

BAB IV

PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

Bab IV ini akan membahas dan memaparkan tentang data hasil penelitian yang meliputi profil perusahaan dan paparan data hasil penelitian. Selanjutnya sub bab berikutnya adalah pembahasan hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori sesuai kajian keilmuan yang ada.

4.1 Profil Perusahaan

4.1.1 Sejarah Hotel Grand Kalpataru Syariah

Hotel Grand Kalpataru Syariah terletak di Jalan Kalpataru No. 41-43 Malang. Lokasinya cukup strategis karena dikelilingi universitas-universitas ternama di Kota Malang, berada dekat dengan pusat keramaian, tempat hiburan, pusat perbelanjaan, serta tidak jauh dari terminal Arjosari dan stasiun Kota Baru Malang. Sejak awal didirikan yaitu pada tahun 1997, tepatnya pada tanggal 02 April bersamaan pula dengan ulang tahun Kota Malang merayakan hari jadinya. Mulanya Hotel Kalpataru dioperasikan layaknya hotel konvensional pada umumnya, dengan fasilitas 25 kamar standart, 2 superior, 2 deluxe, ruang pertemuan, playground, dan parkir area yang luas. Dengan berjalannya waktu, bertambahnya usia Hotel Kalpataru selalu memberikan perubahan, kematangan dalam pelayanan dan fasilitas, hingga akhirnya bisa memperluas area hotel disebelah barat, sehingga bertambah pula fasilitas kamar dengan nuansa yang lebih modern, asri dan luas.

Pada awal tahun 2012, dengan kesiapan yang matang Hotel Kalpataru melakukan perubahan manajemen menjadi hotel berbasis syariah, sehingga

merubah namanya menjadi Hotel Grand Kalpataru Syariah. Bersamaan dengan itu renovasi besar-besaran dilakukan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah, mulai memperluas kamar, interior, segala fasilitas yang ada di dalam kamar dengan produk terbaik dengan fasilitas ibadah seperti Al-Qur'an, sajadah, mukenah, tasbih, dan arah kiblat. Begitu pula halnya dengan *meeting room* dengan fasilitas OHP, AC, Big Screen, kami hadirkan juga café dengan atmosfir yang tak pernah ada hotel-hotel lain, tamu dapat merasakan suasana udara yang bersih dan segar. Sedangkan untuk melayani segala kebutuhan tamu, Hotel Grand Kalpataru Syariah menghadirkan mini store, boutique, musholla serta pelayanan Food & beverage selama 24 jam.

Setelah melakukan renovasi total, kamar Hotel Grand Kalpataru Syariah menjadi beberapa tipe yaitu Standart, Deluxe, Deluxe Suite, Executive Suite, Family Suite, dan Extra Bed. Dengan fasilitas yang dimiliki serta pelayanan terbaik bernuansa islami, Hotel Kalpataru Syariah membuka diri untuk menjalin kerjasama kepada seluruh element, instansi, kelompok, dan personal guna menciptakan relationship dengan ikatan silaturahmi yang baik.

4.1.2 Visi dan Misi Hotel Grand Kalpataru Syariah

A. Visi Hotel Grand Kalpataru Syariah

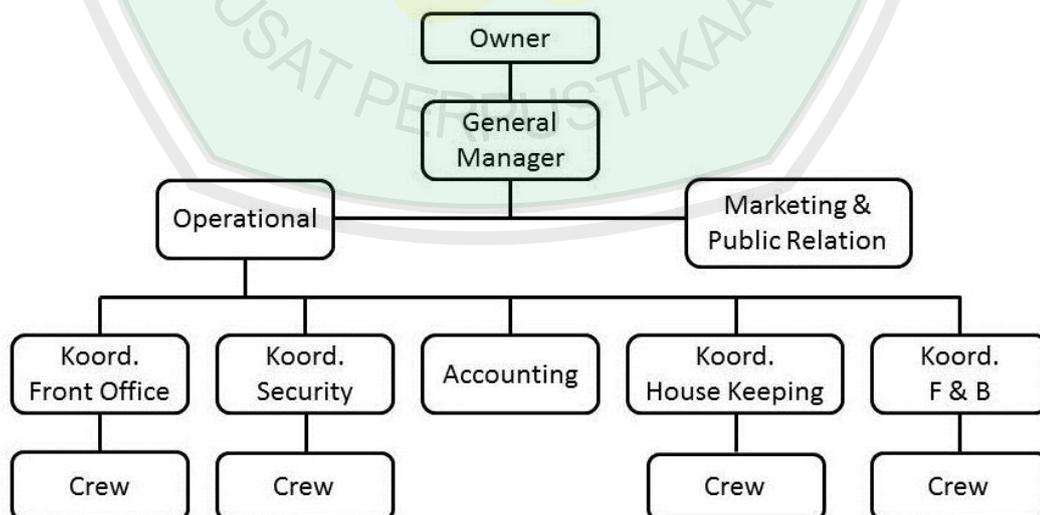
“Menjalin kemitraan dengan semua pihak dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia sehingga Hotel Grand Kalpataru Syariah menjadi salah satu hotel terkemuka dikelas kecil dan menengah dengan pelayanan yang handal dan terpercaya dengan berlandaskan moralitas yang berkualitas serta wujud tanggungjawab kepada stakeholder dan lingkungan”.

B. Misi Hotel Grand Kalpataru Syariah

1. Mewujudkan Hotel Grand Kalpataru Syariah sebagai rumah kedua untuk masyarakat.
2. Menjadi panutan sebagai hotel yang bersih, aman, dan nyaman dalam nuansa kekeluargaan.
3. Memberikan pelayanan terbaik kepada semua tamu serta menjaga keamanan dan kenyamanan.

4.1.3 Struktur Organisasi Hotel Grand Kalpataru Syariah

Hotel Grand Kalpataru Syariah memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa departemen-departemen yang mempunyai tugas dan tanggungjawab yang berbeda namun saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Setiap departemen dipimpin oleh seorang manajer atau department head yang bertanggungjawab mengkoordinir, mengarahkan dan mengontrol para karyawan. Struktur organisasi Hotel Grand Kalpataru Syariah adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Grand Kalpataru Syariah

4.2 Paparan Dan Pembahasan Data Hasil Penelitian

Sub bab berikut menjelaskan paparan dan pembahasan data hasil penelitian melalui metode wawancara dan observasi terkait dengan strategi pemasaran yang dikembangkan dengan nilai-nilai syariah yang terdapat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Oleh sebab itu yang data yang akan disajikan meliputi produk, harga, tempat & saluran distribusi, promosi, orang, proses, dan bentuk fisik.

Berkaitan dengan pengembangan konsep syariah yang dilakukan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah, dan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Titien Y. selaku Manager Marketing pada tanggal 13 dan 17 Maret 2014 bahwa :

“Konsep hotel syariah dibangun atas cita-cita atau planning dari pihak owner untuk mengembangkan hotel bernuansa syariah, dimana sebelumnya hotel ini merupakan hotel berbasis konvensional dengan nama Hotel Kalpataru. Hal ini dilakukan karena sebagian masyarakat muslim sekitar masih melihat hotel selain sebagai tempat menginap juga sering digunakan untuk tempat berbuat hal-hal yang kurang sesuai dengan norma-norma masyarakat. Sehingga perlu adanya perubahan image yang dapat menciptakan kesan positif bagi tamu dan pelanggan yang menginap dihotel ini, dan sekaligus untuk memenuhi kebutuhan pasar pada segmen-segmen tertentu yaitu orang yang ingin mendapatkan akomodasi penginapan yang Islami dan jauh dari kesan negatif yang menghawatirkan”.

“Dengan mengusung konsep syariah, hotel ini tidak jauh berbeda dengan hotel sebagaimana pada umumnya, hanya saja operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah atau pedoman ajaran Islam untuk memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat, dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun non-muslim. Oleh karena itu, kami melarang pasangan tamu yang menginap jika bukan bersama mahrom nya dalam hal ini suami-istri, penyajian makanan dan minuman kami menggunakan bahan-bahan yang halal, minumannya juga dihindarkan dari kandungan alkohol. Standard pelayanan kami adalah keramah tamahan, lembut, kesediaan untuk membantu, sopan dan bermoral”.

“Pemasarannya pun kami terbuka bagi semua kalangan, baik muslim maupun non-muslim. kemudian untuk memperluas pemasaran, kami

bekerjasama dengan instansi-intansi perusahaan, universitas, dll. Selain itu kami juga sudah banyak dikenal masyarakat sampai ke Kalimantan, Bali, Lombok, dan kota lainnya ketika hotel ini masih berbasis konvensional, hal ini disebabkan melalui pemasaran mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen-konsumen kami kepada keluarga dan kerabat mereka disana untuk merekomendasikan untuk menginap di Hotel Kalpataru Syariah ketika sedang berada di Malang”.

Adapun hasil penelitian terkait bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai berikut:

4.2.1 Produk

Sebagai hotel berbasis syariah, Hotel Grand Kalpataru Syariah menelaraskan setiap produk dan jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan kaidah ajaran Islam. Adapun produk dan jasa yang ditawarkan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah sebagaimana hasil wawancara pada tanggal 13, 17, dan 25 Maret 2014 dengan Ibu Titien Y. selaku *Manager Marketing* Hotel Grand Kalpataru Syariah mengatakan:

“Produk yang kami tawarkan meliputi yang utama adalah jasa yaitu kamar berjumlah 70 kamar, laundry, hall atau aula, dan fasilitas kolam renang. Fasilitas kolam renang ini dapat dinikmati oleh tamu hotel, kemudian untuk hall / aula ini dapat digunakan untuk acara pernikahan, ulang tahun, wisuda sekolah, dan seminar yang mampu menampung sekitar 150 orang. Adapun produk barang yang kami tawarkan adalah makanan dan minuman yang disediakan di restoran hotel”.

“Dengan mengusung konsep syariah, kami memprioritaskan untuk memfokuskan layanan kepada pelanggan dengan pelayanan yang beretika dan akhlak yang baik, mulai dari penerimaan tamu (chek in) sampai tamu tersebut meninggalkan hotel (chek out), dan termasuk didalamnya kami juga menyediakan beberapa fasilitas beribadah berupa alat sholat dan al-quran yang berada didalam kamar. Sedangkan untuk menjaga agar hotel syariah ini sesuai dengan aturan-aturan Islam, maka kami berupaya untuk menghindari sesuatu yang dilarang oleh aturan Islam contohnya prostitusi, narkoba, perjudian, dan lain sebagainya. Kami juga tidak memfasilitasi hotel dengan diskotik dan panti pijat”.

“Adapun untuk fasilitas kolam renang, pihak hotel memberikan tempat dan waktu khusus untuk tamu wanita untuk berenang agar tidak

berbarengan dengan laki-laki. Demikian pula untuk menjamin kehalalan produk makanan dan minuman, kami telah memiliki sertifikat yang dikeluarkan oleh MUI untuk produk makanan dan hotel. Untuk mendukung kenyamanan tamu kami juga menyediakan jaringan internet gratis (WIFI) yang dapat digunakan 24 jam.”

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil observasi dilapangan yang menunjukkan bahwa produk jasa utama Hotel Grand Kalpataru Syariah berupa penginapan dengan kondisi kamar yang rapi, bersih, dan wangi. Adapun produk jasa tambahan yaitu restoran yang memproduksi makanan dan minuman halal dan tidak beralkohol sehingga aman untuk dikonsumsi oleh tamu hotel, terdapat sertifikat halal dari MUI sebagai penjamin kehalalan produk makanan yang dihasilkan. Adapun fasilitas hotel yang tersedia yaitu: Laundry, hall / convention center, WIFI, dan kolam renang. Hotel Grand Kalpataru Syariah juga tidak melupakan unsur penting lainnya, yaitu pelayanan. Pelayanan tersebut meliputi seperti salam “*Assalamualaikum*”, senyum, komunikasi yang baik, *room service* 24 jam, dan perlakuan ramah dan lembut terhadap semua pelanggan.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa produk dan jasa yang ditawarkan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah meliputi beberapa unsur yaitu jasa penginapan kamar hotel sebagai produk inti yang ditawarkan kepada konsumen, kemudian kondisi kamar yang bersih, rapi dan wangi sebagai produk yang dapat memenuhi harapan pelanggan (*expected product*) sehingga dapat menambah kenyamanan pengguna kamar hotel. Sebagaimana mengacu pembahasan pada BAB II lalu yang dijelaskan oleh Muslich (2007:6) bahwa salah satu tujuan pemasaran dalam bisnis syariah adalah menciptakan nilai tambah dan memenuhi kebutuhan masyarakat (dalam hal ini tamu hotel atau pelanggan) dan memperoleh

barokah dengan mendapatkan kecukupan kenikmatan lahir dan batin serta manfaat dan kesejahteraan.

Selain itu Hotel Grand Kalpataru Syariah memfasilitasi beberapa produk tambahan (*augmented product*) yang dapat dimanfaatkan oleh pelanggan diluar produk inti yang dibeli seperti kolam renang dan kafe yang menjual makanan minuman yang halal. Maka implementasi produk halal yang diproduksi oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Rachman (2009:80) bahwa produk yang berkualitas dalam Islam adalah produk yang halal dan baik. Sehingga mengkonsumsi produk yang halal dan baik adalah sebuah kewajiban yang sudah diperintahkan oleh Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “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).

Sehingga dengan demikian dapat dikatan bahwa produk yang ditawarkan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah adalah selain untuk mendapatkan keuntungan bagi kelangsungan perusahaan namun juga untuk mencapai kemaslahatan. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Yusanto (2002:18) bahwa tujuan perusahaan harus tidak hanya mencari profit setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (manfaat) nonmateri kepada internal perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan,

kepedulian sosial, dan upaya penumbuhan bisnis dijalankan dalam koridor syariah.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara garis besar produk dan jasa yang ditawarkan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah tidaklah jauh berbeda dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh hotel-hotel pada umumnya yang berbasis konvensional. Namun terdapat beberapa perbedaan khusus yang membedakan Hotel Grand Kalpataru Syariah dengan hotel lainnya, terutama yang berkaitan dengan unsur nilai-nilai syariah yang diterapkan yaitu meliputi :

- 1) Hotel Grand Kalpataru Syariah mengutamakan menjaga kesucian kamar, dimana pada hotel lainnya hanya mengutamakan kebersihan kamar namun tidak memedulikan kesuciannya.
- 2) Pada setiap kamar dilengkapi sarana ibadah seperti alat sholat dan Al-Quran, dimana pada hotel lainnya hanya disediakan arah kiblat saja.
- 3) Tidak adanya fasilitas minuman beralkohol, panti pijat, dan diskotik yang notabene hal tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam.
- 4) Terdapat tempat dan waktu khusus untuk tamu wanita yang hendak menggunakan fasilitas kolam renang, dengan tujuan agar tidak bersamaan dengan laki-laki.
- 5) Tidak memproduksi makanan haram, sehingga produk makanan yang dihasilkan dijamin dengan sertifikat halal dari MUI, serta proses memasak dengan alat dan bahan yang bersih dan suci.

Dan jika ditinjau dari teori menurut kajian hukum Islam maka produk yang ditawarkan Hotel Grand Kalpataru Syariah tidaklah bertentangan dengan hukum

dalam syariat Islam. Maka dapat dikatakan bahwa produk Hotel Grand Kalpataru Syariah telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

4.2.2 Harga (*Price*)

Penetapan harga merupakan kebijakan yang menyangkut seberapa besar nilai yang dikeluarkan oleh tamu ataupun pelanggan untuk mendapatkan produk jasa hotel yang mereka inginkan. Oleh karena itu dalam menetapkan harga diperlukan survey untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satunya dengan survey pasar, hal ini akan dapat menentukan nilai atau harga produk jasa yang ditawarkan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah. Sehingga harga yang diberikan tidak terlalu mahal atau terlalu murah atas produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan hotel.

Dengan demikian, dalam menetapkan suatu harga Hotel Grand Kalpataru Syariah menerapkan sistem potongan harga dan menyesuaikan dengan harga yang terdapat di pasaran sehingga tarif yang dipasang bersifat fleksibel atau dapat dinegosiasi dengan tujuan untuk mendapatkan harga yang disepakati. sebagaimana penjelasan dari Ibu Titien berikut :

“Strategi harga yang diberikan kepada konsumen adalah dengan memberikan diskon bagi beberapa pelanggan yang memiliki member card dengan tanpa mengurangi fasilitas kenyamanan yang diberikan, untuk memiliki member card ini terdapat beberapa ketentuan. Dalam hal ini kami juga menyesuaikan harga dengan harga yang dipakai hotel lain, sehingga kami bisa memberikan harga yang tidak terlalu lampau tinggi atau rendah. Strategi lainnya adalah dengan membuat paket harga weekday dan weekend dengan perbedaan harga sekitar 10 sampai 20 persen, harga yang terdapat di hotel ini bersifat fleksibel dan bisa dinegosiasi atau tawar-menawar”. (Wawancara 13 Maret 2014).

Penjelasan lain dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan dibagian

Front Office bernama Yeni Ferawati mengatakan bahwa:

“Untuk harga, hotel grand kalpataru syariah menerapkan diskon atau potongan harga bagi pelanggan yang memiliki member card. Untuk tamu yang tidak memiliki membercard, terkadang juga ada yang meminta potongan dari harga yang kami berikan”. (Wawancara 17 Maret 2014).

Hasil observasi menunjukkan hasil yang sama dengan hasil wawancara, bahwa diskon tersebut diberikan kepada pelanggan tertentu dan harga yang diberikan oleh hotel bersifat fleksibel dan bisa dinegosiasi atau tawaran menawar sehingga terjadi kesepakatan. Penerapan tarif juga disesuaikan dengan kondisi pasar yaitu dengan mempertimbangkan tarif yang dipakai oleh hotel lain yang berada didekat Hotel Grand Kalpataru Syariah. Strategi harga yang digunakan Hotel Grand Kalpataru Syariah ini merujuk teori yang telah dibahas pada BAB II lalu, dimana oleh Chandra Gregorius (2005:152) menjelaskan bahwa harga adalah bersifat fleksibel, yaitu harga tersebut dapat disesuaikan dengan cepat dan dapat diadaptasikan dengan dinamika pasar.

Dalam mengoptimalkan penerapan harga yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, Hotel Grand Kalpataru Syariah merujuk pada anjuran Rasulullah SAW sebagaimana dikutip oleh Nur Diana (2008:52) berikut :

“Allah sendirilah yang menentukan harga, Dialah yang mengekang dan melepas serta pemberi rezeki. Aku berharap aku bertemu Allah dalam keadaan tidak seorangpun dari kalian yang menggugat diriku karena aku pernah berbuat dzalim, baik terhadap jiwa maupun harta” (Tirmidzi 1235, Ibnu Majah 2191, Ahmad 12131, Darimi 2433).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara garis besar penetapan harga yang berlaku di Hotel Grand Kalpataru Syariah tidaklah jauh berbeda dengan penerapan harga yang dilakukan oleh hotel-hotel pada umumnya yang berbasis konvensional, dan jika ditinjau dari teori menurut kajian hukum Islam maka penerapan harga yang bersifat fleksibel dan mengikuti harga yang ada dipasar

tersebut tidaklah bertentangan dengan hukum dalam syariat Islam. Maka dapat dikatakan bahwa strategi harga yang ditetapkan Hotel Grand Kalpataru Syariah telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

4.2.3 Lokasi (*Place*) dan Saluran Distribusi

Lokasi dan tempat yang strategis dimanfaatkan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah dalam mempermudah akses kepada konsumen yang notabene merupakan tamu-tamu dari luar kota yang hendak berwisata ke Kota Malang dan Batu, dimana Hotel Grand Kalpataru Syariah berada dipusat keramaian dan jalur ramai yang dilewati kendaraan yang menuju kawasan wisata yang ada di Kota Malang dan Kota Batu. Disamping itu, kelebihan lain yang dimiliki oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah adalah lokasinya yang berada ditengah-tengah penduduk mayoritas muslim menjadikan Hotel Grand Kalpataru Syariah lebih bisa memperkuat image hotel berbasis syariah yang digunakannya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Titien dalam hasil wawancara berikut :

“Hotel ini memiliki kelebihan dari sisi lokasinya yang strategis, sebagai hotel berbasis syariah yang paling menguntungkan adalah letak kami yang berada di tengah masyarakat mayoritas muslim dan terdapat banyak masjid dan musholla disekitar yang menjadikan nilai tambah lokasi kami sebagai hotel syariah yang berada ditengah masyarakat mayoritas muslim, sehingga para tamu dan pelanggan hotel yang hendak mencari tempat istirahat dan akomodasi lainnya dapat menjadikan hotel ini sebagai tempat istirahat yang nyaman dan jauh dari kesan negatif. Selain itu, kelebihan posisi strategis kami lainnya yaitu berada dekat dengan kampus-kampus besar, pusat keramaian seperti Taman Krida Budaya yang banyak dijadikan tempat penyelenggaraan event tertentu, berada dekat dengan terminal dan stasiun, dilewati oleh jalur angkutan umum, dan akses mudah menuju tempat wisata seperti Kota Batu”. (Wawancara 13 dan 25 Maret 2014).

Hasil wawancara diatas menunjukkan hasil yang sama dengan hasil observasi, yang menunjukkan bahwa Hotel Grand Kalpataru Syariah memang

berada ditempat yang strategis dimana terdapat beberapa musholla dan masjid disekitar lingkungan hotel yang menandakan bahwa lokasi tersebut berada didaerah yang penduduknya mayoritas muslim. Sisi strategis lainnya adalah keberadaan hotel yang dekat dengan keramaian, pusat perbelanjaan, kampus-kampus besar serta pusat perkantoran yang dimana perusahaan-perusahaan sering mengadakan acara dihotel Grand Kalpataru Syariah.

Selain itu keberadaannya yang berdekatan dengan perkantoran dan kampus-kampus dimanfaatkan Hotel Grand Kalpataru Syariah untuk menjual jasa dengan menyediakan fasilitas-fasilitas untuk mengadakan acara seperti seminar, wisuda, ulang tahun, dan lain-lain. Implementasi yang dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah ini merujuk pada sebuah teori yang dijelaskan oleh Tjiptono (2005:92) bahwa dalam pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut: (1) Akses yang mudah; (2) Visibilitas; (3) Lalu lintas (*traffic*); (4) Tempat parkir yang luas; (5) Ekspansi; (6) Lingkungan; dan (7) Kompetisi atau pesaing. Hal tersebut juga sesuai dengan penjelasan Yoeti (2001:44) bahwa lokasi hotel dan kemudahan untuk mencapai suatu hotel menjadi pertimbangan bagi tamu untuk menginap di hotel tertentu. Oleh sebab itu sebelum mendirikan sebuah hotel, masalah lokasi dan aksesibilitas perlu dipikirkan lebih jauh.

Jika dilihat dari sudut pandang keIslaman, pemanfaatan kelebihan tempat dan lokasi yang dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah juga merujuk pada firman Allah SWT yang berkaitan dengan pemanfaatan bumi, sebagaimana berikut :

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا ﴿١٩﴾ لَتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاجًا ﴿٢٠﴾

Artinya: “Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan, supaya kamu menjalani jalan-jalan yang luas di bumi itu”. (QS Nuh : 19-20)

Ayat diatas adalah anjuran untuk menapaki jalan-jalan luas yang ada di Bumi dengan tujuan agar manusia dapat menggali potensi yang ada disana sekaligus untuk mensyukuri atas nikmat yang Allah turunkan di bumi. Demikian pula yang dilakukan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah yang menjadikan lokasi strategis tersebut untuk mendirikan sebuah hotel yang berbasis syariah sehingga dapat membawa kemaslahatan bagi masyarakat dan perusahaan.

Adapun saluran distribusi yang dipilih Hotel Grand Kalpataru Syariah bertujuan untuk mendekatkan diri kepada konsumen. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Titin, beliau mengatakan :

“Upaya yang kami lakukan untuk dapat memperluas jangkauan produk kami kepada konsumen adalah dengan bekerjasama dengan berbagai agen travel dan wisata agar mereka dapat merekomendasikan Hotel Grand Kalpataru Syariah sebagai pilihan tempat menginap untuk konsumen”. (Wawancara 13 Maret 2014).

Penjelasan Ibu Titin ditambahkan pula oleh staf Front Office yang mengatakan bahwa :

“Kami juga memberikan fee kepada penyedia travel ataupun taksi yang membawa tamu untuk menginap di Hotel Grand Kalpataru Syariah”

Alternatif tersebut dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah untuk mendekatkan diri kepada konsumen, hal ini tampak pada kebijakan hotel dalam menggunakan perantara / distributor dengan memanfaatkan jasa agen wisata dan travel untuk memperluas jangkauan produk. Implementasi ini merujuk pada teori yang dijelaskan oleh Kotler (2001: 8) dimana salah satu fungsi saluran distribusi

adalah promosi, yaitu untuk mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif berkenaan dengan suatu penawaran.

Berkaitan dengan hal tersebut, implementasi pemanfaatan saluran distribusi yang ada pada Hotel Grand Kalpataru Syariah ini mengacu pada salah satu dari beberapa faktor keberhasilan pemasar syariah yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu dengan menjalin relasi dan silaturahmi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gunada dan Sudiby (2008:90) bahwa silaturahmi akan menghasilkan komunikasi dua arah yang pada akhirnya akan mampu mengetahui dan memahami apa-apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan silaturahmi kita dapat membangun jaringan kerja (*networking*) yang tidak terbatas, dalam hal ini adalah bentuk kerjasama dengan agen distributor.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar strategi distribusi dan lokasi yang digunakan Hotel Grand Kalpataru Syariah tidaklah jauh berbeda dengan strategi distribusi dan lokasi yang dilakukan oleh hotel-hotel konvensional, namun terdapat perbedaan yang dimiliki Hotel Grand Kalpataru Syariah dibandingkan hotel lainnya yaitu letaknya yang berada didaerah mayoritas muslim sehingga hal tersebut dapat menciptakan kesan positif bagi tamu atau pelanggan yang hendak berkunjung ke Hotel Grand Kalpataru Syariah. Jika dilihat dari sudut pandang syariat Islam yang telah dijelaskan sebelumnya maka penerapan strategi distribusi dan lokasi tersebut tidaklah bertentangan dengan hukum dalam syariat Islam. Maka dapat dikatakan bahwa strategi distribusi dan lokasi yang ditetapkan Hotel Grand Kalpataru Syariah telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

4.2.4 Promosi

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah tidak jauh berbeda dengan hotel konvensional lainnya, yakni dengan strategi promosi dengan cara pemasangan *outdoor advertising*, brosur, maupun *personal selling* dengan penyajian secara lisan kepada pelanggan yang bertujuan agar para tamu hotel dapat dengan mudah melakukan reservasi kamar. Hal tersebut sesuai dengan tujuan dari kegiatan promosi, sebagaimana dijelaskan oleh Carhty dan Cannon Perreault (2009:69) bahwa pemberian informasi kepada pembeli melalui promosi bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi mengenal hingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Dalam hasil wawancara dengan Ibu Titin, beliau mengungkapkan :

“Kami mengiklankan produk melalui media cetak dan elektronik tentang produk penginapan yang kami miliki. Seperti melalui situ hotel Grand Kalpataru Syariah di internet yang dapat diakses 24 jam, kami juga menjalin kerja sama dengan situs www.agoda.com yaitu situ penyedia jasa travel. Selain itu untuk publikasinya kami menggunakan brosur dan pemasangan banner didepan hotel, biasanya berupa penawaran paket khusus dan lain-lain.”

“Hotel Grand Kalpataru Syariah sejak berupaya menjaga hubungan kekeluargaan antara karyawan dengan pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan citra baik dimata pelanggan sehingga itu dapat membawa keuntungan bagi kami karena pelanggan kami bisa menyarankan untuk menginap di hotel ini kami saat mereka berkunjung ke malang, sehingga itu bagian dari strategi mulut ke mulut yang kami harapkan bisa tetap terjaga”. (Wawancara 13 dan 25 Maret 2014).

Adapun penjelasan dari karyawati bagian *Front Office* Hotel Grand Kalpataru Syariah adalah sebagai berikut :

“Promosi yang receptionis lakukan yaitu melalui menjelaskan produk hotel kepada pelanggan yang datang dengan berkomunikasi yang baik,

lembut, dan sopan agar pelanggan dapat melakukan transaksi penyewaan kamar". (Wawancara 13 Maret 2014).

Hasil wawancara menunjukkan hasil yang sama dengan hasil observasi terkait kegiatan promosi yang dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah yang meliputi promosi melalui media cetak berupa brosur, spanduk, baliho, dan banner yang terpasang di pinggir jalan depan hotel yang tujuannya untuk mengenalkan produk baru dan tawaran harga promo agar masyarakat yang lewat dapat melihat dan memiliki niat untuk datang ke Hotel Grand kalpataru Syariah. Adapun media elektronik yang digunakan yaitu seperti menggunakan situs resmi hotel dan agen travel ternama seperti www.agoda.com. Begitu pula dengan pendekatan secara pribadi untuk menjalin relasi dan hubungan dengan para pelanggannya.

Promosi lainnya adalah melalui promosi mulut ke mulut dengan melakukan *Personal Approach* yaitu pendekatan secara pribadi yang dilakukan kepada pelanggan hotel, hal ini dilakukan untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggan. Dalam kaitannya dengan promosi melalui mulut ke mulut, silaturahmi dapat diartikan dengan menyebarkan informasi dan komunikasi untuk dapat mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh khalayak umum. Selain itu agar semakin banyak jaringan yang akan mengkonsumsi produknya. Hal ini membuktikan bahwa silaturahmi adalah salah satu startegi pemasaran yang tepat dalam Islam (Nur Diana, 2008: 217). Sebagaimana Hadist berikut :

Rasulullah SAW bersabda: "Barang siapa yang ingin melapangkan rezekinya atau diperpanjang umurnya, maka bersilatrurrahmilah". (HR. Bukhari 5527, Muslim 4638, Abu daud 1443, Ahmad 12128).

Promosi yang dilakukan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah dilakukan dengan memperhatikan moral dan etika kejujuran dalam melakukan promosi

dengan cara *personal selling*, hal tersebut dapat dilihat melalui sikap karyawan dan resepsionist yang memberikan penjelasan produk hotel kepada setiap pelanggan dengan berkomunikasi secara lembut, ramah, dan jujur dalam menyampaikan kondisi produk dan jasa yang dimiliki Hotel Grand Kalpataru Syariah.

Bentuk sikap ramah dan jujur yang dilakukan dalam kegiatan promosi ini, merupakan salah satu penerapan etika seorang marketer yang telah diuraikan pada Bab II lalu, dimana Gunada dan Sudibyo (2008:90) mengungkapkan bahwa marketing yang sesungguhnya bukanlah sebatas produk atau service, tetapi lebih pada muatan emosi yang terkandung serta sikap jujur, sebab ini adalah inti dari nilai tambah dan pengalaman lebih yang akan ditawarkan kepada pelanggan.

Sikap jujur dan mengutamakan etika dalam promosi yang dilakukan oleh Hotel Grand Kalpataru Syariah juga sesuai dengan konsep karakteristik *Syariah Marketing* yang dikemukakan oleh Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula (2006:32) bahwa *syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya, dan tidak peduli apapun agamanya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal yang diajarkan oleh semua agama.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar strategi promosi yang dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah tidaklah jauh berbeda dengan strategi promosi yang dilakukan oleh hotel-hotel konvensional yang menggunakan bauran promosi sebagai alat komunikasinya, namun jika dilihat dari sudut pandang nilai-nilai syariat Islam yang digunakan, terdapat perbedaan

dimana dalam berpromosi Hotel Kalpataru Syariah mengutamakan etika dan kejujuran dalam mengkomunikasikan dan memberikan penawaran produknya. Jika dilihat dari sudut pandang syariat Islam yang telah dijelaskan sebelumnya maka strategi promosi dengan menjunjung tinggi etika tersebut sangatlah sesuai dengan yang diajarkan oleh syariat Islam.

4.2.5 Orang (People)

Berdasarkan hasil penelitian, dalam mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan, Hotel Grand Kalpataru Syariah selalu mengutamakan keramahan dan kualitas pelayanan yang maksimal, dimana keramahan dan pelayanan prima merupakan unsur penting dalam industri jasa khususnya perhotelan karena unsur tersebut merupakan suatu pelayanan agar pelanggan merasa senang. Hal lain yang tidak kalah penting adalah penampilan fisik karyawan yang selalu berpenampilan rapi, sopan, dan menutup aurat. Ini dilakukan bukan hanya untuk menjaga citra hotel sebagai hotel berbasis syariah, namun kesadaran bahwa dalam bermuamalah tetap harus bisa menjaga penampilan yang baik dalam tuntunan syariat. Hotel Grand Kalpataru Syariah juga menerapkan pelayanan yang prima professional sebagaimana pernyataan Ibu Titin, beliau mengungkapkan :

“Setiap staf dan karyawan hotel, bukan hanya dibagian Front Office harus memiliki sikap yang prima dalam melayani dan membantu setiap tamu yang datang, yaitu dengan salam, senyum sapa yang baik, berperilaku ramah dalam setiap kesempatan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa senang dan nyaman, karena ciri khas dari hotel ini yang bernuasa syariah sehingga hal ini perlu dijaga dengan baik”.

“Dalam berpenampilan, setiap karyawan harus memiliki penampilan yang rapi dan menutup aurat, sehingga dapat menonjolkan etika yang baik dalam berpenampilan karena bagi kami penampilan karyawan

menunjukkan citra dan kebanggaan tersendiri bagi hotel. Selain itu, untuk menciptakan kedisiplinan dan profesional kerja, para karyawan akan di bekali dan di training pada jangka waktu tertentu.” (Wawancara 13 dan 25 Maret 2014).

Penjelasan Ibu Titin tersebut senada dengan pernyataan Yeni Ferawati selaku staf Front Office yang menjelaskan :

“Standar pelayanan yang harus dikuasai oleh setiap karyawan Hotel Grand Kalpataru Syariah adalah mampu bersikap peduli dan ramah kepada siapapun tamu yang datang tanpa membedakan tamu muslim atau non-muslim”. (Wawancara 13 Maret 2014).

Hasil observasi menunjukkan hasil yang sama dengan hasil wawancara tersebut, bahwa semua staf dan karyawan hotel selalu berpakaian rapi dan berjilbab bagi wanita, bagian resepsionis mengucapkan salam kepada tamu yang datang dan bersikap ramah dalam setiap kesempatan. Adapun untuk meningkatkan spiritual keagamaan setiap karyawan, pihak manajemen hotel mengadakan kegiatan sholat dhuha bersama-sama yang rutin diadakan setiap 2 minggu sekali dengan bekerjasama dengan Wisatahati.

Berkaitan dengan implementasi tersebut, maka hal ini sesuai dengan teori telah dijelaskan pada Bab II sebelumnya, bahwa menurut Tijiptiono (2005:133) ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: (1) Reliabilitas, diwujudkan dengan pelayanan yang tepat kepada seluruh tamu hotel; (2) Daya tanggap, diwujudkan dengan kemampuan karyawan hotel untuk merespon permintaan tamu hotel; (3) Jaminan, diwujudkan dengan sikap dan perilaku karyawan hotel yang sopan dan ramah dengan tujuan untuk menumbuhkan kepercayaan tamu kepada hotel; (4) Empati; dan (5) Bukti fisik, yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Sehingga dengan demikian, Hotel Grand Kalpataru Syariah berupaya

untuk terus dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan kedisiplinan dalam bekerja dengan tetap berpedoman pada aturan Islam.

Bentuk sikap sopan dan senantiasa melayani yang diterapkan oleh seluruh karyawan Hotel Grand Kalpataru Syariah merupakan pengaplikasian tuntunan Al-Quran, sebagaimana berikut :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ

Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu." (Q.S. Ali Imran: 159)

Sedangkan ditinjau dari sudut pandang konsep nilai pemasaran syariah, penerapan sikap sopan, santun, dan senantiasa melayani seluruh tamu tanpa membedakan latarbelakang mereka, maka sikap ini sesuai dengan salah satu karakteristik *marketing syariah* yaitu humanistis (al-insaniyyah), dimana seorang pemasar atau *marketer* memahami bahwa syariat Islam diciptakan untuk menyamakan derajat manusia, agar seimbang sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, suku, warna kulit, kebangsaan, dan statusnya.

Berpenampilan rapi dan menutup aurat, seperti yang telah dilakukan oleh seluruh karyawan Hotel Grand Kalpataru Syariah, merupakan ciri terwujudnya konsep realistik (al-waqi'iyah) yang paparkan oleh Hermawan dan Syakir Sula (2006:35), dimana *syariah marketing* bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku. Tetapi *syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan

penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar optimalisasi konsep syariah yang diterapkan pada *people* atau karyawan di Hotel Grand Kalpataru Syariah memiliki beberapa perbedaan dengan hotel berbasis konvensional pada umumnya, yaitu :

- 1) Hotel Grand Kalpataru Syariah tidak hanya mengutamakan penampilan karyawan yang rapi dan bersih seperti yang diterapkan hotel konvensional, namun Hotel Grand Kalpataru Syariah mengutamakan kesopanan dalam berpakaian sesuai dengan tuntunan syariat yaitu menutup aurat.
- 2) Dalam bertegur sapa, Hotel Kalpataru Syariah memiliki budaya dengan ucapan salam yang Islami seperti "*assalamualikum*" kepada seluruh tamu, sementara pada hotel konvensional lainnya masih jarang yang memiliki budaya tersebut.
- 3) Hotel Grand Kalpataru Syariah memiliki program khusus dalam rangka meningkatkan emosional spiritual dan kedisiplinan karyawan dengan cara pengajian, dimana kegiatan seperti ini jarang terdapat diperhotelan berbasis konvensional.

Dan jika dilihat dari sudut pandang syariat Islam yang telah dijelaskan sebelumnya maka penerapan yang telah dilakukan tidaklah bertentangan dengan hukum yang diajarkan dalam syariat Islam. Maka dapat dikatakan bahwa strategi

harga yang ditetapkan Hotel Grand Kalpataru Syariah telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

4.2.6 Proses

Secara umum, proses meliputi prosedur, mekanisme, kegiatan dan rutinitas-rutinitas dimana suatu jasa dapat disampaikan dengan baik kepada konsumen. Oleh sebab itu untuk dapat memberikan pelayanan yang baik dan teratur, maka Hotel Grand Kalpataru Syariah menetapkan strategi proses pelayanan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi tamu atau pelanggan hotel. Dari wawancara dengan Ibu Titien, beliau mengungkapkan bagaimana proses pelayanan jasa yang dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah kepada pelanggannya, sebagaimana berikut ini :

“Menurut kami, sistem pemesanan dan pembayaran yang mudah dan cepat akan memberikan kepuasan kepada tamu hotel dalam mendapatkan kamar dan menyelesaikan pembayarannya, oleh karena itu Hotel Grand Kalpataru Syariah memberikan kemudahan pelayanan dalam proses pemesanan kamar, bisa secara langsung, maupun melalui telepon atau internet. Begitu pula dalam proses pembayarannya, kami menerima pembayaran melalui kartu debit BCA, Mandiri maupun secara tunai langsung”.

“Berkaitan dengan prosedur dan peraturan dalam proses reservasi kamar, sebagai hotel yang berbasis syariah kami memiliki aturan bagi tamu yang akan check in harus dipastikan bahwa pasangan lain jenis haruslah dalam ikatan suami istri, itu bisa kami ketahui dengan memeriksa KTP dengan mengidentifikasi status pernikahan dan alamat tamu yang tertera pada kedua KTP tersebut, jika terdapat tamu hotel yang bukan muhrim yang hendak menginap dalam satu kamar maka petugas resepsionis akan menolak dengan membrikan alasan yang dapat diterima oleh tamu. Begitu pula larangan untuk membawa hal-hal yang mengandung unsur kemaksiatan dan pelanggaran. Hal ini kami lakukan untuk menjaga agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat merugikan banyak orang dan melanggar aturan Islam”.

“Begitu juga yang berkaitan dengan proses dalam membuat produk makanan dan minuman yang ada restoran, bahan-bahan yang digunakan harus halal dan dimasak dengan alat yang bersih. Demikian juga dalam

hal kesigapan karyawan hotel untuk membantu keperluan dan kebutuhan pelanggan dengan cepat, maka dari itu kami menyediakan fasilitas telepon di setiap kamar". (Wawancara 13, 17, dan 25 Maret 2014).

Seperti yang telah dijelaskan bahwa Hotel Grand Kalpataru Syariah dalam menerapkan beberapa prosedur dalam menjual produknya. Dimana beberapa prosedur ini tidak banyak diterapkan oleh hotel-hotel konvensional pada umumnya. Prosedur tersebut meliputi : (1) Proses reservasi kamar dengan melakukan pemeriksaan KTP dan mengidentifikasi status pernikahan bagi tamu beda jenis yang hendak menginap dalam satu kamar, hal ini dilakukan untuk menghindari praktik perzinahan ataupun prostitusi yang dapat saja terjadi; (2) Pelarangan bagi seluruh tamu hotel untuk membawa hal-hal yang haram dan membawa kemudharatan seperti minuman keras, narkoba, dan hal-hal lainnya. Hal ini dilakukan untuk mencegah keburukan yang dapat terjadi dan dapat menghilangkan kemaslahatan. Hal tersebut berkaitan dengan teori *syariah marketing* yang telah dijelaskan sebelumnya di BAB II, bahwa seorang *syariah marketer* / pemasaran ataupun perusahaan (dalam hal ini adalah Hotel Grand Kalpataru Syariah) harus memahami hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan, sehingga dapat mencegah segala bentuk kerusakan dan memusnahkan kebathilan serta menyebarluaskan kemaslahatan (Hermawan Katajaya, 2006:28).

Berkaitan dengan proses pembuatan makanan dan minuman yang disajikan kepada tamu atau pelanggan, Hotel Grand Kalpataru Syariah memperhatikan setiap bahan dan alat yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk dapat menjaga kehalalan dan kesucian produk. Implementasi ini sesuai dengan konsep produksi dan konsumsi dalam Islam.

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 168 :

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “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)

Yang dimaksud makanan halalan thayyibah adalah makanan yang boleh untuk dikonsumsi secara syariat baik dan baik bagi tubuh secara kesehatan (medis). Makanan dikatakan halal paling tidak harus memenuhi tiga kriteria, yaitu halal zatnya, halal cara perolehannya dan halal cara pengolahannya (Djakfar, 2009:194).

Dalam proses pemesanan dan pembayaran kamar, Hotel Grand Kalpataru Syariah menerima pembayaran melalui kartu kredit maupun tunai, hal ini dilakukan agar tamu tidak perlu banyak kehilangan waktu yang mungkin saja sangat berarti bagi mereka terutama bagi para tamu hotel yang merupakan seorang businessman yang sangat sibuk. Demikian pula dalam proses pelayanan yang cepat dan tanggap, Hotel Grand Kalpataru Syariah memfasilitasi telephone yang terdapat disetiap kamar hotel yang terhubung ke petugas pelayanan tamu, hal ini bertujuan untuk dapat mempermudah dalam membantu dan melayani kebutuhan tamu hotel. Penerapan yang dilakukan Hotel Grand Kalpataru Syariah ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Komar (2006:254) bahwa dalam proses pelayanan, pimpinan dan karyawan hotel harus mahir memberikan pelayanan

sesuai dengan bidangnya dalam waktu yang cepat dan tepat, serta mampu menerima dan menangani keluhan tamu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar optimalisasi konsep syariah yang diterapkan pada unsur proses atau prosedur di Hotel Grand Kalpataru Syariah memiliki beberapa perbedaan dengan hotel berbasis konvensional pada umumnya, yaitu :

- 1) Pemeriksaan KTP dan identitas dengan mengidentifikasi status pernikahan bagi tamu yang berbeda jenis, untuk menghindari terjadinya praktik perzinahan dan prostitusi.
- 2) Melarang tamu membawa sesuatu yang berbahaya dan membawa kemudharatan seperti narkoba dan minuman keras, hal ini dilakukan untuk mencegah kerusakan yang dapat mengurangi kemaslahatan perusahaan sebagai hotel berbasis syariah.
- 3) Prosedur pembuatan makanan dan minuman haruslah menggunakan bahan yang halal dan suci, hal ini sesuai dengan perintah agama dalam mengkonsumsi makanan.

Jika dilihat dari sudut pandang syariat Islam yang telah dijelaskan sebelumnya maka penerapan yang telah dilakukan tidaklah bertentangan dengan hukum yang diajarkan dalam syariat Islam. Maka dapat dikatakan bahwa strategi proses yang ditetapkan Hotel Grand Kalpataru Syariah telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

4.2.7 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Secara umum, *physical evidence* meliputi unsur-unsur pendukung dalam sarana fisik yang berkaitan langsung dengan jasa yang ditawarkan. Sebagaimana dijelaskan oleh Lupiyoadi (2006:71) bahwa *physical evidence* (bentuk fisik) langsung berinteraksi dengan konsumen dan membantu *marketer* untuk memposisikan perusahaan dipasar dan memberikan *tangible support* yang berhubungan dengan lokasi. Artinya bahwa *physical evidence* ini secara tidak langsung turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan jasa yang ditawarkan.

Hotel Grand Kalpataru Syariah dengan konsep sebagai hotel syariah menelaraskan fasilitas yang dimilikinya dengan konsep syariah itu sendiri, sehingga pada bagian-bagian tertentu disesuaikan dengan kaidah Islam. Aplikasi hotel berbasis syariah bukan hanya dilihat dengan tidak adanya produk minuman beralkohol dan diskotik yang notabene tidak sesuai dengan kaidah Islam. Namun dari segi penampilan fisiknya juga perlu dilengkapi dengan sarana beribadah dan fasilitas-fasilitas lainnya yang dapat mendukung konsep syariah pada hotel ini.

Terkait bukti fisik Hotel Grand Kalpataru Syariah, berikut ini hasil wawancara dengan Ibu Titin pada tanggal 13 dan 25 Maret 2014:

“Seluruh disain yang ada di Hotel Grand Kalpataru Syariah, mulai dari interior kamar, lobby, sampai front office adalah dirangcang agar sesuai dengan konsep hotel yang syariah. Diantaranya kita bisa lihat dari bagian depan ketika tamu masuk maka akan disambut dengan salam dan sapa dari petugas resepsionis yang berpakaian rapi dan sopan, kemudian untuk fasilitas fisik yang ada didalam kamar secara umum sama seperti hotel lainnya yaitu terdapat TV, AC, meja rias, dan kamar mandi”.

“Selain itu untuk menunjang sarana ibadah, dibeberapa kamar Hotel Kalpataru Syariah juga disediakan fasilitas ibadah seperti al-qur'an,

sajadah, mukenah, tasbih, dan penunjuk arah kiblat. Diluar kamar terdapat juga mushalla umum yang pada setiap waktu sholat dikumandangkan suara adzan. Tidak lupa juga kebersihan dan kesucian kamar juga tetap dijaga oleh petugas housekeeping dengan melakukan pembersihan ruangan setiap hari, baik ketika ada tamu maupun setiap pengosongan kamar, dan untuk memperindah ruangan terdapat kaligrafi yang dipajang di dinding beberapa ruangan”.

Dari hasil wawancara dan observasi menunjukkan kesamaan dari objek yang diamati yaitu dengan konsep hotel yang syariah perusahaan berupaya menciptakan suasana yang sesuai dengan syariat Islam, dimana didalam kamar dilengkapi dengan sarana ibadah seperti alat sholat mukena, sajadah, dan al-qur'an. Selain itu nuansa islami yang dibangun oleh Hotel Kalpataru Syariah terlihat dari pakaian karyawan wanita yang menggunakan jilbab dan sopan, selain itu kebersihan dan keindahan lingkungan hotel.

Maka dapat dikatakan bahawa dalam mengoptimalkan penerapan *physical evidence* yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, Hotel Grand Kalpataru Syariah memberikan fasilitas-fasilitas ibadah seperti Al-Qur'an, sajadah, mukenah, dan arah kiblat yang disediakan dikamar hotel. Adapun sarana ibadah lainnya adalah keberadaan musholla diluar kamar yang dapat dipakai oleh seluruh penghuni hotel. Hal ini merujuk dari sebuah hadits yang menyerukan bahwa seluruh tempat dimuka bumi adalah tempat untuk beribadah kepada Allah, sebagaimana diriwayatkan oleh Jabir bin Abdillah, Rasulullah Saw bersabda :

“Seluruh bumi dijadikan tempat sholat dan untuk bersuci. Siapa saja dari ummatku yang mendapati waktu sholat, maka sholatlah ditempat tersebut”. (HR. Bukhari 438 dan Muslim 521)

Unsur lain yang mendukung aplikasi kaidah-kaidah syariah pada fisik Hotel Grand Kalpataru Syariah adalah tidak adanya lukisan atau patung yang dipasang, sebab menurut kaidah Islam tidak diperbolehkan untuk memajang

lukisan atau patung dari makhluk yang bernyawa, sebagaimana dijelaskan dalam hadits berikut :

“Dari Abu Hurairah r.a. dia berkata : Nabi SAW bersabda : “Para malaikat tidak akan masuk kedalam rumah yang didalamnya terdapat patung-patung dan gambar-gambar”. (HR Muslim no. 5545)

Hadits tersebut diperkuat oleh hadits lain berikut ini :

“Dari Jabir r.a. dia berkata bahwa Rasulullah SAW melarang adanya gambar didalam rumah dan beliau melarang untuk membuat gambar”. (HR At-Tirmizi no. 1671)

Dari dua hadits diatas dapat diketahui bahwa Islam tidak memperkenankan untuk membuat patung maupun gambar dan memasangkan sebagai hiasan dalam rumah. sehingga mengacu dari hadits tersebut Hotel Grand Kalpataru Syariah tidak melaksanakan hal tersebut, akan tetapi untuk tetap dapat menciptakan keindahan Hotel Grand Kalpataru Syariah menggantinya dengan hiasan dinding berupa tulisan kaligrafi kalimat *thoyyibah* yang terpajang diruang tunggu dan lobby hotel. Begitu pula dengan kebersihan dan kesucian kamar yang tetap dijaga sehingga para tamu yang dapat tidak perlu khawatir atas kesucian kamar yang mereka tempati. Hal tersebut sesuai dengan anjuran Rasulullah SAW untuk menjaga kebersihan dan keindahan, sebagaimana sabda beliau :

“Sesungguhnya Allah SWT itu suci yang menyukai hal-hal yang suci, Dia Maha Bersih yang menyukai kebersihan, Dia Maha Mulia yang menyukai kemuliaan, Dia Maha Indah dan menyukai keindahan, karena itu bersihkanlah tempat-tempatmu” (HR. Tirmidzi)

Berdasarkan uraian diatas terkait bentuk fisik dan lingkungan yang didisain oleh Hotel Grand kalpataru Syariah dalam mengembangkan nilai-nilai syariah, maka hal ini sesuai dengan konsep *syariah marketing* dikemukakan Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula (2006:28) yang bertujuan untuk mencegah

kerusakan, mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dalam segala aktivitas pemasarannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar optimalisasi konsep syariah yang diterapkan pada unsur *physical evidence* atau lingkungan fisik di Hotel Grand Kalpataru Syariah memiliki beberapa perbedaan dengan hotel berbasis konvensional pada umumnya, yaitu :

- 1) Keberadaan fasilitas yang mendukung dalam kegiatan ibadah seperti : Al-quran, mukenah, sajadah, tasbih, dan arah kiblat. Dimana fasilitas seperti ini sangat jarang ditemui pada hotel konvensional.
- 2) Terdapat musholla yang dapat digunakan oleh seluruh penghuni hotel, dimana keberadaan musholla ini tidak berada dipojok dan terpencil, namun keberadaannya sangat mudah dijangkau oleh tamu hotel karena berada bersebelahan dengan halaman dalam hotel, sehingga saat adzan berkumandang dapat terdengar ke seluruh ruangan.
- 3) Sebagai hotel syariah, Grand Kalpataru Syariah tidak memasang lukisan-lukisan dan patung-patung yang berbau porno. Namun untuk dapat menciptakan keindahan ruangan maka pihak hotel memasang hisan dinding berupa kaligrafi bertuliskan kalimat-kalimat *thoyyibah*.
- 4) Dalam menjaga kebersihan kamar, Hotel Grand Kalpataru Syariah mengutamakan kesucian dari najis. Sehingga hal tersebut dapat menghindari tidak sahnya ibadah yang dilakukan oleh tamu hotel.

Jika dilihat dari sudut pandang syariat Islam yang telah dijelaskan sebelumnya maka penerapan yang telah dilakukan tidaklah bertentangan dengan hukum yang diajarkan dalam syariat Islam. Maka dapat dikatakan bahwa strategi lingkungan fisik yang diterapkan Hotel Grand Kalpataru Syariah telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

