

ABSTRAK

Akhmad Anwar, 2021, *Strategi Pemasaran Pada Hotel Kemuning Pkpri Pamekasan Dalam Perspektif Islam*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pamekasan, Pembimbing :
Uly Mabruroh Halida, M.E

Kata Kunci: *Strategi dan Pemasaran*

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanafaatannya yang di landasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam, dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti, perencanaan strategi pemasaran dan bauran pemasaran serta konsep pemasaran.

Berdasarkan hal tersebut ada dua pokok tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yang pertama, untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh hotel PKPRI. kedua, untuk mengetahui strategi pemasaran sesuai atau tidak dengan prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah Manager dan karyawan serta pengguna hotel kemuning PKPRI. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamat, dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang pertama strategi pemasaran yang dilakukan hotel kemuning PKPRI ini menggunakan dua cara yaitu cara lama menggunakan informasi melalui media cetak dan informasi mulut-kemulut yang selanjutnya menggunakan media online yaitu dengan bekerja sama dengan aplikasi Traveloka, selain itu aktif di berbagai media sosial sebagai bahan promosi. yang kedua dari strategi yang dilakukan menunjuk memang sudah sesuai dengan syariat islam dalam hal ini terbukti dari hasil wawancara dan pengamatan yang menunjuk bahwa dalam melakukan pemasaran itu sesuai dengan keadaanya tidak melakukan kebohongan publik, artinya memberikan informasi sesuai dengan keadaanya sehingga tidak ada orang yang merasa dibohongi.