lokasi yang tepat serta pedagang yang berada di lokasi tertentu tidak diperkenankan memanipulasi distribusi perdagangan.

e. *Process*

Penggambaran proses dari Rasulullah bisa terlihat pada saat kita membaca siroh nabawi, rasulullah membangun kota madinah, dan kesuksesan ekonomi mulai dari proses mempersaudarakan kaum muhajirin dan kaum anshor, dari silaturrahim itulah kesejahteraan umat semakin meningkat.

f. *People*

Sumber Daya Manusia juga merupakan faktor penting dalam kesuksesan bisnis. Dalam setiap kegiatannya Rasullullah selalu mencerminkan sifat-sifat kejujuran, dapat dipercaya, penyampaian yang baik dan kecerdasan, dari situlah Rasulullah sukses dalam berdagang baik sebelum masa sebelum kenabian maupun pada masa kenabian.

3. Strategi Bisnis Dalam Islam

Strategi Perang beberapa panglima besar telah menjadi tehknik untuk memenangkan pasar. Tidak kalah hebatnya Rasulullah SAW, selain menjadi pedagang dan pemimpin negara, beliau juga memberikan keputusan-keputusan yang tepat dalam setiap peperangan.

Nabi memilih kota madinah sebagai kota pusat peradaban, dilihat dari sisi *straight* (kekuatan) geografis salah satu dari dua sudut Madinah tertutup, dan pada sisi-sisi yang lain terbuka, serta memiliki bangunan-bangunan dan perkebunan. Kondisi geografis tersebut tentu menyulitkan musuh jika ingin masuk menyerang kota Madinah.⁵⁸

Dari sisi kondisi sosial masyarakat di Madinah, kedatangan Nabi diterima oleh semua kabilah, ini adalah suatu *opportunity* (kesempatan) untuk mengokohkan negara Islam. Namun di sisi lain kaum mekkah yang baru saja berhijrah memiliki kelemahan (*weakness*) secara financial, melihat hal tersebut, maka langkah awal nabi adalah mempersatukan antar umat di yatsrib sendiri yang selalu bertikai dan kaum muhajirin, sehingga kekuatan pendukung nabi secara kuantitas bertambah dengan dipersaudarakannya kaum muhajirin dan ansor.

Perkembangan kota Madinah tidak serta berjalan dengan lancar, banyak sekali tantangan (*threatment*) yang mengancam perkembangan negara Islam, oleh karena itu nabi memiliki langkah jitu untuk menyelesaikan ancaman tersebut.

Dalam menangani kaum yang melanggar perjanjian nabi bersifat tegas. Sebelum terjadi peperangan Nabi selalu memberi peringatan untuk menyerah agar peperangan dapat dihindari, dan jika sampai terjadi peperangan Nabi masih melindungi wanita, anak-anak, dan orang tua serta pasukan yang menyerahkan diri.

Pada saat perang Khandak yang terjadi pada 626 Masehi, banyak pelajaran yang bisa dipetik. Peperangan yang sangat tidak imbang antara 10 ribu tentara Quraisy dengan kabilah pendukungnya menyerang kaum

⁵⁸ An Nadawi, Siroh Nabawi dalam Muhamamd Sulaiman dan Aizudinnur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: Hikmah,2010), hal 197

muslimin yang hanya berjumlah minim, namun dimenangkan oleh umat islam.

Kondisi Madinah yang secara geografis menguntungkan merupakan suatu kekuatan tersendiri untuk membangun strategi pertahanan yang hebat. Salman Al Farisi mengusulkan pembangunan parit, yang kemudian disusul dengan perintah nabi untuk membagi tiap kelompok 10 orang dan menggali parit dengan kedalaman 40 kaki. Kondisi yang terdesak tersebut tentu berpengaruh secara psikologis terhadap pasukan umat islam, namun Nabi sebagai pemimpin tidak berhenti memberi semangat umat islam dan menyampaikan janji-janji Allah kepada umatnya yang setia tentang kemenangan atas Romawi, Persia dan Yaman

C. Penginapan Syariah

1. Konsep Dasar Syariah

Secara bahasa Syariah dalam bahasa arab diartikan sebagai jalan yang ditempuh atau garis yang seharusnya dilalui. Sedangkan secara terminology syariah dimaknai dengan pokok-pokok aturan hukum yang dibuat oleh Allah SWT agar dipatuhi manusia dalam menjalankan kegiatan di dunia.⁵⁹

Ketentuan syariah meliputi seluruh kehidupan manusia, yang mana di dalamnya meliputi *ibadah mahdah* dan *ibadah ghoiru mahdhah*.⁶⁰ *Ibadah mahdhah* adalah ibadah yang langsung berhubungan dengan Allah SWT, seperti sholat, puasa. Sifat dari *ibadah mahdoh* ini tetap tidak bisa dirubah dengan kaidah segala sesuatunya tidak boleh dilakukan sampai ada perintah dalam Al Qur'an dan Hadits. Sedangkan *Ibadah ghoiru mahdah* adalah ibadah yang berkenaan dengan hubungan manusia dengan makhluk Allah yang lain, dengan kaidah *ushulnya* segala sesuatu itu boleh dilakukan sampai ada dalil yang melarangnya.

Allah SWT berfirman :

⁵⁹Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntans Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal 16

⁶⁰ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntans Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal 16

شَرَعَ لَكُمْ مِنَ الدِّينِ مَا وَصَّىٰ بِهِ نُوحًا وَالَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ وَمَا وَصَّيْنَا بِهِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَىٰ وَعِيسَىٰ أَنْ أَقِيمُوا الدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُوا فِيهِ ۚ كَبُرَ عَلَى الْمُشْرِكِينَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ ۗ اللَّهُ يَجْتَبِي إِلَيْهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي إِلَيْهِ مَنْ يُنِيبُ

Artinya :13. Dia telah mensyari'atkan bagi kamu tentang agama apa yang telah diwasiatkan-Nya kepada Nuh dan apa yang telah Kami wahyukan kepadamu dan apa yang telah Kami wasiatkan kepada Ibrahim, Musa dan Isa Yaitu: Tegakkanlah agama[1340] dan janganlah kamu berpecah belah tentangnya. Amat berat bagi orang-orang musyrik agama yang kamu seru mereka kepadanya. Allah menarik kepada agama itu orang yang dikehendaki-Nya dan memberi petunjuk kepada (agama)-Nya orang yang kembali (kepada-Nya). (QS Asyura 13

Dari ayat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Allah SWT menjadikan agama Islam sebagai pedoman hidup untuk dilaksanakan perintahNya dan di jauhi segala laranganNya agar manusia manusia dapat hidup dengan baik di dunia dan di akherat.

Menurut Sofyan Riyanto banyak prinsip dan kaidah syariah yang bisa dijadikan pedoman dalam mengelola guset house, yaitu : Memuliakan tamu (*fal yukrim dhaifahu*); Tenteram, damai dan selamat (*salam*); Terbuka untuk semua kalangan, artinya universal (*kaffatan lin-naas*); Rahmat bagi semua kalangan dan lingkungan (*rahmatan lil 'aalam*); Jujur (*siddiq*); Dipercaya (*amanah*); Konsisten (*Istiqomah*); Tolong menolong dalam kebaikan (*ta'awun alal birri wat taqwa*).⁶¹

Label syariah yang melekat dalam *guest house syariah* menjadikannya bisnis yang *barakah*, karena tujuan dari syariah sendiri adalah untuk kesejahteraan dan keselamatan seluruh umat manusia.

2. Ciri dan Karakteristik Penginapan Syariah

Amiruddin dari Dewan Syariah Nasional dalam Syailendra Reza menyampaikan bahwa nilai-nilai syariah yang menjadi koridor dalam usaha hotel syariah adalah sebagai berikut:

- a. Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, meyewakan suatu produk atau jasa yang seluruh maupun sebagian dari unsur jasa atau produk tersebut dilarang atau tidak dianjurkan dalam hukum Islam, seperti makanan yang mengandung unsur babi, minuman beralkohol

⁶¹ Sofyan, Riyanto (2010). *Bisnis Syariah, Mengapa tidak! Pengalaman Penerapan Pada Bisnis Hotel*. Jakarta hal 17

atau zat yang memabukkan, perjudian, perzinaan, pornografi dan pornoaksi, dan lain-lain.

- b. Transaksi harus didasarkan pada suatu jasa atau produk yang riil, benar-benar ada, dan bukan atas suatu yang devertatif seperti transaksi ijon komoditas pertanian.
- c. Tidak ada kezaliman, kemudharatan, kemungkar, kerusakan, kemaksiatan, kesesatan, dan keterlibatan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu tindakan atau hal yang dilarang atau tidak dianjurkan dalam hukum Islam.
- d. Tidak ada unsur kecurangan, kebohongan, ketidakjelasan, risiko yang berlebihan, korupsi, manipulasi dan ribawi.
- e. Komitmen menyeluruh dan konsekuen terhadap perjanjian yang dilakukan.⁶²

Sedangkan menurut Windyarini dan Fitri bahwa penginapan syariah harus memiliki beberapa ciri, yaitu :

- a. Pakaian semua karyawan hotel adalah pakaian islami dan menutup aurat.
- b. Interior hotel dan ruangan kamar berdisain islami, gambar, tulisan (kaligrafi) sebagai hiasan mengingatkan tentang kebudayaan Islam atau bahkan tokoh-tokoh Islam
- c. Membudayakan salam terhadap para tamu, baik pada saat bertemu, menyambut kedatangan maupun akan meninggalkan hotel. Berusaha ramah dalam setiap kesempatan, dengan niat menyenangkan hati sesama muslim. Senyum tulus bermakna sedekah, bukan rutinitas yang menjemukan.
- d. Kamar yang difasilitasi arah qiblat, peralatan ibadah seperti sajadah dan Al-Qur'an, tasbih.
- e. Hotel dilengkapi dengan masjid yang nyaman dan representative termasuk tempat wudlu dan kamar mandi yang bersih.

⁶² Syailendra Reza Irwansyah Rezeki, *Strategi Komunikasi "change management", Studi Kasus : Perubahan Konsep Bisnis dari Hotel Konvensional ke Hotel Syariah*. Jurnal Semai Komunikasi, vol II, No.1 Desember 2011, hal 60-81

Dikumandangkan adzan setiap waktu sholat, serta dilakukan sholat berjamaah.

- f. .Rumah makan menawarkan makanan halal.
- g. Secara khusus, perlu ada kebijakan keringanan bagi organisasi dan lembaga Islam yang menyelenggarakan kegiatan Islam dan dakwah di Hotelnya.⁶³

Sedang menurut Chookaew bahwa ada beberapa karakteristik berkenaan dengan stakeholder pariwisata syariah secara umum, yaitu :

- a. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan;
- b. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
- c. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
- d. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam;
- e. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal;
- f. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;⁶⁴

Dari beberapa karakteristik diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa *guest house syariah* memiliki ciri khas berbeda dengan penginapan konvensional dari mulai kualitas sumber daya manusia, pelayanan, fasilitas ibadah sampai dengan makanan yang disajikan semuanya harus sesuai kaidah syariah.

⁶³ Widyarini dan Fitri Kartini, *Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*, jurnal EKBISI, Vol.IX, No.1, Desember 2014, hal 88, ISSN:1907-9109.

⁶⁴ Chookaew, S., chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., dan Nimpaya, S. 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, III (7), 277-279.

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan secara hati-hati dan sempurna dengan langkah yang sistematis dan logis terhadap suatu masalah, sehingga diperoleh pemecahan yang tepat pada masalah tersebut

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif (*Qualitative Research*) dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif atau didesain dengan menguraikan data verbal,⁶⁵ yakni mengidentifikasi keadaan, gejala atau fenomena pada *guest house syariah* di Kota Malang.

Pendekatan penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif.

⁶⁵ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996), edisi III, hlm, 29

Penelitian ini menekankan pada proses dan pemaknaan atas realitas sosial yang tidak diukur secara ketat dari segi kuantitas namun terfokus pada penjelasan pemahaman bagaimana gejala sosial dibentuk dan diberi makna.⁶⁶

Peneletian kualitatif yang dilakukan diharapkan mampu memberikan pengertian yang mendalam fakta tentang *guest house syariah*. Fakta atau realita tentang *guest house syariah* hanya akan di dapat peneliti dengan menelusuri secara mendalam kondisi *guest house syariah*.⁶⁷

Sedangkan ciri dari penelitian kualitatif menurut Moleong yaitu, kondisi yang alami tanpa setting, manusia sebagai instrument, deskriptif, dan lebih mementingkan proses daripada hasil, juga membatasi dengan kriteria tertentu untuk keabsahan data serta menyusun disain secara kualitatif yang terus disesuaikan dengan hasil kondisi lapangan.⁶⁸

Dalam penelitian studi kasus ini tidak menutup kemungkinan banyak sekali dijumpai paradigma yang berdimensi jamak dan berubah-ubah, oleh karena itu maka tidak menutup kemungkinan rancangan penelitian berkembang selama proses penelitian berlangsung.⁶⁹

Studi kasus sendiri menurut Yin adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan bilamana multi sumber bukti dimanfaatkan.⁷⁰ Kemudian sasaran dalam penelitian studi kasus menurut Arifin yaitu dapat berupa manusia, peristiwa, latar dan dokumen, kemudian sasaran akan ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas, sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing dengan maksud untuk memahami berbagai kaitan yang ada.⁷¹

⁶⁶Rosdy Ruslan. *Metode Penelitian Publik*. (Surabaya: PT Raja Grafindo Persada,2003), hal 50

⁶⁷ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia,2010), hal 2

⁶⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007), hal 8

⁶⁹ Sudjana, Nana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, (Bandung: Sinar Baru,1989), hal 8

⁷⁰ Yin, Robert K, *Studi Kasus desain dan metode*, terj. M. Djauzi Mudzakir, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002) hal 18

⁷¹ Arifin, Imron, *Penelitian Kualitatif dalam Ilmu-ilmu social dan Keagamaan Penelitian*, (Malang: Kalimashada Press, 1996), hal 57

Berkaitan dengan tujuan penelitian ini maka dalam hal ini digunakan metode fenomenologi, yang berarti memahami peristiwa dalam kaitannya dengan orang lain dalam situasi tertentu.⁷² Penelitian ini juga akan dikemas dalam setting atau lingkungan nyata yang alamiah (*natural*) di *guest house syariah*, sehingga objek yang diteliti akan diiringi dengan waktu ataupun situasi. Hasil daripada penelitian ini merupakan deskripsi interpretasi yang bersifat tentative dan konteks pada waktu maupun situasi tertentu.

Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan memahami secara jelas, rinci konsep pemasaran *guest house syariah* agar mencapai tingkat okupasi kamar yang maksimal.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif ini kehadiran peneliti secara langsung di lokasi penelitian sangat diperlukan, karena peneliti harus dapat menangkap makna dengan melakukan interaksi terhadap berbagai nilai yang ada di obyek penelitian, yang mana hal tersebut tidak dapat dilakukan dengan angket.

Pada penelitian kualitatif ini peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Selain peneliti, instrumen yang lain adalah pedoman wawancara, pedoman observasi dan sebagainya juga turut digunakan, tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrument utama. Oleh karena itulah maka kehadiran peneliti adalah mutlak⁷³.

Peneliti akan berusaha menghindari sifat subyektif dan menjaga diri untuk tidak terlalu intervensi, disamping peneliti disini juga akan tetap menjaga hubungan keharmonisan dalam berkomunikasi dengan para informan, sehingga dalam penelitian ini dapat berjalan dengan baik serta mendapatkan data yang *falid*.

⁷² Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hal 17

⁷³ TIM PPs UIN Maulana Ibrahim, *Pedoman Penulisan Thesis dan Desertasi*, (Malang, UIN Press, 2010), Hal 7

C. Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di *Guest House Syariah* yang berada di Kota Malang, letaknya yang strategis menjadikannya pilihan rujukan menginap. Posisinya disamping jalan poros menghemat waktu bagi wisatawan untuk berkeliling kota batu, kota malang dan kabupaten Malang dan bagi wisatawan kampus tentu keberadaanya sangat membantu selaid dekat dengan kampus harganya lebih terjangkau. Keberadaan guest House Syariah di Malang Raya sendiri saat ini terus menjamur.

D. Data dan Sumber Data Penelitian

Data penelitian yang akan dikumpulkan berupa informasi tentang perkembangan Guest house syariah Syariah. Data penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber yang meliputi :

1. Informan atau nara sumber, yang antara lain adalah terdiri dari *Costumer Service* dan *manajer*.
2. Dokumen atau arsip, yang antara lain berupa dokumen-dokumen dan arsip yang ada kaitannya dengan pemasaran penginapan syariah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis akan memaparkan tehnik pengumpulan data yang meliputi :

1. Observasi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi murni (*pure observation*)⁷⁴ dan observasi terlibat (*participant observation*).⁷⁵ Observasi

⁷⁴ Observasi yang dilakukan dengan sengaja agar obyek yang diobservasi tidak berubah karena kedatangan peneliti, dan bersifat tertutup. Observasi semacam ini sesuai digunakan untuk mengamati kegiatan-kegiatan. Dapat dilihat dibuku Bogdan, Robert C. Dan Biklen, Sari Knopp, *Riset kualitatif untuk Pendidikan; Pengantar ke Teori dan Metode*. terj. Munandir Jakarta: Dirjend Perguruan Tinggi Depdikbud, 1990), hal 65

⁷⁵ Observasi ini dilaksanakan dengan cara peneliti melibatkan diri atau berinteraksi pada kegiatan yang dilakukan oleh subyek dalam ligkungannya, mengumpulkan data secara sistematis

ini akan dilakukan oleh penulis selama beberapa kali sampai data yang dicari ditemui. Observasi keterlibatan oleh penulis ini dilakukan untuk mendapatkan data yang sebenar-benarnya atau tanpa adanya rekayasa dari subyek yang diteliti dan untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi Guest house syariah Syariah

2. Dokumentasi

Dokumentasi dalam hal ini adalah penggunaan dokumen resmi baik yang berupa CD, Laporan Tahunan maupun jurnal. yang diperlukan untuk mengetahui sejarah berdirinya *guest house*, organisasi *guest house*, strategi pemasaran maupun tingkat hunian *guest house*.

3. Wawancara

Wawancara dalam suatu penelitian bukan hanya terbatas pada terjadinya dialog antara peneliti dengan informan, melainkan suatu percakapan mendalam dengan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan untuk penggalian sebuah data. karena itu maka pertanyaan yang akan diajukan telah penulis persiapkan terlebih dahulu, begitu juga dengan informan, penulis telah menentukannya sebelum berlangsungnya wawancara. Meski demikian, bentuk pertanyaan tidak terstruktur secara tepat (bahkan penulis menyelipkan pertanyaan pancingan / *probing* ditengah wawancara yang sedang berlangsung) untuk menggali informasi untuk memberikan ruang bagi pertanyaan yang mengembang demi mendapatkan informasi yang lebih banyak dan mendalam.

Wawancara yang penulis lakukan dalam upaya mengumpulkan informasi adalah dengan memberikan beberapa pertanyaan secara langsung baik kepada *costumer service* dan *manager* mengenai hal-hal yang terkait dengan strategi pemasaran *guest house*.

Dalam proses pencarian data ini juga bergulir dari satu informan ke informan yang lain dengan mengikuti prinsip bola salju atau *snow ball sampling* dan akan berakhir jika data berkenaan dengan perkembangan pemasaran guest house syariah syariah.

dalam bentuk catatan lapangan. Secara garis besar tipe dari observasi terlibat adalah pasif (*passive*), sedang (*moderate*) aktif (*active*) dan lengkap (*complete*)

F. Teknik Analisis Data

Untuk mendapatkan data kualitatif yang komprehensif penulis menggunakan teknik analisa data pada dokumen. Pengamatan data dalam penelitian sebagai sumber data diharapkan mampu mendorong penelitian secara komprehensif. Disamping itu, dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji serta menafsirkan.

Menurut Moleong analisis data merupakan proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan suatu data.⁷⁶

Peneliti melanjutkan wawancara kepada orang yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai fokus penelitian dengan mempertimbangkan waktu yang dimiliki oleh informan yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan oleh peneliti selama berlangsung proses pengumpulan data penelitian. Analisis tersebut meliputi rangkaian kegiatan-kegiatan yaitu: (1) Reduksi data (2) Penyajian data (3) Penarikan kesimpulan.

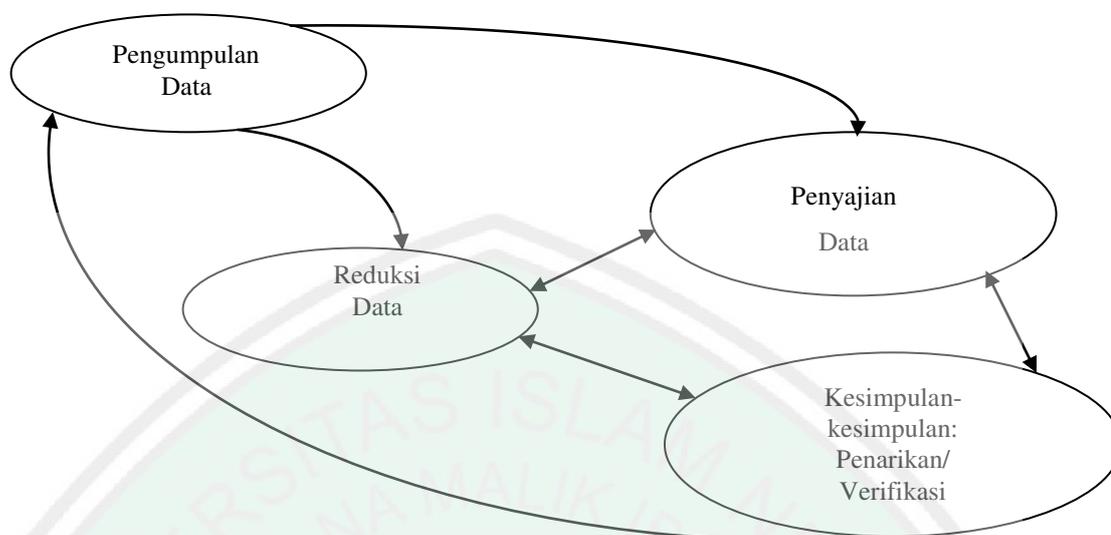
Penulis akan mereduksi semua data dengan cara menginput data sebanyak-banyaknya, baik yang diperoleh melalui pelibatan diri secara langsung dalam kegiatan pemasaran maupun data yang diperoleh dari dokumen dan hasil wawancara dengan karyawan *guest house syariah*.

Langkah selanjutnya yaitu penyajian data yang telah diperoleh setelah dilakukan sejumlah analisis dan mengecek ulang (*reduksi*) data mentah yang telah terkumpul.

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan akhir penulis sajikan setelah melakukan beberapa analisis terhadap data-data yang sebelumnya telah berhasil penulis kumpulkan. Langkah-langkah analisis data penelitian kualitatif diatas, digambarkan oleh Miles dan Huberman menjadi

⁷⁶Lexy J Moleong., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), hal 103

suatu model komponen analisis data model interaktif sebagaimana gambar berikut ini⁷⁷ :



Gambar 3.1 Penarikan Kesimpulan

G. Pengecekan Keabsahan data.

1. Triangulasi Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan triangulasi data dengan mencari informasi tidak hanya dari satu pihak, tetapi pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam proses strategi pemasaran guest house syariah syariah yaitu seluruh karyawan guest house syariah, data tidak hanya terfokus di kantor, tetapi juga di luar kantor. Selain itu, penulis juga melakukan pengecekan ulang informasi yang telah disampaikan oleh para informan. Pengecekan ulang ini akan penulis lakukan dalam beberapa kali pertemuan dengan narasumber.

2. Triangulasi Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga macam metode: wawancara, dokumentasi dan partisipasi secara langsung. Triangulasi ini merupakan suatu hal yang wajib untuk mendapatkan data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan.

3 Triangulasi Sumber

⁷⁷Miles,M.B. & Huberman,A.M.. *Analisis Data Kualitatif,Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Pers), 1992), hal 20.

Sebelum memastikan sebuah informasi layak untuk dijadikan sumber, penulis telah menentukan sumber yang akan dijadikan informan dengan cara menelusuri bagian apa yang berpengaruh dalam perkembangan guest house syariah syariah tersebut. penulis melakukannya dengan menanyakan kepada beberapa individu yang pernah berhubungan dengan para narasumber.

4. Triangulasi Peneliti

Triangulasi ini penulis lakukan dengan menemui kolega yang banyak mengetahui fenomena mengenai interaksi edukatif untuk kemudian diajak bertukar informasi atau mendiskusikan fenomena / data yang masih diragukan kebenarannya.

BAB IV .

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Kota Malang

a. Gambaran Umum Kota Malang

Kota Malang memiliki banyak pesona yang menjadikannya sebagai salah satu kota favorit sebagai tujuan wisata. Mengusung tema *Beautiful Malang*, potensi yang dimiliki oleh kota malang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Secara geografis Kota Malang terletak pada daerah pegunungan dengan pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk yang berada di antara Kota Batu dan Kabupaten Malang yang

juga memiliki berbagai macam obyek wisata dan atraksi wisata yang membuat wisatawan tertarik.

Jika dibandingkan dengan kedua daerah yang mengapitnya (Kota Batu dan Kabupaten Malang), Kota Malang memang terhitung kurang mempunyai obyek wisata namun Kota Malang mempunyai kelebihan dalam hal sarana prasarana yang mendukung sektor pariwisata seperti transportasi, hotel, pusat perbelanjaan dan lain-lain. Sehingga bisa dipastikan wisatawan yang ingin pergi ke daerah wisata di kota Batu atau Kabupaten Malang sebagian besar akan melewati atau bahkan menginap di Kota Malang

b. Kondisi Geografis

Kota Malang yang terletak pada ketinggian antara 440 – 667 meter diatas permukaan air laut, merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak $112,06^{\circ}$ – $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ – $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Kec. Karangpulo Kabupaten Malang
2. Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
3. Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang
4. Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Serta dikelilingi gunung-gunung :

1. Gunung Arjuno di sebelah Utara
2. Gunung Semeru di sebelah Timur
3. Gunung Kawi dan Panderman di sebelah Barat
4. Gunung Kelud di sebelah Selatan⁷⁸

c. Visi dan Misi

⁷⁸ Diakses dari <http://malangkota.go.id/sekilas-malang/geografis/> pada 19 Februari 2017 .jam 19.00 WIB

Saat ini pada era kepemimpinan Abah Anton dengan Bapak Sutiaji, Kota Malang memiliki visi rumusan umum mengenai keadaan yang diinginkan pada akhir periode perencanaan yakni “Menjadikan Kota Malang sebagai Kota Bermartabat”.⁷⁹

Sedangkan Misi yang hendak dicapai yakni:

1. Menciptakan masyarakat yang makmur, berbudaya dan terdidik berdasarkan nilai-nilai spiritual yang agamis, toleran dan setara.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang adil, terukur dan akuntabel.
3. Mengembangkan potensi daerah yang berwawasan lingkungan yang berkesinambungan, adil, dan ekonomis.
4. Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat kota malang sehingga bisa bersaing di era global.
5. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat kota malang baik fisik, maupun mental untuk menjadi masyarakat yang produktif.
6. Membangun kota malang sebagai kota tujuan wisata yang aman, nyaman, dan berbudaya.
7. Mendorong pelaku ekonomi sektor informal agar lebih produktif dan kompetitif.
8. Mendorong produktivitas industri dan ekonomi skala besar yang berdaya saing, etis dan berwawasan lingkungan.
9. Mengembangkan sistem transportasi terpadu dan infrastruktur yang nyaman untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

d. Potensi Wisata Kota Malang

Karakteristik *Attraction*, Kota Malang telah memiliki 78 daya tarik wisata yang terbagi dalam berbagai jenis wisata. Kebanyakan yang nampak adalah wisata belanja yaitu sejumlah 22 lokasi (28%) dan wisata warisan arsitektur yaitu sebanyak 13 lokasi (17%).

⁷⁹ Diakses dari <http://malangkota.go.id> pada 19 Februari 2017 .jam 19.00 WIB

Sedangkan sebesar 55% terdiri dari berbagai macam lokasi wisata, yaitu wisata monumen, museum, taman rekreasi, candi, spiritual, makam, olahraga, *boulevard*, dan kawasan.⁸⁰

Kondisi atraksi yang beraneka ragam memungkinkan bagi stakeholder pariwisata berintegrasi menggaet wisatawan untuk berkunjung dengan model paket kunjungan wisata kota Malang. Keanekaragaman atraksi wisata akan membuat wisatawan tidak jenuh ketika mereka ke kota Malang. Kunjungan dengan model paket tentunya akan menambah kualitas dan kuantitas kunjungan wisatawan ke Kota Malang.

Karakteristik *service*, sarana pokok berupa hotel yang terdapat di Kota Malang sebanyak 70 hotel berbintang dan tidak berbintang, yaitu sebanyak satu hotel berbintang satu, dua hotel berbintang empat, satu hotel berbintang lima dan empat hotel berbintang tiga. Sedangkan 61 hotel lainnya merupakan hotel tidak berbintang, yaitu 49 golongan Melati, dua golongan Losmen dan 10 golongan Wisma. Sedangkan untuk sarana pokok berupa rumah makan, restoran dan cafe di Kota Malang terdiri dari 309 lokasi berupa depot, rumah makan, kedai, warung, dan pujasera. Sarana pokok lainnya yaitu berupa biro dan agen perjalanan wisata yang berjumlah 113 biro dan agen yang terdapat di Kota Malang. Sebagian besar sarana pariwisata tersebut berada di pusat kota, Kecamatan Klojen.⁸¹

2. Profil Hasanah Guest House Syariah

Hasanah Guest House Syariah telah menyatakan dirinya sebagai usaha bisnis akomodasi yang menggunakan prinsip syariah. Sebagai tanggungjawab *brand* tersebut Hasanah Guest House Syari'ah harus memenuhi kriteria usaha syariah sebagaimana yang terkandung dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 tahun 2014

⁸⁰ Herlinda Pramesvari Mirajanatin, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari, *Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan Di Kota Malang Berdasarkan Stakeholder*, Jurnal Tata Kota dan Daerah Volume 5, Nomor 1, (Juli 2013), hal 49.

⁸¹ Herlinda Pramesvari Mirajanatin, Fauzul Rizal Sutikno, Nindya Sari, hal 49

tentang pedoman Penyelenggaraan Usaha Penginapan Syari'ah khususnya dalam aspek pelayanan. Sebagai pendatang baru Hasanah Guest House Syari'ah dinilai cukup berani dalam membuat *brand* syaria'ah.

Penginapan ini berdiri pada tahun 2014 yang mana gedung penginapan pertamanya adalah Hasanah guest house syariah Buring dan kemudian berkembang hingga memiliki 4 cabang penginapan. Hasanah guest house syariah adalah salah satu cabang usaha dari perusahaan Turen Indah grup, yang mana perusahaan ini memiliki beberapa proyek usaha seperti perumahan, toko bangunan, penginapan, restoran, dan café.

Cabang-cabang Hasanah guest house syariah Buring berkembang menjadi di beberapa lokasi di Kota Malang, yaitu:

1. Hasanah guest house syariah Buring
2. Hasanah guest house syariah Sawojajar
3. Hasanah guest house syariah Soekarno Hatta
4. Hasanah guest house syariah De Saphire

Untuk menu makanan, Hasanah Guest House Syariah bekerjasama dengan rumah makan Ocean Garden Restaurant dengan menyediakan menu-menu yang halal. Selain menu makanan yang halal sebagai ciri khas guest house syariah, bagi pasangan yang akan menginap di Hasanah guest house ini haruslah mampu menunjukkan identitas pasangan yang sah. Cara mengecek pasangan Dengan melihat kartu tanda penduduk (KTP) yang memiliki alamat dan status yang sama "kawin". Sebagai lembaga swasta, Hasanah guest house tertantang untuk memberikan pelayanan terbaik kepada Customer.

Berkenaan dengan fasilitas dan pembiayaan, Di setiap kamar difasilitasi arah kiblat, peralatan ibadah seperti sajadah dan Al-quran. Hanya arah kiblat belum ada, dikarenakan sudah disediakan musholah (penambahan perlengkapan ibadah dikamar masih dalam tahap program kerja).

Ketika melakukan akad perjanjian di awal dengan pihak *costumer* Pihak Hasanah Guest house Syariah juga telah menyampaikan hak dan kewajiban customer dengan baik untuk menghindari kesalahfahaman

mengingat model guest house syariah yang masih baru dengan model pelayanan yang baru pula.

Perihal yang berkaitan kondisi karyawan, secara umum telah memiliki sikap yang baik, walaupun belum ada SOP berkenaan dengan pelayanan *customer*. Pakaian karyawan belum sepenuhnya Arabian style, namun telah menutup aurat dan rapi, karena konsep penerimaan tamu tidak hanya berdasarkan orang beragama islam saja. Karyawan mengucapkan salam dan tersenyum ketika bertemu customer.

Pada Hasanah Guest House Syariah ini juga ada kebijakan keringanan bagi organisasi dan lembaga Islam yang menyelenggarakan kegiatan islam dan da'wah. Bagi lembaga atau organisasi islam yang melaksanakan kegiatan diberi keringanan penginapan secara gratis. Fasilitas bagi *customer* diantaranya: layanan laundry per-*item*, ada pula layanan kendaraan tapi terbatas termasuk layanan touring wisata malang.

Kerjasama yang telah dilakukan dengan beberapa pihak seperti Morse kafe, Morse guest house, Ocean Garden, Wakul, Arema dan PERSIBA Balikpapan. Hasanah guest house syariah ini telah memberi harga-harga khusus bagi setiap tamunya yang menginap dengan status tamunya masing-masing.

Guest Hasanah ini juga pernah memasarkan kegiatannya melalui iklan online namun sekarang sudah tidak. Promosi yang dilakukan saat ini yakni promosi lewat penjualan langsung perorangan (*Personal Selling*) karena pihak karyawan langsung turun tangan dalam mempromosikannya. Tidak melakukan *Promosi lewat merchandising*, publikasi lewat hubungan masyarakat (*Public relation and publicity*) karena penginapan ini dalam proses memiliki sertifikat halal untuk penginapan syariah dari MUI

Kelebihan dan kekurangan dari guest house syariah tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Kelebihan	Kekurangan
1. Perilaku karyawan yang ramah, mengucapkan salam dan tersenyum ketika bertemu	1. Belum adanya SOP berkenaan dengan pelayanan customer dan masih proses sertifikasi halal

customer, dengan berpakaian rapi dan menutup aurat	oleh MUI
2. Dalam setiap kamar sudah terdapat peralatan ibadah seperti sajadah dan Al-Quran. Sudah terdapat layanan laundry dan transportasi	2. Belum terdapat arah kiblat pada setiap kamar dan layanan touring wisata malang masih terbatas
3. Harga penginapan murah dan terdapat keringanan bagi lembaga Islam yang mengadakan kegiatan di guest house tersebut	3. Pemasaran yang dilakukan kurang efektif yaitu melalui <i>personal selling</i> melalui karyawan

3. Profil Morse Guest House Syariah

Seperti Guest house syariah lainnya, makanan dan minuman yang disediakan di Morse Guest House Syariah merupakan makanan dan minuman yang halal. Untuk customer yang akan menginap di Morse Guest House syariah syaratnya harus dapat menunjukkan buku nikah dan KTP. Apabila tidak mempunyai buku nikah dan KTP maka akan ditolak untuk *booking* kamar di Morse Guesthouse Syariah yang berlokasi di Jl. Gajahmada No. 17, Kiduldalem, Klojen, Kota Malang.

Akad sewa kamar akan disampaikan di depan pada saat check in, termasuk di dalamnya Jadwal menginap dan biaya. Fasilitas yang didapatkan tamu juga akan dijelaskan sewaktu *check in*. Fasilitas yang didapat tamu/customer dijelaskan satu persatu sesuai dengan yang dibutuhkan. Meskipun di poster depan sudah ada, tapi biasanya calon tamu masih ada yang bertanya.

Untuk fasilitas kamar pada Guest Syariah House Morse keseluruhan ada 30 kamar, 21 diantaranya sudah siap untuk ditempati dan sisanya masih dalam proses pembangunan. Kamar dibagi menjadi 2 kamar yaitu ada kamar superior dan kamar standard. Untuk kamar superior dibagi

lagi, ada kamar *superior double* dan *just one*. Untuk masalah harga, superior berkisar antara Rp.270.000/malam, sedangkan yang untuk kamar yang standard berkisar antara Rp.240.000/malam.

Untuk saat ini belum semuanya memakai baju *Arabian style*. Untuk karyawan pria cukup memakai batik karena memang Morse Guesthouse ini masih baru. Jadi, seragam masih dalam proses pembuatan. Interior ruangan tidak khusus bernuansa budaya islami, namun sederhana seperti halnya penginapan pada umumnya. Karyawan mengucapkan salam dan tersenyum ketika bertemu customer. Kamar difasilitasi arah kiblat, dan untuk Al-Qur'an masih belum ada. Tetapi untuk alat sholat seperti sajadah, dan lain- lain telah di sediakan.

Akan ada kebijakan keringanan bagi organisasi dan lembaga islam yang menyelenggarakan kegiatan islam dan dakwah tergantung pada acaranya. Kalau acaranya besar pasti ada keringanan berupa potongan/*discount*. Namun untuk sementara ini sertifikat halal MUI masih dalam proses persiapan karena Morse Guesthouse ini masih baru.

Untuk *laundry* masih menggunakan jasa orang luar, tetapi apabila membutuhkan jasa *laundry* tinggal bilang saja ke karyawan. Layanan kendaraan disediakan oleh pihak Morse guesthouse untuk mempermudah tamu luar kota maupun tidak. Guest Syariah untuk memaksimalkan pelayanan telah melengkapi diri dengan layanan touring wisata seputar Malang Raya.

Untuk kerjasama yang telah dilakukan yakni dengan ocean garden seafood and Javanese resto, Khazanah Kosan Premium, dan morse café dan resto, karena Pemilik Morse guest house juga pemilik hasanah guest house.

Kelebihan dan kekurangan morse guest house syariah diatas dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Kelebihan	Kekurangan
1. Karyawan berpenampilan rapi	1. Belum ada seragam untuk karyawan dan masih proses

dengan baju batik	pembuatan
2. Kamar sudah difasilitasi arah kiblat dan peralatan ibadah seperti sajadah, dll.	2. Belum tersedia Al-Quran pada setiap kamar
3. Tersedia layanan transportasi yang dilengkapi layanan touring wisata	3. Belum tersedia layanan laundry, masih menggunakan jasa dari luar guest house
4. Harga penginapan tidak terlalu mahal dan terdapat keringanan bagi lembaga Islam yang akan menyelenggarakan kegiatan	4. Keringanan bagi lembaga Islam yang akan menyelenggarakan kegiatan diberikan berdasarkan besar/kecilnya kegiatan
5. Makanan dan minuman yang disediakan halal, serta terdapat kebijakan mengenai penginap yang berpasangan sesuai peraturan Menteri Pariwisata mengenai penyelenggaraan usaha penginapan syariah	5. Masih proses sertifikasi halal dari MUI

4. Profil Nova Guest House Syariah

Guest House Syariah ini berlokasi di Jl. Kedawung No. 19, Tulusrejo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Makanan yang disediakan pasti yang berlabel halal, untuk sarapannya disediakan roti Maryam. Guest ini juga menyediakan *free kitchen*. Jika yang menginap pasutri maka cara pengecekannya dengan menyamakan buku nikah atau fotocopynya.

Untuk akadnya dijelaskan didepan saat *costomer* memesan kamar. Pembiayaan tergantung dengan jenis kamar yang dipesan. Fasilitas pada guest house syariah ini terdapat 14 kamar, meliputi kamar dengan fasilitas biasa sampai yang istimewa. Namun disayangkan belum terdapat fasilitas

laundry. Untuk harga sewa kamarnya saat ini bervariasi mulai dari harga Rp110.000,- sampai Rp350.000,-.

Kamar difasilitasi arah kiblat dan juga alat ibadah, namun hanya sajadah saja dan tidak terdapat al-Qur'an. Berkenaan dengan biaya saat ini *guest house syariah* ini belum menerapkan model keringanan biaya, semua biaya sama rata baik perorangan maupun lembaga-lembaga. Belum terdapat *laundry*. Fasilitas *guest house syariah* ini memiliki kendaraan sendiri, seperti mobil dan motor. Belum memiliki layanan *touring*, karena *guest house* ini masih berdiri 2 tahun ini.

Berkenaan dengan pakaian pegawai, pegawai wanita menggunakan pakaian yang sopan dan menutup aurat sedangkan untuk pegawai pria menggunakan pakaian yang sopan. Masih memakai interior yang umum, namun sopan. Karyawan selalu mengucapkan salam dan tersenyum kepada customer. Pegawai juga sopan-sopan.

Guest house syariah ini bekerja sama dengan agen travel untuk pemasarannya. Tidak ada perbedaan harga baik perorangan maupun lembaga-lembaga. Hal ini dikarenakan manajemen tidak ingin membedakan, karena semua tamu adalah raja tanpa terkecuali. Bagi yang lama menginap tentu ada harga keringanan sesuai kebijakan pemilik *gust house*.

Saat ini layanan mudah bagi *costumer* yang diterapkan *guest house* ini diantaranya dapat melakukan pemesanan melalui instagram, media cetak, dan juga pemesanan online (*pegi-pegi*, *agoda*, *traveloka*). Untuk promosi tidak dilakukan lewat perorangan dan tidak ada promosi lewat sales.

Kelebihan dan kekurangan *Nova Guest house* diatas dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Kelebihan	Kekurangan
1. Kamar penginapan difasilitasi arah kiblat dan alat ibadah	1. Peralatan ibadah yang disediakan tidak termasuk sajadah dan Al-Quran
2. Pakaian karyawan sopan dan	2. Belum adanya seragam bagi

rapi, serta menutup aurat bagi karyawan perempuan. Selalu mengucapkan salam dan tersenyum kepada customer	karyawan guest house
3. Guest house memiliki fasilitas kendaraan seperti mobil dan motor	3. Layanan touring dan laundry belum disediakan
4. Harga penginapan per malam bervariasi dan termasuk murah	4. Belum adanya keringanan khusus bagi lembaga/organisasi Islam yang akan mengadakan kegiatan di guest house tersebut
5. Pemesanan dapat melalui aplikasi online dan media sosial	5. Pemasaran yang dilakukan hanya melalui kerja sama dengan agen travel.
6. Sudah menerapkan kebijakan bagi pasangan yang akan menginap sesuai peraturan menteri pariwisata dan makanan yang disediakan sudah berlabel halal	

5. Profil Granada Guest House Syariah

. Salah satu guest house syariah yang akan di survey disini adalah Guest House di pusat kota Malang, yaitu Guest House Syariah Grananda yang berlokasi di Jl. Ade Irma Suryani No. 23 Malang.

Lokasi guest house ini sangatlah strategis karena jaraknya dekat dengan Alun-alun kota Malang yang menjadi pusat kota. Disisi lain akses untuk perjalanan juga sangat mudah karena dekat dengan Bandara Abd Rachman Saleh yang berjarak 11 Km. Guest house yang berlabelkan syariah ini sangat berpotensi untuk menanggulangi hal-hal yang tidak

diinginkan yang keluar dari koridor syariah, dari proses pelayanannya untuk para pengunjung diharuskan untuk membawa identitas diri, apabila pasutri diharuskan juga memiliki alamat yang sama didalam tanda pengenalnya.

Grananda guest house ini memberikan banyak fasilitas dan juga tersedia dua fasilitas ruangan yang berbeda dan sangat terjangkau, diantaranya

Fasilitas utama :

- 1) Pelayanan utama 24 jam
- 2) Parking area / tempat parkir
- 3) Free Wi-Fi

Fasilitas ruangan :

1. Deluxe King 300.000/net

Dengan harga 250.000,- pengunjung dapat memperoleh kamar yang nyaman dengan ukuran 25m² dan dilengkapi dengan alat pembuat teh ataupun kopi.

2. Deluxe Twin 250.000/net

Dengan harga 250.000,- pengunjung dapat memperoleh kamar yang nyaman dengan ukuran 20m², berbeda dengan ruangan deluxe king ruangan ini tidak dilengkapi dengan alat pembuat teh ataupun kopi.

Dari 2 perbedaan tersebut fasilitas tambahan yang disediakan oleh guest house ini untuk seluruh pengunjung setiap ruangnya ialah :

- 1) Sarapan
- 2) Seprai
- 3) Lemari
- 4) Handuk
- 5) Sabun, Tisu toilet, Shampoo
- 6) Telefon
- 7) Shower (Kamar mandi dalam)
- 8) AC
- 9) TV LED 32"

Setiap ruangan didesain menggunakan lantai keramik/marmer yang dapat dijadikan suatu tinjauan bahwa guest house ini bersih atau tidak. Dilengkapi dengan pintu masuk pribadi untuk setiap pengunjungnya untuk bisa masuk ke ruangnya.

Fasilitas penunjang lainnya ialah :

1. Ruang Sarapan
2. Ruang Santai
3. Musholla

Bisa ditarik kesimpulan bahwa, fasilitas di guest house syariah ini tidak kalah menarik dengan fasilitas hotel. Disamping tentang kelebihan fasilitas. Guest house ini juga dijamin aman bagi para pengunjung khususnya karena label “syariah” tidak hanya semata label melainkan di aplikasikan dengan sepenuh hati untuk diaplikasikan. Bagi para wisatawan jika ingin memesan gueat house syariah ini bisa langsung datang ke tempat maupun *booking* di traveloka.com.

Makanan yang disajikan di guest house syariah ini adalah makanan yang halal karena proses membuat makanan atau minuman didampingi oleh manager Guest house tersebut. Jadwal menginap *check in* mulai jam 13.00 dan *check out* jam 12.00. Sedangkan, biaya untuk menginapnya ada 2 macam yaitu, tipe 1 Rp. 250.000 dan tipe 2 Rp.300.000. Fasilitas yang diberikan untuk pengunjung yaitu mendapatkan *breakfast*, 1 kamar 2 orang, *free wifi*, air panas.

Untuk karyawan wanita berpakaian sopan dan berjilbab maupun karyawan laki-laki juga berpakaian sopan. Karyawan akan menyambut tamu dengan mengucapkan salam dan ramah tamah. Granada Guest House Syariah memiliki interior yang sudah bernuansa syariah dengan adanya lukisan tentang sejarah Islam dan kaligrafi. Untuk kamar juga mempunyai fasilitas sendiri seperti, qiblat dan peralatan ibadah. Berkenaan dengan kegiatan keagamaan pihak guest house masih belum memiliki kegiatan Islam dakwah, karena guest house ini terbilang baru.

Granada Guest House Syariah belum bisa menyediakan *laundry* sendiri. Sementara ini masih bekerja sama dengan pihak laundry dari luar

Guest house. Kedepannya telah direncanakan untuk memfasilitasi layanan. Sejauh ini masih belum ada kerjasama dengan vendor, karena Guest house ini masih baru.

Sejauh ini Model promosinya menggunakan brosur dan media lain. Belum ada promo lewat marchidise dan sales. Pihak dari guest house biasanya berpartisipasi disuatu event dan promosi perseorangan. Sayangnya belum ada sertifikasi halal MUI dan masih dalam pengurusan, perizinan yang ada berasal dari izin pemerintah dan pajak

Kelebihan dan kekurangan dari Granada guest house syariah adalah:

Kelebihan	Kekurangan
1. Fasilitas peralatan ibadah dan arah kiblat sudah disediakan per kamar. Interior gedung bernuansa syariah	1. Belum adanya kegiatan keagamaan dan belum mendapat sertifikat halal dari MUI
2. Fasilitas guest house dalam setiap kamar lengkap termasuk <i>free wifi</i>	2. Belum ada layanan laundry, masih bekerja sama dengan pihak luar
3. Harga per kamar yang ditawarkan tidak terlalu mahal, sesuai dengan fasilitas yang diberikan	3. Belum terdapat keringanan untuk lembaga/organisasi Islam yang akan mengadakan kegiatan keagamaan
4. Pemesanan dapat dilakukan melalui salah satu aplikasi online dan pemasaran juga dilakukan di event tertentu	4. Selain melalui event, pemasaran yang dilakukan masih menggunakan brosur dan promosi perseorangan. Belum tersedianya marchidise dan promo belum melalui sales
5. Letak guest house strategis dan mudah dijangkau	

6. Guest House Syariah DIA 2

Dia2 Guest House adalah salah satu tempat penginapan di jantung Kota Malang, yakni di lokasi yang strategis di Jalan Soekarno Hatta yang memudahkan tamu kemanapun akan pergi . Dia2 Guest House beralamatkan di Jl. PTP I NO. 10 Soekarno Hatta, Malang, Indonesia, 65142.

Kelebihan yang di berikan Dia2 Guest House ini adalah lokasi yang tidak jauh dari daerah kuliner, Shopping Mall, dan Beberapa Universitas besar seperti Universitas Brawijaya dan Universitas Malang. Apabila pengunjung dari luar kotapun tidak kesulitan ketika akan berpergian datang maupun berangkat ke bandara dikarenakan akses ke Bandara Abdul Rachman Saleh kurang dari 30 menit. Jika pengunjung ingin berwisata ke Kota Batu pun tidak memakan waktu yang lama, hanya membutuhkan waktu 40 menit dari Dia2 Guest House Syariah.

Dia2 Guest House mempunyai keistimewaan yang berbeda dengan guest house lain. Penginapan ini memegang teguh syariat agama Islam sebagai patokan utama dalam menjalankan kegiatan jasa penginapan. Terlihat dari logo yang ditampilkan, terdapat tulisan “Syariah”. Syariah disini yang dimaksud adalah aturan-aturan yang menjadi landasan dalam akad antara pihak pengunjung dengan pihak guest house berdasar pada sumber Al-Qur`an. Dimana pengunjung pria dan wanita yang ingin menginap satu kamar harus dan wajib menunjukkan buku nikah atau minimal menunjukkan KTP yang beralamatkan sama sebagai pembuktian bahwa pasangan tersebut memang suami istri yang sah. Selanjutnya apabila ada saudara/saudari dari pengunjung yang ingin menginap bersama, maka kedua belah pihak harus menunjukkan KTP yang beralamatkan sama. Namun jika alamat berbeda maka kedua belah pihak harus membuat perjanjian tertulis bermaterai yang berisikan menyatakan kedua belah pihak memang bersaudara serta pihak guest house tidak bertanggung jawab atas dosa dan dimungkinkan adanya razia pasutri terjadi.

Sering terjadi permasalahan adanya pengunjung nakal yang mencoba mempengaruhi house keeping untuk meloloskan dari aturan-aturan yang berlaku. Terutama pengunjung dari luar kota yang sedang berpergian ke Kota Malang. Namun pada dasarnya para pegawai Dia2 Guest House sudah didasari iman dan taqwa untuk mentaati aturan-aturan sesuai ajaran agama Islam. Jadi intinya Dia2 Guest House sangat menjunjung tinggi syariat Islam.

Dia2 Guest House juga menawarkan kepada pengunjung pengalaman menginap yang berbeda yaitu memiliki 4 type kamar:

1. Deluxe Double Bed : 4 Room
2. Standard Single Bed : 9 Room
3. Superior Twin Bed : 3 Room
4. Superior Double Bed : 3 Room

Dengan harga yang relatif murah , harga yang diberikan mulai dari Rp. 180.000,- pengunjung sudah bisa menikmati kamar yang luas juga termasuk sarapan pagi.

Berikut penjelasan kriteria kamar yang diberikan.

1. Deluxe Double Bed

Kamar keren & chic seluas 30 m², berdesain semarak & modern. Dilengkapi perlengkapan tidur baru, tempat tidur double, 3 sofa, meja kerja luas, TV LCD 32", brankas, kamar mandi terpisah dengan pancuran, pengering rambut, dan akses Internet WIFI gratis.

2. Standard Single Bed

Kamar semarak dan modern seluas 20 m² ini memiliki tempat tidur double, TV LCD 32", brankas dalam kamar, kamar mandi dengan pancuran berdiri, pengering rambut, dan akses Internet WIFI gratis

3. Superior Twin Bed

Kamar twin ini dilengkapi dengan AC dan TV satelit. Berikut Merupakan layanan yang diberikan adalah Papan Jemur Baju, Teras, Handuk, AC, Telepon, Meja kerja, Shower, TV, Peralatan mandi dan Sandal.

4. Superior Double Bed

Kamar Superior dirancang dengan gaya kontemporer dan minimalis, cocok untuk pemesanan individu atau kelompok. Luas kamar, sekitar 32 meter persegi dan dilengkapi dengan fasilitas modern yang lengkap. Beberapa kamar menghadap ke taman dan beberapa ke gunung. Tersedia tempat tidur twin bed dan queen bed. Berikut layanan yang disediakan:

1. 220-Volt Outlet Listrik
2. Adaptor (Sesuai Permintaan)
3. Fasilitas Kamar Mandi
4. TV Cable
5. Gratis 2 botol air minum setiap hari
6. Air Dingin & Air Panas
7. Setrika dan Papan Setrika

Makanan yang disediakan sudah pasti halal dan telah bersertifikat. Guest House Syariah DIA 2 ini menyediakan berbagai macam makanan dan minuman seperti nasi goreng, soto, rawon dan lain sebagainya. Ada juga makanan cepat saji seperti roti bakar, kentang goreng, dan mie rebus.

Jika tamunya berpasangan kami mengecek melalui KTP karena biasanya suami istri pasti memiliki alamat yang sama, bisa juga dicek lewat buku nikah. Tapi kebanyakan tamu adalah orang yang sedang dinas. Akad syariah dijelaskan di awal. Jadwal menginap dan biaya dijelaskan di depan. Fasilitas yang di dapatkan oleh costumer juga disampaikan didepan. Untuk pakaian karyawan memakai pakaian pada umumnya. Untuk interior ruangan lebih bersifat alami.

Karyawan juga mengucapkan salam dan tersenyum ketika bertemu costumer, karena manajemen berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan telah dibuatkan SOP. Kamar dilengkapi dengan kiblat serta peralatan ibadah dan Al-Qur'an.

Dalam hal biaya manajemen juga memberikan keringanan bagi organisasi dan lembaga Islam yang menyelenggarakan kegiatan Islam dan dakwah. Untuk layanan laundry manajemen juga menyediakan tapi bekerjasama dengan pihak ke tiga, termasuk juga dalam hal transportasi.

Guest House DIA 2 ini juga memanfaatkan kerjasama dengan para sopir bandara sehingga biaya dapat di tekan. Berkenaan dengan harga khusus, manajemen memberikan beberapa *discount* dan di bagi menjadi 2 (dua) yaitu *discount* karyawan dan diskon pemerintahan. Promosi juga dilakukan melalui medsos instragram dan juga traveloka.

Kelebihan dan kekurangan DIA 2 guest house syariah dapat kita lihat pada tabel berikut :

Kelebihan	Kekurangan
1. Karyawan berpakaian rapi, sopan, serta selalu salam dan tersenyum, selain itu sudah terdapat SOP	1. Tidak menerapkan pakaian seragam untuk karyawan
2. Fasilitas yang diberikan sangat lengkap dan fasilitas kamar juga bervariasi	2. Layanan laundry dan transportasi masih bekerja sama dengan pihak ketiga
3. Harga kamar penginapan relative murah dan banyak pilihan criteria kamar	
4. Memberi keringanan bagi organisasi Islam yang menyelenggarakan kegiatan dan memberi harga khusus bagi karyawan dan harga khusus pemerintah	
5. Peraturan yang diterapkan dalam guest house ini berdasar pada sumber Al-Quran, termasuk peraturan bagi pasangan yang akan menginap dan menu yang disediakan sudah bersertifikat halal	

6. Pemasaran yang juga dilakukan melalui media social instagram dan aplikasi online traveloka	
---	--

7. Guest House Syariah Ummi

Sajian makanan disiapkan setiap pagi di penginapan ini. Jika tamu pengunjung berpasangan maka wajib menunjukkan bukti sah sebagai pasangan suami istri. Pada saat transaksi awal jenis akad tidak disampaikan rinci kepada pengunjung, yang disampaikan rinci hanya meliputi fasilitas-fasilitas yang telah disiapkan pihak penginapan meliputi AC, TV, hot water, free wifi, springbed, dan layanan laundry. Namun sayang layanan kendaraan belum tersedia di penginapan ini, sehingga jika ingin melakukan perjalanan khusus atau semacam *touring* malang dan sekitarnya pihak guest house akan memberikan saran kepada jasa tour and travel di malang. Untuk pakaian telah menutup aurat, berbeda halnya dengan desain ruang yang memang tidak ditata *Islamic style*.

Sejak pertama masuk ke ruangan para calon pelanggan akan disambut dengan salam oleh karyawan yang siap membantu keperluan yang dibutuhkan. Sebagai salah satu bisnis syariah, yang unik dari penginapan ini yakni *free* menginap disediakan bagi ustadz yang akan mengadakan agenda pengajian di masjid.

Guest house syariah Baitusaffar Ummi malang berada Jalan Bendungan Darma No.16 Malang Malang kota. Dimana guest house tersebut dekat dengan beberapa universitas maupun mall yang berada di kota Malang. Seperti guest house syariah lainnya, di guest house ini juga tidak diperkenankan menginap dalam satu kamar atau penginap memasukan tamu yang bukan mahramnya.

Pembayaran dari pemesanan kamar dapat dilakukan saat penginap akan melakukan check in. Guest house syariah baitusaffar ummi menyediakan beberapa varian ruangan yang mempunyai fasilitas ruangan yang berbeda. Dimana ruangan untuk menginap diberi nama-nama kota suci seperti mekah, madinah dan jeddah. harga dapat berubah sewaktu-

waktu. Untuk *check in* dan *check out* bisa dilakukan pada jam 13.00 WIB. Jika penginap melakukan *check out* diluar jadwal yang sudah ditentukan makan penginap akan dikenakan biaya tambahan.

Guest house ummi ini juga mempunyai fasilitas hampir sama guest house lainnya seperti dapur, ruang makan, ruang keluarga dimana terdapat tv dan juga ruang tamu, musholla dan lain-lainnya. Di guest house ini disetiap depan ruangan kamar disediakan meja dan kursi.

Guest house ini memberlakukan jam malam. Dimana jam 10 malam pintu pagar sudah ditutup. Dari peraturan ini juga terlihat bagaimana guest house ini juga mengatur tentang norma dari para penginap. Apabila penginap akan masuk lebih dari jam 10 malam. Penginap cukup mengetuk pagar dan nantinya *housekeeper* akan membukakan pintu pagar. Housekeeper dapat membantu tamu. Kekurangan pada guest house ini yaitu lahan parkir yang kurang luas. Halaman parkir hanya bisa terisi oleh 1 mobil besar dan 1 mobil ukuran sedang.

Nuansa islam juga sangat kental di guest house ini. terbukti dari beberapa pajangan yang dipasang di dinding yang bertuliskan bahasa arab. yang berisi potongan ayat Al-Qur'an. Dalam hal pemasaran guesthouse syariah Ummi hanya mengandalkan promosi lewat mulut ke mulut, tanpa didukung dengan instrument promosi yang lain.

Kelebihan dan kekurangan guest house ummi dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Kelebihan	Kekurangan
1. Menyediakan harga khusus bagi ustadz yang akan mengadakan agenda pengajian	1. Pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut dan pemasaran hanya dapat dilakukan langsung di tempat atau di guest house
2. Guest house menyediakan layanan yang cukup lengkap termasuk musholla, <i>free wifi</i> ,	2. Tidak menyediakan layanan transportasi dan touring Malang. Halaman parker yang disediakan

<i>laundry</i> . Kamar yang disediakan banyak pilihan dengan fasilitas yang berbeda-beda namun lengkap	cukup sempit
3. Pakaian yang dikenakan karyawan rapi, sopan dan menutup aurat, selain itu terdapat <i>house keeper</i> yang dapat membantu tamu	3. Karyawan tidak menggunakan seragam
4. Nuansa guest house yang sangat islami, terbukti dari pajangan dan nama kamar	
5. Kebijakan yang diterapkan sesuai dengan syariah dan mengatur norma dari para penginap	
6. Letak guest house strategis dan mudah dijangkau, selain itu dekat dengan mall.	

B. Hasil Penelitian

1. *Persamaan dan Perbedaan*

Dari guest house yang disebut diatas, ditemukan bahwa mereka memiliki persamaan dan perbedaan.

Persamaannya yaitu:

- a. semua guest house tersebut berbasis syariah, Syariah disini yang dimaksud adalah aturan-aturan yang menjadi landasan dalam akad antara pihak pengunjung dengan pihak guest house berdasar pada sumber Al-Qur`an.
- b. Akad sewa kamar dari semua guest house tersebut akan disampaikan di depan pada saat check in.

- c. Enam guest house yang telah dijabarkan profilnya tadi kesemuanya berlokasi di Kota Malang.
- d. Harga yang di tawarkan dari seluruh guest house rerata/berkisar 150-350 ribu rupiah per malam.
- e. Seluruh guest house mempunyai karyawan dan karyawan yang berpakaian sopan. dan melayani tiap customer sebaik mungkin.
- f. Keenam-enam guest house di atas menyediakan ruang ibadah di sertai perlengkapan ibadah macam sajadah.
- g. Seluruh guest house menyediakan makanan dan minuman yang halal.

Sedangkan kekurangan dari guest house yang disebut diatas adalah:

- a. tidak semua guest house di atas sudah bersertifikat halal untuk penginapan syariah dari MUI, sebagian guest house masih dalam proses memiliki sertifikat tersebut.
- b. meski semua guest house menyediakan tempat ibadah, tidak semua guest menyediakan al- quran dan arah kiblat untuk ibadah sholat, sebagian guest house tidak menyediakan perlengkapan ibadah-ibadah tersebut.

2. Kelebihan dan kekurangan

Dari guest house yang disebut diatas, ditemukan bahwa mereka memiliki kelebihan dan kekurangan.

Kelebihannya yaitu:

- a. Penginapan syariah lebih terjaga dari kegiatan prostitusi
- b. Seluruh penghuni penginapan selalu diingatkan dalam kegiatan sholat
- c. Lokasi guest house yang strategis
- d. Kebutuhan penginapan yang tinggi
- e. Beberapa guest house telah melengkapi diri dengan kendaraan untuk mempermudah para tamu yang ingin melakukan kegiatan diluar guest house.
- f. Ada keringanan biaya jika mengadakan kegiatan keagamaan

g. Telah melakukan pemasaran secara on line

Sedangkan berkenaan dengan kekurangannya yaitu ::

- a. Belum ada sertifikasi halal MUI dan masih dalam pengurusan
- b. *Laundry* masih menggunakan jasa dari luar guest house

3. *Price*

Harga pada suatu penginapan selalu bersaing dengan penginapan yang lain. Ada harga normal dan harga khusus, pada harga khusus inilah *guest house syariah* memiliki beberapa macam model, dari beberapa guest house diatas hanya morse guest house yang memberikan harga khusus bagi kegiatan keagamaan seperti Hasanah guest house syariah dan Ummi guest house syariah.

4. *Promotion*

Menurut Agung Permana bahwa model promosi yaitu iklan (*advertising*), penjualan langsung perorangan (*personal selling*), promo lewat sales (*sales promotion*), *merchandising*, publikasi lewat hubungan masyarakat (*public relations and publicity*).

Dari beberapa model promosi diatas, guest house syariah yang diteliti diatas terdapat perbedaan penerapan model promosi. Pada guest house Hasanah, Ummi dan Granada masih menggunakan model promo personal selling, sedangkan pada guest house syariah Morse, Nova, dan Dia 2 sudah menggunakan internet sebagai media promosi dan pemesanan kamar.



BAB V PEMBAHASAN

A. Konsep syariah yang diterapkan pada Guest House Syariah di Kota Malang

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh widyarini bahwa guest house syariah seharusnya memiliki beberapa konsep yang harus terlaksana, yaitu :

- a. Pakaian semua karyawan hotel adalah pakaian islami dan menutup aurat.
- b. Interior hotel dan ruangan kamar berdisain islami, gambar, tulisan (kaligrafi) sebagai hiasan mengingatkan tentang kebudayaan Islam atau bahkan tokoh-tokoh Islam dan hal-hal yang tidak melanggar syariah
- c. Membudayakan salam terhadap para tamu, baik pada saat bertemu, menyambut kedatangan maupun akan meninggalkan hotel. Berusaha ramah dalam setiap kesempatan, dengan niat menyenangkan hati sesama muslim. Senyum tulus bermakna sedekah, bukan rutinitas yang menjemukan.

- d. Kamar yang difasilitasi arah qiblat, peralatan ibadah seperti sajadah dan Al-Qur'an, tasbih.
- e. e.Guest house syariah dilengkapi dengan masjid yang nyaman dan representative termasuk tempat wudlu dan kamar mandi yang bersih. Dikumandangkan adzan setiap waktu sholat, serta dilakukan sholat berjamaah.
- f. .Rumah makan menawarkan makanan halal.
- g. Secara khusus, perlu ada kebijakan keringanan bagi organisasi dan lembaga Islam yang menyelenggarakan kegiatan Islam dan dakwah di guest house syariah.

Setelah melakukan wawancara berkenaan dengan kesyariahan guest syariah maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa telah muncul simbol-simbol keislaman pada guest house syariah seperti yang tertuang dalam table di bawah ini:

Tabel. 5.1
Implementasi Konsep syariah

	Guest House Syariah					
	Hasanah	Morse	Nova	Granada	DIA2	Ummi
Pakaian	Aurat tertutup	Aurat tertutup	Aurat tertutup	Aurat tertutup	Aurat tertutup	Aurat tertutup
Interior	Islami	Islami	Islami	Islami	Islami	Islami

Salam pada tamu	Terlaksana	Terlaksana	Terlaksana	Terlaksana	Terlaksana	Terlaksana
Perengkapan ibadah	Tersedia	Tersedia	Versedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
mushola	ada	ada	ada	ada	ada	ada
Makanan halal	Ada	ada	ada	ada	ada	
Kegiatan Islam	ada	ada	ada	ada	ada	ada

Konsep diatas merupakan semat label yang harus dipenuhi guest house syariah. Label syariah yang melekat dalam guest house syariah menjadikannya bisnis yang barakah, karena tujuan dari syariah sendiri adalah untuk kesejahteraan dan keselamatan seluruh umat manusia. Seseorang yang telah menginap di Guest House Syariah akan terhindar dari segala ke-mudhorotan duniawi.

Di dalam perkembangan pariwisata di Indonesia, pendirian guest house berbasis syariah seolah menjadi fenomena baru sehingga masih ada kekosongan hukum dan aturan yang mengatur, sehingga untuk mengkaji mengenai fenomena ini maka menggunakan peraturan secara umum yaitu menggunakan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Berdasarkan peraturan tersebut, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) memiliki wewenang khusus untuk memberikan sertifikat usaha hotel syariah setelah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan.

Kriteria Usaha Hotel Syariah adalah rumusan kualifikasi dan/atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan. Untuk keperluan sertifikasi dan penerbitan Sertifikat Usaha Hotel Syariah, harus dilakukan penilaian terhadap: pemenuhan persyaratan dasar; dan serta pemenuhan Kriteria Mutlak Usaha Hotel Syariah. Kriteria

Mullak adalah ketentuan dan persyaratan minimal tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan yang wajib dipenuhi dan dilaksanakan oleh Pengusaha Hotel sehingga dapat diakui sebagai Usaha Hotel Syariah dan memperoleh Sertifikat Usaha Hotel Syariah.

Kriteria Mutlak Usaha Hotel Syariah dapat menjadi indikator untuk mengukur implementasi guest house yang ada di Kota Malang terhadap nilai syariah. Beberapa kriteria mutlak antara lain: menyediakan penyediaan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, seluruh karyawan dan karyawan perempuan memakai seragam yang sopan, memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal.

Karakteristik model jasa guest house syariah diatas yang telah tersebut diantaranya :

1. Intangible, maksudnya ialah produk jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat diraba, contohnya seperti kepuasan dari seorang pelanggan. Pelayanan kepada tamu berusaha dikontrol dengan baik untuk memaksimalkan pelayanan guest house syariah, namun sayang belum terlaksana dengan maksimal. Sebagai Ierobosan seharusnya teknis pengontrolannya bisa dengan media on line, harapannya pengontrolan dan pengawasan tidak menyulitkan pengunjung dan bagi manajemen dengan adanya model quisioner on line akan memudahkan dalam mengumpulkan data.

Intangible dapat dirasakan dalam bentuk kepuasan yang diterima oleh para tamu maka aspek pelayanan menjadi kata kunci bagi keberhasilan jasa pelayanan yang ditawarkan. Sesuatu yang tidak tampak ini sangat ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa berupa sikap serta perlakuan subjektif dari para karyawan guest house syariah seperti keramahan, kecepatan, ketepatan, dan keamanan yang diterima dan dirasakan oleh penerimajasa.

Hal ini nampak berbeda dengan produk barang yang telah disediakan oleh pihak guest house. pada jenis ini nilai kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas produk barang yang

diberikan hal ini dapat berupa kualitas yang tampak menyertai produk yang ditawarkan misalnya, interior ruangan costumer service.

Inseparability, maksudnya ialah pelanggan merupakan bagian dari proses aktifitas seluruh kegiatan guest house. Tamu yang menggunakan jasa guest house syariah haruslah juga harus mampu memenuhi ketentuan syariah, seperti tamu pasangan harus jelas suami dan istri. Tamu haruslah jadi pelanggan tetap, oleh karena itu maka keinginan seorang tamu harus dapat terlayani dengan baik. Manajemen guest house syariah telah berupaya secara maksimal agar kebutuhan tamu terpenuhi dengan baik, jika fasilitas yang terdapat di guest house syariah kurang memadai maka pihak manajemen akan berusaha kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini terlihat dari fasilitas kendaraan dan laundry yang dikerjasamakan dengan pihak lain oleh pihak guest house.

Kerjasama dengan pihak lain tentunya akan lebih meringankan beban biaya dan pengawasan, sehingga manajemen guest house lebih terfokus pada pelayanan di dalam lokasi guest house.

Perasaan kenyamanan layaknya rumah sendiri bagi para tamu dapat terwujud jika seluruh kebiasaan atau keinginan yang diinginkan oleh pelanggan dapat diwujudkan oleh manajemen guest house syariah.

2. Inconsistency, dalam usaha jasa guest house seluruh sumber daya haruslah dapat berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari. Pelayanan kepada tamu guest house telah dilakukan secara maksimal. Namun hal yang perlu diperhatikan oleh pihak manager guest house adalah peningkatan keahlian kepada karyawan masih belum terlaksana dengan baik, sehingga karyawan belajar secara otodidak terutama hal-hal yang berkenaan dengan pengetahuan agama. Hal ini merupakan sesuatu yang rawan, dan akan berpengaruh secara signifikan jika karyawan melakukan komunikasi yang tidak tepat dengan tamu guest house.

Sumber daya apapun yang dapat memberikan rasa kenyamanan dan kepuasan bagi pelanggan menurunkan nilai tersendiri bagi pelanggan. Apapun yang diinginkan oleh pelanggan dapat teresialisasikan oleh para SDM unggul yang dimiliki oleh guest house syariah.

Sumber Daya Manusia merupakan alat penting untuk meningkatkan performa dari guest house syariah. Pengelolaan Sumber Daya Manusia yang tidak tepat hanya akan mengurangi efisiensi kinerja guest house. Sudah seharusnya manager guest house syariah memperhatikan beban kerja dari setiap karyawan beserta bentuk kompensasi yang harus diberikan.

B. Implementasi Pemasaran Jasa Guest House Syariah Kota Malang

1. Implementasi Pemasaran

Konsep pemasaran hospitality yang telah diterapkan oleh guest house syariah di Kota Malang yang meliputi 7P pemasaran jasa:

a. Produk (product)

Sebagai bisnis jasa, guest house syariah merupakan penunjang terciptanya kondisi pariwisata yang kondusif dan jauh dari kegiatan yang menyebabkan timbulnya penyakit masyarakat. Adanya guest house syariah akan menunjang kegiatan seseorang di Malang Raya menjadi lebih barokah.

Produk yang diberikan kepada pelanggan guest house syariah tentunya bukan hanya sekedar halal untuk memenuhi kebutuhan fisik semata namun juga merupakan representasi dari nilai-nilai Islam. Produk tersebut diantaranya meliputi kenyamanan, dan rasa simpati pegawai guest house.

Untuk produk makanan serta minuman sudah seharusnya semua yang akan dihidangkan terjamin kehalalannya oleh lembaga resmi agar lebih meyakinkan dan tidak hanya sekedar tulisan halal, tentunya bebas alkohol serta makanan dari hewan yang diharamkan.

Produk sebagai salah satu bauran produk sendiri terdiri dari beberapa unsur, yaitu:

1) Staff behavior, appearance, and uniform

Staff yang dimiliki oleh guest house syariah belum memiliki sertifikat keahlian hospitality walaupun pelayanan mereka sudah baik dan telah sesuai dengan pelayanan kepada tamu.

Berkenaan dengan seragam dan penampilan pelayanan, guest house syariah belum memiliki seragam pegawai secara khusus, walaupun seragam yang mereka kenakan telah menutup aurat tetapi penampilan telah sesuai dengan syariah.

Staff merupakan ujung tombak guest house yang berhubungan langsung dengan pelanggan, oleh karena itu semua yang tampak dari seorang staff haruslah memberikan kenyamanan bagi pelanggan di lingkungan guest house. Seorang staff haruslah berpenampilan optimal yakni meliputi sikap dan pakaian.

Ketika sedang bertugas hendaknya performance dari pegawai yang bertugas haruslah nampak optimal 24 jam. Kecerobohan dalam performance dapat menyebabkan tamu pelanggan yang menginap bisa merasa illfeel untuk tinggal, dan bisa dipastikan pada lain kesempatan tamu tersebut tidak akan kembali ke guest house yang sama.

SeGap pelanggan (enlunya akan senang jika penampilan karyawan rapi, scrasi serta harmonis, yang termasuk di dalamnya aspek keadaan fisik tubuh, tata rias, serta kebutuhan fisik atau yang terlihat segar dan ceria sehingga menghasilkan penampilan yang serasi dan rapi.

Kerapian dan kebersihan ruangan maupun karyawan merupakan hal terpenting dalam usaha jasa ini. Bahkan jika dana memadai pihak guest

house haruslah rutin mengadakan general check up bagi para karyawannya untuk menghindari penularan penyakit berbahaya yang tentunya akan mengganggu pelayanan dan kenyamanan pelanggan yang mempercayakan jasa pada guest house syariah.

2) Building exterior

Penampakan guest house syariah dari luar, bangunannya nampak seperti penginapan pada umumnya, tidak ada simbol ataupun tanda-tanda khusus syariah jika dilihat dari luar bangunan.

Bangunan dengan rungsi guest house syariah dipersepsikan tempat tinggal sementara yang digunakan untuk istirahat sejenak. Bentuk bangunan serta warna yang menyejukkan akan meningkatkan kenyamanan.

Model bangunan dengan gaya Arabian style akan mampu memberikan telaxasi dan kontemplasi terhadap para pelanggan. Namun juga perlu diingat bahwa Para tamu hanya sementara tinggal di guest house, jadi konsep exterior tidaklah menjadi masalah, yang paling utama adalah kebersihan dan perawatan dari bangunan itu sendiri.

3) Equipment

Peralatan yang ada seharusnya merupakan peralatan yang membantu optimalisasi kegiatan di dalam guest house itu sendiri. Peralatan yang sudah ada hendaknya dirawat dan dijaga karena peralatan merupakan asset yang penting dalam optimalisasi pelayanan.

Peraluran berkenaan dengan perawatan peralatan hendaknya dikontrol dengan baik. Peralata besar maupun kecil jika telah menggunakan hendaknya dibersihkan sesuai prosedur yang ada.

Peralatan yang dimiliki oleh guest house syariah sama seperti halnya tempat penginapan lainnya, meliputi peralatan interior dan exterior, dengan catatan tidak menampilkan gambar yang tidak sesuai syariah.

4) Furniure and fixtures

Mebeler dan perlengkapan yang digunakan oleh guest house syariah tidak jauh berbeda dengan penginapan yang lain. Pelengkap furniture yang digunakan bercirikan Arab atau Islamic style seperti kaligrafi arab.

Interior bangunan tidak hanya ada untuk fungsi tertentu, namun juga mempengaruhi keindahan dan kenyamanan untuk kepuasan psikis seluruh penghuni.

Dengan kondisi furnilure yang tepal diharapkan juga semua kegiatan terlaksana dengan baik. Semua furniture dan pewarnaan yang ada dilata sedemikian rupa sehingga pemandangan dalam ruangan menjadi indah. Ketepatan pemilihan warna pada dinding, plafond, lantai dan furniture akan memperkuat karakter dari guest house.

b. Harga (price)

Selama ini penghitungan dengan menggunakan metode konvensional dianggap kurang mampu memenuhi kebutuhan informasi perhitungan harga pokok per unit yang akurat. Kebutuhan informasi harga pokok yang akurat sangat diperlukan ketika guest house harus memproduksi berbagai macam produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan pengunjung yang hampir tanpa batas. Jika harga guest house sama dengan hotel padahal fasilitas lebih lengkap hotel maka tidak menutup kemungkinan para tamu langganan akan berpindah.

Penetapan harga yang dilakukan guest syariah hendaknya juga mengacu pada fasilitas yang diberikan dan pelayanan, mengacu pada slandarl penginapan, letak guest house yang strategis dan berada di kota tentunya menjadi nilai tersendiri.

Harga pada sualu penoinapan selalu bersaing dengan penginapan yang lain. Ada harga normal dan harga khusus, pada harga khusus inilah guest house syariah memiliki beberapa macam model, dari beberapa guest house syariah diatas hanya morse guest house yang memberikan harga khusus bagi kegiatan keagamaan sepefti Hasanah guest house syariah dan Ummi guest house syariah.

Pemberian harga khusus sebenarnya akan membuat nama guest house syariah semakin dikenal oleh masyarakat, karena semakin banyak penguniung yang datang, maka akan semakin banyak orang yang akan memberikan testimony tentang guest house syariah.

Dari beberapa wawancara menyampaikan bahwa peneluan harga pada guest house syariah masih dilakukan secara konvensional sehingga bisa terjadi over costing dikarenakan adanya pembebanan biaya yang menyeluruh per unit kamar bukan berdasarkan aktivitas yang terjadi.

c. Promosi (promotion)

Guest House Syariah menerapkan kedua cara strategi yaitu pull dan push strategi dengan promosi yang terfokus pada kegiatan iklan yang ditujukan pada konsumen agar konsumen termotivasi untuk membeli lebih banyak dengan memanfaatkan berbagai sosial media, memasang iklan di media massa, media elektronik, serta mencoba aktif dalam pameran, sosialisasi di masyarakat, dan banyak lagi yang lainnya. Namun promosi guest house syariah saat ini kurang, karena sosial media yang tidak pernah terupdate.

Menurut Agung Permana bahwa model promosi yaitu iklan (advertising), penjualan langsung perorangan (personal selling), promo lewat sales (sales promotion), merchandising, publikasi lewat hubungan masyarakat (public relations and publicity).

Dari beberapa model promosi dialas, guest house syariah yang diteliti diatas terdapat perbedaan penerapan model promosi. Pada guest house Hasanah, Ummi dan Granada masih menggunakan model promo personal selling, sedangkan pada guest house syariah Morse, Nova, dan Dia 2 sudah menggunakan internet sebagai media promosi dan pemesanan kamar.

Integrasi yang dilakukan pada promosi yang dilakukan selayaknya mampu memberikan kesan yang baik kepada calon pengguna jasa dengan kesiapan membantu pelayanan kamar jika guest house yang dituju penuh.

Hubungan relasi yang baik antara guest house syariah akan memberikan kepuasan tersendiri bagi tamu pengunjung karena mereka tidak perlu repol lagi mencari lempal guest house syariah.

d. Lokasi (Place)

Lokasi dari guest house tentunya juga faktor utama yang menjadi pilihan seorang pelanggan. Dari beberapa model guest house terlihat

•bahwa lokasi guest house Hasanah, Umami dan Granada, morse, Nova dan DIA 2 berada di daerah-daerah keramaian sehingga akses para tamu ke daerah keramaian menjadi mudah.

e. Orang yang berpartisipasi (People)

Dalam menjalankan bisnis jasa, guest house syariah memiliki karyawan sebagai ujung tombak. Agar muncul pelanggan fanatik maka perlu pelayanan yang maksimal dari karyawan dari berbagai macam aspek termasuk prinsip akhlak dalam pelayanan.

Jika karyawan bisa memberikan pelayanan yang baik maka akan menjadi catalan baik dari para tamu sehingga di lain waktu mereka akan kembali lagi atau menyampaikan kepada orang lain kesan baik tentang guest house syariah yang aman dan nyaman untuk dihuni.

Dari guest house syariah Hasanah, Umami dan Granada, morse, Nova dan DIA 2 terlihat bahwa partisipasi karyawan dalam usaha menciptakan kondisi guest house syariah sangat baik.

f. Proses (process)

Sebagai bisnis jasa proses merupakan usaha pemenuhan kebutuhan para tamu baik berupa fisik atau non fisik. Kebutuhan tamu dalam hal fisik contohnya seperti makanan halal sedang kebutuhan non fisik adalah berupa keberkahan dan kenyamanan.

g. Bukti Fisik (Physical evidence)

Label syariah yang tersemat pada nama guest house merupakan idenlilas bahwa seluruh proses jasa yang diberikan oleh guest house syariah harus berlandaskan syariah. Jasa yang diberikan hendaknya mampu membedakan antara yang halal dan yang haram.

Seluruh aktifitas proses merupakan hal-hal yang berkaitan dengan prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktifitas dan rutinitas dengan apa produk jasa yang disalurkan ke pelanggan. Menurut Dennis dalam proses, kerja karyawan diawali dengan pemesanan konsumen ke Front Office kemudian akan dijelaskan tipe kamar, harga, serta fasilitas yang ada di guest house. Setelah deal harga dan tipe kamar yang dipesan kemudian

konsumen diantar oleh house keeping menuju kamar. Apabila ada kendala/masalah, konsumen bisa mengadu lewat telepon yang sudah disediakan di kamar, atau jika masih dirasa masih ada yang janggal bisa langsung diberikan akses pengaduan ke pihak manager.

Seluruh rangkaian dari pemesanan, Chek in dan Chek out tamu merupakan sebuah proses yang tidak boleh terlewatkan oleh pihak management. Karyawan yang bertugas harus memberikan pelayanan yang optimal dalam setiap proses tersebut, jangan sampai tamu atau pelanggan merasa diacuhkan atau tidak terlayani dengan baik.

Managemen telah berusaha dengan maksimal agar konsumen mengatakan bahwa seluruh aktifitas guest house terutama pada proses pelayanan lumayan cepat tanggap. Bahkan jika ada permasalahan dengan saat kran rusak, pegawai juga langsung datang membenahi. Sehingga meskipun ada masalah di sarana ataupun fasilitas guest house syariah, akan tertutupi apabila proses pelayanan cepat.

2. Kendala dalam menjalankan bisnis guest house syariah

Dari model pemasaran 7P nampak bahwa kendala yang dihadapi oleh guest yang lebih dominan adalah faktor produk, price, proses dan people.

Kendala pada produk adalah berkenaan dengan kendala Staff behavior, mengingat tidak semua karyawan memiliki background pendidikan perhotelan sehingga terkadang pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Jasa-jasa sub bisnis guest syariah belum muncul untuk ditawarkan kepada para tamu seperti: jasa laundry dan travel agent yang mengadakan paket-paket wisata. Kendala pada price sebenarnya tidak terlalu signifikan di karenakan pada saat-saat musim liburan selalu penuh. Hanya saja pihak guest house seharusnya masih terus tetap memantau rate harga kamar dan fasilitas dengan penginapan yang lain.

Kendala pada process dikarenakan layanan jasa, maka pelayanan yang diberikan harus maksimal tidak hanya sekedar makanan halal saja namun titik keberkahan dan kenyamanan juga merupakan hasil melewati proses yang baik.

Kendala pada People yakni masih banyak ditemui Oleh karyawan bahwa para calon tamu pelanggan masih ada yang ingin mem bawa pasangan bukan muhrim ke kamar. Jadi masih banyak calon tamu tidak menyadari konsep guesl house syariah.

C. Model Pemasaran Guest House Syariah di Kota Malang.

Selain penerapan bauran pemasaran 7P dengan tepat, peneliti melihat beberapa celah kendala yang harus diaplikasikan seperti:

a. Pelatihan karyawan guest house bersama

Bisnis jasa penginapan Lelah memiliki standarl lerlenlu, Oleh karena itu maka seluruh karyawan hendaknya dibekali dengan ketrampilan standart pelayanan, sehingga karyawan memiliki sertifikat resmi pelayananan syariah.

b. Penggunaan jasa layanan bersama

Ada beberapa layanan jasa guest house yang belum memiliki armada maupun laundry secara khusus sehingga tamu harus mencari lokasi laundry atau armada sendiri jika ingin bepergian.

Kesulitan tamu tersebut bisa teratasi dengan jasa khusus laundry atau armada professional tersendiri, sehingga jasa yang dimiliki guest house akan semakin bertambah.

Bab VI

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Guest House Syariah sebagai penginapan berlabel syariah hendaknya dalam menjalankan seluruh bisnis kegiatan jasanya bersandar kepada Al Qur'an dan hadits sehingga dapat bermanfaat untuk seluruh umat manusia. Dari pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Enam guest house syariah di Kota Malang yang disampaikan dalam tulisan ini menggambarkan bahwa guest house syariah tersebut telah melaksanakan konsep kesyariahan secara baik yang meliputi unsur rabbaniyah, akhlaqiyah, waqiiyah dan insaniyah serta telah mendukung wi isata halal, sehat dan aman.
2. Selain keunggulan syariah yang telah ada, ada beberapa kendala teknis dilapangan yang sering terjadi, seperti masih banyaknya calon tamu yang menganggap bahwa guest house syariah sama saja dengan yang strandart sehingga masih ada yang berencana menginap dengan yang bukan muhrim. Kemudian kendala ketrampilan kerja karyawan karena ada yang bukan berasal dari sekolah perhotelan. Berkenaan dengan fasilitas terdapat kendala penyiapan *tour guide*.
3. Model pemasaran yang tepat selain mengaplikasikan bauran pemasaran untuk meningkatkan okupasi penginapan, hendaknya manajemen guest house syariah yang ada bisa mensinergikan sumber daya dengan mengintegrasikan beberapa model pelayanan kepada wisatawan agar tercipta nilai syariah yang halal aman dan nyaman. Model pelayanan tersebut seperti pelatihan standart karyawan guest house syariah, *sharing* informasi kamar lewat jejaring *on line*, pengajian bersama, dan penawaran paket liburan Islam bersama dengan tour travel syariah.

B. Saran

1. Bagi guest syariah yang telah berdiri bisa meningkatkan komunikasi dan integrasi untuk memperkuat bisnis syariah di Kota Malang.
2. Bagi Peneliti selanjutnya yang memiliki kesamaan topik peneliti menyarankan agar meneliti lebih dalam lagi dan menggali data seputar guest house syariah yang sekarang sedang marak diseputar kawasan wisata. Untuk memperdalam kebutuhan jasa peneliti selanjutnya juga bisa menambah wawancara dengan pengguna guest house syariah atau wisatawan. Peneliti sendiri menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata “sempurna” karena kesempurnaan mutlak hanya milik Allah semata, sehingga tugas peneliti selanjutnya hendaknya mengembangkan hasil penelitian yang ada ini.



Daftar Pustaka

- Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2007
- Arifin, Imron, *Penelitian Kualitatif dalam Ilmu-ilmu social dan Keagamaan Penelitian, Malang*. Kalimashada Press, 1996.
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah, Teori, Filosofi, dan Isu-isu kontemporer* Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Akarapong Untong, Mingsarn Kaosa-ard, Vicente Ramos, Korawan Sangkakorn, and Javier Rey-Maquieria, "Factors Influencing Local Resident Support for Tourism Development: A Structural Equation Model," in The APTA Conference 2010, Macau, 2010
- Basu Swastha Dharmmesta & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Basu Dharmmesta & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* Yogyakarta: BPFE, 2013
- Bryson dalam Riant Nugroho, *Perencanaan Strategis in Action*, Jakarta: Alex Media Komputindo, 2010.
- David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Depag RI, 1980
- Daryanto, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, Surabaya: Apollo, 1997.
- Gegel, J Putu. *Industri Pariwisata Indonesia: Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa GATS WTO*. Bandung: Rafika Aditama.2006.
- Hani Handoko, *Manajemen edisi 2*. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2003.
- Herman Kerta Jaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Indrianty Sudirman, *Topik-Topik Riset Manajemen Strategi*, Bogor: IPB Press, 2013
- Ian G. Evans, *Marketing For School* ,London: Cassel, 1995
- Kotler Phillip & Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid I edisi 12* Jakarta Erlangga, 2006.
- Kotler Philip, *Dasar-dasar Pemasaran*. Perpustakaan Nasional: 1996.
- Kotier Philip, *Marketing Management*. Edisi Bahasa Indonesia. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Lexy J Moleong,. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000.
- Lina Salim, *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Erlangga, 1996.

- Muhammad Yasir Mazhar Siddiqi, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: The Internasional Institute of Islamic Thought (IIIT), 2002.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Muhammad Husein I-leikal, *Sejarah Hidup Nabi Muhammad SAW*, Jakarta: Pustaka Antar Nusa, 1992.
- Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, Jakarta: Hikmah, 2010.
- Muhaimin, Suti'ah & Sugeng L. Prabowo, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010
- M. Umar Capra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M.. *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Pers), 1992.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta, 2007.
- Przeclawski, Krysztof. *Tourism And The Contemporary World*. Warsaw: University of Warsaw, 1995
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Richard Komar, *Hotel Management*, Jakarta. PT Grasindo, 2006.
- Suyanto, M., Muhammad *Business Strategic and Ethics*, Yogyakarta: Andi OfSet, 2008.
- Shafiyurrahman al Mubarakfuri, *Perjalanan Hidup Rasul Yang Agung*, Jakarta: Darussalam, 2001.
- Syaikh Ahmad MusqahaCa al-Farran, *Tafsir al Imam asy-Syafi'i* (Riyadh'. Dar aqTadmuriyyah, 2006). Edisi terjemahan. Tafsir hnam Syafi'i: Menyelami Kedalaman Kandungan Al-Qur 'an Jilid 2: Surah an-Nisa ' — Surah Ibrahim, Jakarta: Almahira, 2007.
- Sonson NS, *Merencanakan Sendiri Jalan-Jalan Keliling Dunia*, Jakarta: Gramedia, 2008.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung: Sinar Baru, 1989.
- TIM PPS UIN Maulana Ibrahim, *Pedoman Penulisan Thesis dan Deser/asi*, MaJang, UIN Press, 2010.
- Yin, Robert K, *Studi Kasus desain dan metode*, terj. M. Djauzi Mudzakir, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Yoyon Bactiar Irianto & Eka Prihatin, *Manajemen Pendidikan* Bandung: Alfabeta, 2011.

- Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah saw.* Jakarta: Gramedia, 2012.
- Ahmad Azrin Adnan, *Theoretical Framework For Islamic Marketing: Do We Need a New Paradigm?*, *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 4. No. 7, 2013.
- Budi Susanto, *Kualitas Tenaga Kerja Di Bidang Industri Pariwisata Di Kota Blitar, Jawa Timur* *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, Agustus 2011, Vol.1 No. I
- Bevita Resmi Statistik, *BPS Propinsi Jaywa Timut*. No. 81/ 12/3-S/TB.XIM, Desember 2015.
- David Mc.A Baker, *The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry*, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, ISSN : 20097379, Tennessee State University, US.
- Fariborz Aref, "The Effects of Tourism on Quality of Life: A Case Study of Shiraz, 11m," *Life Science Journal*, vol. 8, no. 2, 2011.
- Jennie M.Xue, "Flawlessness Kunci Pembuka Tren MICE", *Majalah FM*, edisi 29 nomer I Juli-Agustus 2015.
- L. S. Sebele, "Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana", *Tourism Management*, vol. 31, 2010.
- Michael J. Wolfe, John C. Crofts, "Marketing Mix Modeling for the Tourism Industry: A Best Practices Approach", *International Journal of Tourism Sciences*, Volume I 1, Number 1, 2011.
- UN WTO and UNEP, *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Madrid, Spain: UN W'l(), Madrid and UNEP, Paris, 2005.
- Kadek Dewi Fatmawati, *Thesis Reformulasi strategi pemasaran unluk meningka/kan occupancy room rate di hotel four seasons resort jimbaran bali*. Denpasar: Universitas Udayana, 2011.
- Tesis Penelope Bardis, *Strategic Management in a Hotel*, Saimaa University, 2012.

INTERVIEW GUIDE NOVA GUEST HOUSE SYARIAH
PANDUAN WAWANCARA MENDALAM

A. NASKAH PENGANTAR I TUJUAN WAWANCARA

1. Kita menyadari bahwa kehadiran guest house syariah sebagai pemain baru sangat penting untuk mewujudkan lingkungan yang halal, sehat dan aman
2. Kami tertarik untuk mengetahui guest house Bapak/Ibu berkenaan dengan kesyariahannya dan model pemasarannya
3. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mendiskusikan masalah ini

B. NASKAH PENGANTAR I PERKENALAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan nama dan sedikit keterangan tentang diri anda, tugas dan jabatan sebagai perkenalan?

Nama saya Evi saya bertugas sebagai penerima tamu disini C.

WAWANCARA I PENGALAMAN PELAKSANAAN

1. Apakah yang dimaksud dengan konsep syariah menurut mbak?
Syariah itu tata cara hidup dalam islam yang tertuang dalam Al Qur'an dan hadits.
2. Dapatkah kita membicarakan tugas-tugas Bapak/Ibu dalam guest house syariah ini?

Iya, saya disini bertugas menerima tamu dan menjelaskan produk dan akadyang harus dilakukanjika menginap di guest house ini.

D. WAWANCARA I PANDANGAN UMUM TENTANG KESYARIAHAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan kesyariahan dari guest house syariah ini?
Dimulai dari hidangan yang disajikan. Klumi menyediakan makanan yang dijamain kehalalannya dan bias di cek di dapur kami. Bagi tamu yang berpasangan wajib menunjukkan bukti pasangan yang sah dengan buku nikah asli alau bisajuga dengan kip asli. Untuk memudahkan ibadah kami juga menyediakan peralatan ibadah dan petunjuk kiblat di setiap kamar.
2. Bagaimana model pemasaran dari guest house bapak/ibu?
Untuk pemasaran kami bekerjasama dengan agen [ravel dan kami pasarkan lewal on line saja seperli pegi-peggi, agoda dan traveloka.

3. Bagaimana pakaian para karyawan ?

Karyawan kami semuanya wajib berpakaian sopan dan wajib berjilbab menutup aurat bagi wanita.

4. Bagaimana kondisi interior ?

Kami tunjukkan nuansa interior minimalis agar tamu mudah gerak dan nyaman.

Gambar-gambar juga yang bukan buka aural.

5. Bagaimana SOP penyambutan tamu?

Tamu harus disambut dengan senyuman dan kemudian salam. Kemudian ditanya akan perihal yang bisa dibantu. Dan kemudian dijelaskan perihal kamar-kamar dan fasilitasnya

6. Apakah masakan sudah mendapat sertifikat halal?

Sudah

7. Apakah ada keringanan biaya jika ada acara keagamaan?

Tidak ada, karena semua tamu kami anggap sama yang harus di hormati. Namun jika mengingapkannya dalam tempo yang lama pihak manajemen akan mempertimbangkan untuk pemberian discount.

E. WAWANCARA I DESKRIPSI TENTANG 7P

1. Dapatkah Bapak/Ibu membicarakan model pemasaran guest house syariah ini?

Kami hanya kerjasama dengan agen travel dan aplikasi travel online seperti treveloka, pegi-peggi dan agoda. Dan dengan pelayanan maksimal kami anggap akan lebih maksimal memasarkan dari mulut ke mulut lanpa harus biaya yang tinggi.

2. Apakah menurut bapak / ibu lokasi guest house ini sudah strategis?

Iya, posisi kami sudah strategis sangat dekat dengan jalur ulama kola malang dan jalur alternatif sehingga memudahkan tamu yang ingin mencari rute jalan yang tidak macet

3. Apakah seluruh karyawan sudah memiliki sertifikat keahlian dalam bidang hospitality?

Sudah dan kami training secara periodik

4. Apakah guest house syariah bapak / ibu sudah memiliki jejaring bisnis?

Iya seperti agen travel dan perusahaan online travel

5. Apa kelebihan dan kekurangan dari guest house ini?

Kelebihannya ya konsep syariah itu seperti yang saya jelaskan tadi tentang kemudahan-kemudahan ibadah dan suasana yang islami. Sedangkan kekurangannya kami belum menyediakan layanan *laundry* sehingga untuk *touring* langsung ditangan pihak travel agen. Untuk *laundry* juga demikian, kami masih panggil jasa *laundry* dari luar penginapan.

F. PENUTUP I RINGKASAN

Kita sudah membicarakan tentang kesyariahan dan kendala model pengembangan guest house syariah.

Sebelum wawancara ini diakhiri, mungkin Bapak/Ibu ada saran-saran terkait dengan pengembangan guest house syariah di Kota Malang?

Kami berharap semua pihak mendukung model bisnis syariah yang lentunya akan membawa keberkahan bagi semua pihak. Dimanapun berada jika ingin usahakan yang pertama label syariah untuk penginapan. Kita ini muslim terbesar tapi umat muslimnya terkadang acuh terhadap ke syariahan. Kami berharap pula kepada warga malang khususnya mengetahui keberadaan penginapan-penginapan syariah agar konsep bisnis syariah tambah maju. Terimakasih atas informasi dan partisipasi Bapak/Ibu.

INTERVIEW GUIDE
MORSE GUEST HOUSE SYARIAH
PANDUAN WAWANCARA MENDALAM.

A. NASKAH PENGANTAR I TUJUAN WAWANCARA

1. Kita menyadari bahwa kehadiran guest house syariah sebagai pemain baru sangat penting untuk mewujudkan lingkungan yang halal, sehat dan aman
2. Kami tertarik untuk mengetahui guest house Bapak/Ibu berkenaan dengan kesyariahnya dan model pemasarannya
3. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mendiskusikan masalah ini

B. NASKAH PENGANTAR I PERKENALAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan nama dan sedikit keterangan tentang diri anda, tugas dan jabatan sebagai perkenalan?

Nama saya riko saya bertugas sebagai administrasi disini C.

WAWANCARA I PENGALAMAN PELAKSANAAN

1. Apakah yang dimaksud dengan konsep syariah menurut bapak?
Syariah itu hukum aturan dari Allah SWT yang harus dipatuhi oleh semua makhluk bukan untuk orang islam saja
2. Dapatkah kita membicarakan tugas-tugas Bapak/Ibu dalam guest house syariah ini?
Iya, saya disini mencatat pengeluaran dan pemasukan guest house, terkadang juga menyambut tamu juga jika petugas ada yang berhalangan hadir.

D. WAWANCARA I PANDANGAN UMUM TENTANG KESYARIAHAN

- I . Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan kesyariahan dari guest house syariah ini?

Bagi pasangan yang mau booking kamar harus nunjukin kip sama alau buku nikah, kalau gak ada ya gak bisa booking disini. Untuk alat ibadah pihak manajemen menyediakan alat ibadah, disini juga ada mushola. Pakaian karyawan bisa dibilangjuga udah syariah karena udah menutup aurat dan tidak kelat. Perilaku pegawai juga sudah syariah karena selalu mengucapkan salam dan senyum kepada semua tamu.

2. Bagaimana model pemasaran dari guest house bapak/ibu?

Penawaran dilakukan melalui kelompok-kelompok pengajian dan media massa cetak maupun elektronik.

3. Bagaimana pakaian para karyawan ?

Pakaian yang dikenakan oleh karyawan wajib menutup aural

4. Bagaimana kondisi interior ?

Interior konsepnya memberikan kesan minimalis dan nyaman buat tamu yang menginap.

5. Bagaimana SOP penyambutan tamu?

Senyum dan salam kemudian bertanya akan keperluan yang bisdibantu.

6. Apakah masakan sudah mendapat sertifikat halal?

Sedang dalam masa proses, tapi kami bisa jamin apa yang dimasak dan cara masak yang dilakukan sudah halal, tamu boleh saja lihat langsung ke dapur kami kalau ingin memastikan kehalalannya

7. Apakah ada keringanan biaya jika ada acara keagamaan?

Ada, kami berikan harga khusus untuk kegiatan-kegiatan keagamaan asal ada koordinasijauh-jauh hari.

E. WAWANCARA I DESKIUPSI TENTANG 7P

1. Dapatkah Bapak/Ibu membicarakan model pemasaran guest house syariah

Penawaran dilakukan melalui kelompok-kelompok pengajian dan media massa cetak maupun elektronik.

2. Apakah menurut bapak / ibu lokasi guest house ini sudah strategis?

Iya, sudah strategis. Jika ingin kejalan utama tidaklahjauh. Guest house ini berada di lengah kola. Jika ingin kearah batujalan inijuga dekatjalan alternatif

3. Apakah seluruh karyawan sudah memiliki sertifikat keahlian dalam bidang hospitality?

Ya, kami latih secara periodik

4. Apakah guest house syariah bapak / ibu sudah memiliki jejaring bisnis? Iya sudah punya, kebetulan pemilik dari morse memiliki guest house hasanahjuga.

5. Apa kelebihan dan kekurangan dari guest house ini?

Jasa laundry disini tidak kami tangani sendiri, jika tamu menginginkan laundry kamibisa datangkanjasa laundry. Bagi tamu.yang ingin keliling wisata malang raya kami menyediakan jasa touring sehingga tamu tidak perlu repot mengurus kegiatan wisata, namun linggal memilih pakel yang disediakan, duduk manis dan menikmati suasana liburan.

F. PENUTUP I RINGKASAN

Kita sudah membicarakan tentang kesyariahan dan kendala model pemasaran 7P.

Sebelum wawaancara ini diakhiri, mungkin Bapak/Ibu ada saran-saran terkait dengan pengembangan guest house syariah di Kota Malang?

Kami berharap menginap di guest house syariah menjadi trend bag orang-orang yang suka menginap dan bepergian jauh. Keberadaan guest house syariah perlu dikenal oleh masyarakat.

Terimakasih atas informasi dan partisipasi Bapak/Ibu.



INTERVIEW GUIDE HASANAH GUEST HOUSE SYARIAH
PANDUAN WAWANCARA MENDALAM

A. NASKAH PENGANTAR I TUJUAN WAWANCARA

1. Kita menyadari bahwa kehadiran guest house syariah sebagai pemain baru sangat penting untuk mewujudkan lingkungan yang halal, sehat dan aman
2. Kami tertarik untuk mengetahui guest house Bapak/Ibu berkenaan dengan kesyariahnya dan model pemasarannya
3. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mendiskusikan masalah ini

B. NASKAH PENGANTAR I PERKENALAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan nama dan sedikit keterangan tentang diri anda, tugas dan jabatan sebagai perkenalan?
Nama saya ani saya bertugas sebagai resepsionis disinT C.

WAWANCARA I PENGALAMAN PELAKSANAAN

1. Apakah yang dimaksud dengan konsep syariah menurut ibu?
Syariah itu ya menjauhi semua larangan Allah dan melaksanakan perintahnya
2. Dapatkah kita membicarakan tugas-tugas Bapak/Ibu dalam guest house syariah ini?
Bisa, saya disini tugasnya menerima tamu dan menjelaskan kepada tamu tentang fasilitas kamar dan guest house serta hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan di guesl house ini

D. WAWANCARA I PANDANGAN UMUM TENTANG KESYARIAHAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu• menerangkan kesyariahan dari guest house syariah ini?
Bias mas lihal sendiri kalo disini karyawannya memakai jilbab semua dan setiap sudut kamar sudah kami sediakan arah kiblat. Kalau ada pasangan mau nginap disini yâ harus menunjukkan RTP yang sama alau buku nikah.

2. Bagaimana model pemasaran dari guest house bapak/ibu?
Dulu sih pernah iklan lewat online dan medsos tapi kalo sekarang lebih ke personal aja. Jadi kami memiliki pefugas yang khusus yang langsung menawarkan kepada calon costumer.
3. Bagaimana pakaian para karyawan ?
Pakaian yang dikenakan oleh karyawan wajib menutup aurat
4. Bagaimana kondisi interior ?
Tidak ada yang berbau syirik kayak patung sembahsan, di setiap kamar kami juga beri petunjuk arah kiblat
5. Bagaimana SOP penyambutan tamu?
Disini tamu disambut dengan salam dulu kemudian ditanya keperluannya apa, apa ada hai yang dapat dibantu oleh resepsionis.
6. Apakah masakan sudah mendapat sertifikat halal?
Kami sedang proses untuk mensertifikasi makanan, tapi secara nonformal kami bisa yakinkan bahwa semua proses dan bahan yang digunakan untuk menghaflikan makanan halai semua
7. Apakah ada keringanan biayajika ada acara keagamaan?
Oh ya kami memberikan harga khusus untuk kegiatan-kegiatan keagamaan namun harus disampaikanjauh hari

E. WAWANCARA I (DESKRIPSI TENTANG 71)

1. Dapatkah Bapak/Ibu membicarakan model pemasaran guest house syariah ini?
Dulu sih pernah iklan lewat online dan medsos tapi kalo sekarang lebih ke personal aja. Jadi kami memiliki petugas yang khusus yang langsung menawarkan kepada calon costumer.
2. Apakah menurut bapak / ibu lokasi guest house ini sudah strategis?
Iya sudah strategis, terlebih kami memiliki 4 cabang yakni 'Hasanah guest house syariah Buring, Hasanah guest house syariah Sawojajar, Hasanah guest house syariah Soekarno Hatta, Hasanah guest house syariah De Sapphire
3. Apakah seluruh karyawan sudah memilki sertifikat keahlian dalam bidang hospitality?
Ada yang sudah ada yang belum
4. Apakah guest house syariah bapak / ibu sudah memiliki jejaring bisnis? Iya kami memiliki jejaring bisnis dan tentunya akan kami terus perluas.

F. PENUTUP I RINGKASAN

Kita sudah membicarakan tentang kesyariahan dan kendala model pemasaran 7P.

Sebelum wawancara ini diakhiri, mungkin Bapak/Ibu ada saran-saran terkait dengan pengembang guest house syariah di Kota Malang? Terimakasih atas informasi dan partisipasi Bapak/Ibu.



INTERVIEW GUIDE GUEST HOUSE SYARIAH UMMI
PANDUAN WAWANCARA MENDALAM.

A. NASKAH PENGANTAR I TUJUAN WAWANCARA

1. Kita menyadari bahwa kehadiran guest house syariah sebagai pemain baru sangat penting untuk mewujudkan lingkungan yang halal, sehat dan aman
2. Kami tertarik untuk mengetahui guest house Bapak/Ibu berkenaan dengan kesyariahannya dan model pemasarannya
3. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mendiskusikan masalah ini

B. NASKAH PENGANTAR I PERKENALAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan nama dan sedikit keterangan tentang diri anda, tugas dan jabatan sebagai perkenalan?

Nama saya Farida bertugas sebagai costumer service disini

C. WAWANCARA I PENGALAMAN PELAKSANAAN

1. Apakah yang dimaksud dengan konsep syariah menurut mbák?
Syariah itu hukum agama yang mengatur hidup aktifitas manusia di dunia
2. Dapatkah kita membicarakan tugas-tugas BapaWibu dalam guest house syariah ini?
Boleh mas. Saya disini bertugas menyambut tamu dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dari tamu

D. WAWANCARA I PANDANGAN UMUM TENTANG KESYARIAHAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan kesyariahan dari guest house syariah ini?
Karena label kami syariah maka kami betul semaksimal mungkin menerapkannya. Seperti tamu pasangan harus suami istri harus menunjukkan keabsahannya yang ditunjukkan dengan KTP, KK atau buku nikah. Pakaian pegawai wajib pakaian muslim menutup aurat. Sejak lama sudah ditawarkan kamar-kamar bernuansa nama-nama Islami. Makanan juga terjamin halal.

Kami juga ada peraluran jam malam yaitu Dimana jam 10 malam pintu pagar sudah ditutup. Dari peraturan ini juga terlihat bagaimana guest house ini juga mengalut tentang norma dari para penginap. Apabila

penginap akan masuk lebih dari jam 10 malam. Penginap cukup mengetuk pagar dan nantinya housekeeper akan membukakan pintu pagar.

2. Bagaimana model pemasaran dari guest house bapak/ibu?

Untuk pemasaran mendekatkan diri kepada masyarakat lewat sponsor event dan info dari mulut ke mulut.

3. Bagaimana pakaian para karyawan ?

Karyawan harus berpakaian muslim rapi dan menurut aurat

4. Bagaimana kondisi interior ?

Desain Islami dilambahi dengan seni kaligrafi di beberapa sudut dan ruangan guest house

5. Bagaimana SOP penyambutan tamu?

. Tamu harus disambut dengan senyuman dan kemudian salam. Kemudian ditanya akan perihal yang bisa dibantu. Dan kemudian dijelaskan akad dan perihal kamar-kamar danfasilitasnya

6. Apakah masakan sudah mendapat sertifikat halal?

Sudah

7. Apakah ada keringanan biaya jika ada acara keagamaan?

Kami ada keringanan biaya untuk usladz-usladz yang akan mengisi pengajian asal panitia sudah mengkoordinir terlebih dahulu.

E. WAWANCARA I DESKRIPSI TENTANG 7P

1. Dapatkah Bapak/Ibu membicarakan model pemasaran guest house syariah

Pemasaran guesthouse syariah Ummi ini hanya mengandalkan promosi lewat mulut ke mulut dan sponsor kegiatan islami, tanpa didukung dengan instrument promosi yang lain

2. Apakah menurut bapak / ibu lokasi guest house ini sudah strategis?

Lokasi Guest house syariah Baitusaffar Ummi malang berada Jalan Bendungan Darma No.16 Malang Malang kota. Dimana guest house tersebut dekat dengan beberapa universitas maupun mall yang berada di kota Malang.

3. Apakah seluruh karyawan sudah memiliki sertifikat keahlian dalam bidang hospitality?

Sudah

4. Apakah guest house syariah bapak / ibu sudah memiliki jejaring bisnis?

Hanya dengan majelis laklim

5. Apa kelebihan dan kekurangan dari guest house ini?

Kelebihannya lokasi yang di pusat kota tidak jauh dari kampus-kampus dan mall, kearah balujuga dekat. Lingkungan dijamin nyaman dan aman. Fasilitas ibadah yang dimilikijuga mendukung ibadahpara tamu.

Kekurangannya lokasi parkir kami hanya cukup kisaran dua mobil, sehingga kami akan mengarahkan parkir ke tempat lain lain jika berlebih. Kami jugd belum memiliki armada kendaraan untuk mendampingi tamu berwisata sehingga untuk touring kami kerjasama dengan tour agen. Begitu juga untuk laundry kami akan mengarahkan para tamu ke laundry terdekat.

F. PENUTUP RINGKASAN

Kita sudah membicarakan tentang kesyariahan dan kendala model pengembangan guest house syariah.

Sebelum wawancara ini dialthiri, mungkin Bapak/ibu ada saran-saran terkait dengan pengembangan guest house syariah di Kota Malang?

Saran kami bagi masyarakat dimana saja untuk selalu mendukung kegiatan bisnis syariah apapun itu. Karena dengan konsep syariah hidup kita akan menjadi tentram

Terimakasih atas informasi dan partisipasi Bapak/Ibu.

INTERVIEW GUIDE GUEST HOUSE SYARIAH DIA 2

PANDUAN WAWANCARA MENDALAM

A. NASKAH PENGANTAR I TUJUAN WAWANCARA

1. Kita menyadari bahwa kehadiran guest house syariah sebagai pemain baru sangat penting untuk mewujudkan lingkungan yang halal, sehat dan aman
2. Kami tertarik untuk mengetahui guest house Bapak/Ibu berkenaan dengan kesyariahnya dan model pemasarannya
- 3. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mendiékusikan masalah ini

B. NASKAH PENGANTAR I PERKENALAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan nama dan sedikit keterangan tentang diri anda, tugas dan jabatan sebagai perkenalan?

Nama saya Abdurrahman bertugas sebagai costumer service disini

C. WAWANCARA I PENGALAMAN PELAKSANAAN

1. Apakah yang dimaksud dengan konsep syaiiah menurut mas?
Syariah itu keseluruhan aturan hidup yang telah ditetapkan oleh Allah SJIT lewat Rasul-Nya Muhammad SA W, karena Islam adalah agama yang lengkap, sebagai pembimbing kehidupan manusia di dunia yang sementara
2. Dapatkah kita membicarakan tugas-tugas Bapak/Ibu dalam guest house syariah ini?
Boleh mas. Saya disini berlugas melayani lamu dan memenuhi kebuluhankebutuhan dari tamu

D. WAWANCARA I PANDANGAN UMUM TENTANG KESYARIAHAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan kegyariahan dari guest house syariah ini?
Dengan membaca 151akat "Syariah " para tamu tentu telah siap untuk tinggal dan mentaati aturan-aturan syariah. Tamu yang berkunjung harus menunjukkan KTP yang sama jika berpasangan, jika KTP tidak sama maka keduanya harus membuat pernyataan bermaterai yang

menerangkan bahwa keduanya adalah pasangan yang sah, agar jika terjadi penelurusan sidang pekat keduanya mempertanggungjawabkannya di depan hukum. Makanan disini juga dijamin halal seperti nasi goreng, solo, rawon dan lain sebagainya. Ada juga makanan cepat saji seperti roti bakar, kentang goreng, dan mie rebus.

2. Bagaimana model pemasaran dari guest house bapak/ibu?

Unlukupemasaran kami lewat media sosial seperi instagram dan traveloka

3. Bagaimana pakaian para karyawan ?

Karyawan harus berpakaian muslim rapi dan berjilbab bagi yang wanita. Seliap berlemu lamu harus mengucapkan salam dan senyum

4. Bagaimana kondisi interior ?

Suasananya Islami mas, ada kaligrafi dan ornament-ornamen arab unluk memperkuat nuansa syariahnya

5. Bagaimana SOP penyambutan tamu?

Tamu harus disambut dengan senyuman dah kemudian salam. Kemudian ditanya akan perihal yang bisa dibantu. Dan kemudian dijelaskan akad dan perihal kantar-kamar'danfasililasnya

6. Apakah masakan sudah mendapat sertifikat halal?

Sudah lerserlifikasi halal makanan yang di masak di dapur kami

7. Apakah ada keringanan biayajika ada acara keagamaan?

Kamijuga ada keringanan bagi instasi pemerintahan dan karyawan

E. WAWANCARA I DESKRIPSI TENTANG 7P

1. Dapatkah Bapak/Ibu membicarakan model pemasaran guest house syariah

.Modelpemasaran kami hanya lewat media sosial, traveloka, sponsor pada event-event Islami dan kerjasama dengan para sopir di bandara.

2. Apakah menurut bapak / ibu lokasi guest house ini sudah strategis? Lokasi

kami iidakjauh dari daerah kuliner, Shopping Mall, dan Beberapa Universitas besar seperti 'Universitas Brawijaya dan Universitas Malang. Apabila pengunjung dari luar kotapun tidak kesulitan ketika akan berpergian datang maupun berangkat ke bandara dikarenakan akses ke Bandara Abdul Rachman Saleh kurang dari 30 menit. Jika pengunjung

ingin berwisata ke Kota BaTu pun tidak memakan waklu yang lama, hanya membutuhkan waktu 40 menit dari Dia2 Guest House Syariah.

3. Apakah seluruh karyawan sudah memiliki sertifikat keahlian dalam bidang hospitality?
Sudah
4. Apakah guest house syariah bapak / ibu sudah memiliki jejaring bisnis? Iya lewat on line, beberapa sponsor di event-event dan para sopir di bandara
5. Apa kelebihan dan kekurangan dari guest house ini?

Lokasi kami tidak jauh dari daerah kuliner, Shopping Mall, dan Beberapa Universitas besar seperti Universitas Brawijaya dan Universitas Malang. Apabila pengunjung dari luar kota pun tidak kesulitan ketika akan berpergian datang maupun berangkat ke bandara dikarenakan akses ke Bandara Abdul Rachman Saleh kurang dari 30 menit. Jika pengunjung ingin berwisata ke Kola Balu pun tidak memakan waktu yang lama, hanya membutuhkan waktu 40 menit dari Di 2 Guest House Syariah. Karyawan tidak berseragam, walaupun pakaian sudah sopan dan menutup aurat, dan layanan laundry serta tour Kami masih menggandeng pihak lain.

F. PENUTUP I RINGKASAN

Kita sudah membicarakan tentang kesyariahan dan kendala model pengembangan guest house syariah.

Sebelum wawancara ini diakhiri, inungkin Bapak/Ibu ada saran-saran terkait dengan pengembangan guest house syariah di Kota Malang?

Saran kami bagi masyarakat dimana saja untuk selalu mendukung kegiatan bisnis syariah apapun itu. Karena dengan konsep syariah hidup kita akan menjadi tentram

Terimakasih atas informasi dan partisipasi Bapak/Ibu.

INTERVIEW GUIDE GRANADA GUEST HOUSE SYARIAH

PANDUAN WAWANCARA MENDALAM

A. NASKAH PENGANTAR I TUJUAN WAWANCARA

1. Kita menyadari bahwa kehadiran guest house syariah sebagai pemain baru sangat penting untuk mewujudkan lingkungan yang halal, sehat dan aman
2. Kami tertarik untuk mengetahui guest house Bapak/Ibu berkenaan dengan kesyariahnya dan model pemasarannya
3. Kami berharap Bapak/Ibu dapat meluangkan waktu untuk mendiskusikan masalah ini

B. NASKAH PENGANTAR I PERKENALAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan nama dan sedikit keterangan tentang diri anda, tugas dan jabatan sebagai perkenalan?

Nama saya salman bertugas sebagai costumer service disini

C. WAWANCARA I PENGALAMAN PELAKSANAAN

1. Apakah yang dimaksud dengan konsep syariah menurut mas?

Yang dimaksud dengan syariah itu perintah agama yang didalamnya ada aturan-aturan hidup kita sehari-hari, tuntunan hidup dari bangun tidur sampai tidur lagi. Dari ibadah mahdzoh sampai ibadah ghoiru mahdzoh.

2. Dapatkah kita membicarakan tugas-tugas Bapak/Ibu dalam guest house syariah ini?

Boleh mas. Saya disini tugas utamanya menyambut tamu yang ingin menginap, kemudian menjelaskan fasilitas-fasilitas yang akan di dapal tamu disini

D. WAWANCARA I PANDANGAN UMUM TENTANG KESYARIAHAN

1. Dapatkah Bapak/Ibu menerangkan kesyariahan dari guest house syariah
Begitu masuk ruangan depan tamu sudah disuguhkan interior yang Islami. Bagi tamu yang berpasangan wajib menunjukkan bukti pasangan yang sah dengan buku nikah asli atau bisa juga dengan kip asli. Untuk memudahkan ibadah kami juga menyediakan peralalan ibadah dan petunjuk kiblat di setiap kamar. Makanan juga kami jamin halal,
2. Bagaimana model pemasaran dari guest house bapak/ibu?
Untuk pemasaran kami lewat brosur dan media on line, biasanya kami juga menjadi sponsor pada event-event lirlenlu.
3. Bagaimana pakaian para karyawan ?

Karyawan harus berpakaian muslim sopan dan berjilbab bagi yang wanita. Setiap bertemu tamu harus mengucapkan salam dan senyum

4. Bagaimana kondisi interior ?

Suasananya Islami mas, ada kaligrafi dan ornament-ornamen arab untuk memperkuat nuansa syariahnya

5. Bagaimana SOP penyambutan tamu?

Tamu harus disambut dengan senyuman dan kemudian salam. Kemudian ditanya akan perihal yang bisa dibantu. Dan kemudian dijelaskan perihal kamar-kamar dan fasilitasnya

6. Apakah masakan sudah mendapat sertifikat halal?

Belum, masih dalam proses

7. Apakah ada keringanan biaya jika ada acara keagamaan? Tidak ada, kecuali jika ada kerjasama sponsorship

E. WAWANCARA I DESKRIPSI TENTANG 7P

1. Dapatkah Bapak/Ibu membicarakan model pemasaran guest house syariah

Model pemasaran kami hanya lewat brosur, on line dan sponsorship di beberapa event

2. Apakah menurut bapak / ibu lokasi guest house ini sudah strategis?

Posisinya strategis, jarak ke bandara 11 km, ke tengah kota malang pun juga tidak jauh

3. Apakah seluruh karyawan sudah memiliki sertifikat keahlian dalam bidang hospitality?

Sudah dan kami training secara periodik

4. Apakah guest house syariah bapak / ibu sudah memiliki jejaring bisnis?

Iya lewat on line dan beberapa sponsor di event-event

5. Apa kelebihan dan kekurangan dari guest house ini?

Kelebihannya selain posisi yang strategis fasilitas yang kami berikan tidak kalah dengan fasilitas hotel, hanya fasilitas laundry dan touring kami perlu mengajak pihak luar untuk mendampingi tamu. Kami juga belum memaksimalkan promosi lewat marketing khusus. Tapi paling tidak tahap pelayanan kami telah maksimalkan.

F. PENUTUP RINGKASAN

Kita sudah membicarakan tentang kesyariahan dan kendala model pengembangan guest house syariah.

Sebelum wawancara ini diakhiri, mungkin Bapak/Ibu ada saran-saran terkait dengan pengembangan guest house syariah di Kota Malang?

Kami berharap masyarakat muslim sadar akan syariah sehingga bisnis penginapan syariah ini menjadi trend sehat di tengah masyarakat.

Terimakasih atas informasi dan partisipasi Bapak/Ibu.



3. Foto Kegiatan Kunjungan dan Wawancara



suasana kamar



Bersama manager



ruang santai



Tempat makan prasmanan



musholla



ornament dinding