

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam bagian ini peneliti akan melakukan pemaparan data yang didapat secara langsung dari lapangan dimana peneliti melakukan penelitian baik dari hasil pengamatan, wawancara secara langsung maupun secara dokumentasi. Paparan penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan sebuah jawaban secara utuh terkait persoalan-persoalan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian.

Namun sebelum peneliti membahas paparan data mengenai persoalan-persoalan yang sudah dirumuskan dalam fokus penelitian, peneliti juga akan memaparkan tentang profil Hotel Kemuning Pkpri Pamekasan, sebagaimana peneliti mendapatkan dari hasil wawancara secara langsung.

a. Sejarah Hotel Kemuning Pkpri Pamekasan

Hotel Kemuningberalamatkan di Jl. Kemuning No.02 , kelurahan baru rambat kota pamekasan madura perlu diketahui hotel kemuning PKP-RI dasarnya adalah suatu lembaga Pusat Koperasi dalam lembaga ini melebarkan sayap usahanya melalui unit usaha perhotelan dengan tujuan yaitu untuk memberikan fasilitas kepada para anggota koperasi khususnya dan masyarakat pada umumnya, pertama kali hotel kemuning ini di bangun/didirikan pada tahun 1980 an. Waktu awal pembukaanya maswih bernama Hotel Melati II, berselang dua tahun kemudian tepatnya pada tahun 2000 kami melakukan metra kerja sama dengan

Surabaya *In Group* (S I G) atau yang sering dikenal dengan Hotel Utami Surabaya, melakukan kerja sama kurang lebih 20 tahun akan tetapi tidak sampai pada masa kontrak/ kesepakatan. Ditahun 2003 nama hotel melati berubah nama menjadi Hotel Kemuning (H K) dan kerja sama antara S I G dan PKP-RI tidak di lanjut akhirnya di ambil alih lagi sama PKP-RI sendiri dan namanya juga berubah menjadi Hotel Kemuning PKP-RI kab.Pamekasan sampai sekarang.

b. Profil Usaha

Hotel kemuning PKPRI adalah sebuah lembaga pusat koperasi yang mana lembaga ini mengembangkan usahanya melalui unit usaha perhotel tujuannya adalah untuk memfasilitasi para anggota koprasinya khususnya dan masyarakat pada umumnya, awal di bangun hotel kemuning ini tahun 1980an. Yang beralamat di jalan kemuning No.02, kelurahan Burambat Kota Pamekasan Madura.

Salah satu sarana penting untuk memenuhi kebutuhan orang bepergian lebih dari satu hari adalah penginapan hotel, hotel merupakan salah satu akomodasi parawisata yang terpenting dan terlengkap karna hotel menyediakan sarana jasa dalam bentuk penginapan atau fasilitas lainnya

c. Visi dan Misi Serta Motto Hotel Kemuning Pkpri Pamekasan

1) Visi:

Menjadi hotel terbaik di kawasan pulau Madura khususnya pamekasan dari segi proposionalisme, kerja integritas, kepercayaan, kepuasan tamu, kekuatan di bidang financial, rasa memiliki tinggi, kebersamaan sebuah group (team wark) inovasi kerja sama yang baik, kualitas pelayanan produktivitas dan kemauan untuk berkembang dari masa ke masa.

2) Misi:

Hotel Kemuning PKPRI pamekasan memiliki tujuan untuk menjadi hotel (perusahaan perhotelan) dan *lesure* terkemuka di Madura menguntungkan dengan semua pihak terkait dengan perusahaan baik itu karyawan maupun pengelola hotel

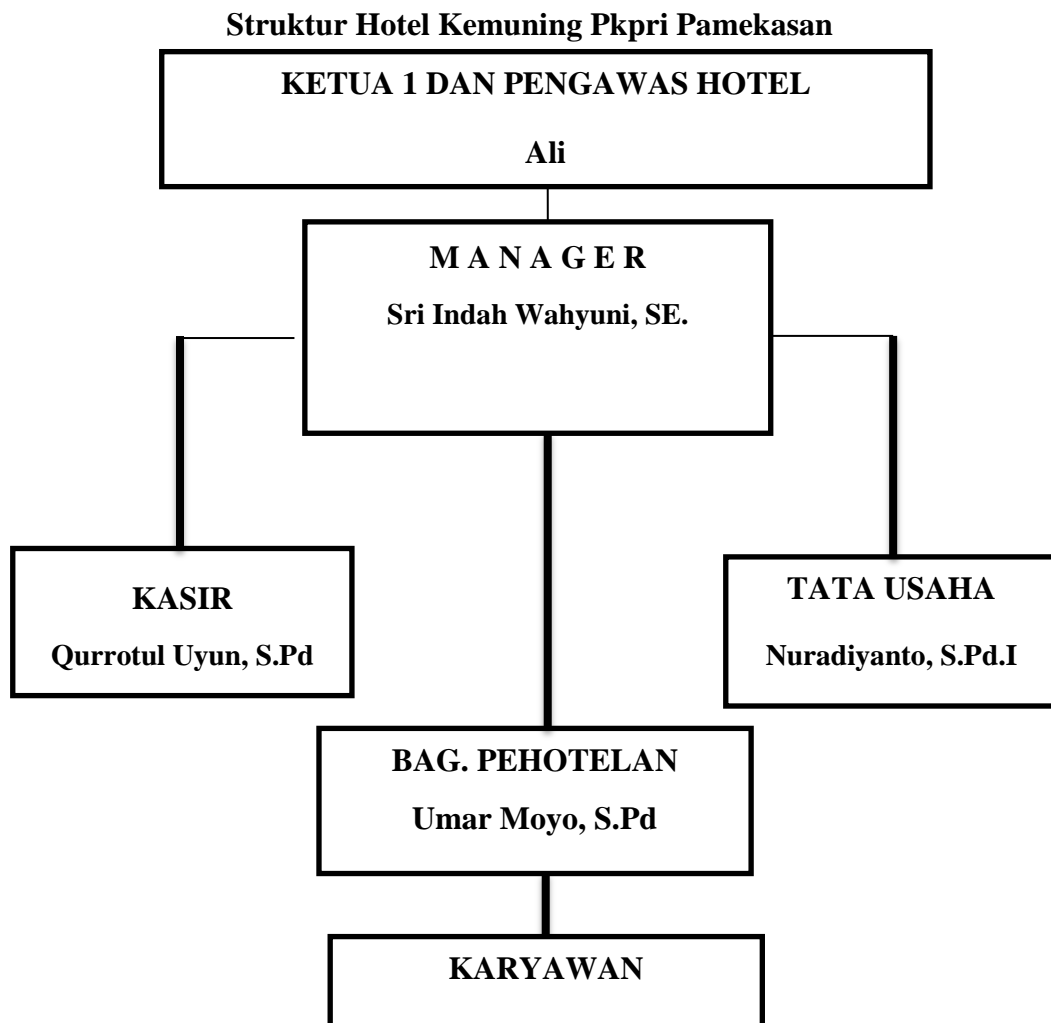
3) Motto

Pelayanan terbaik adalah tujuan kami. Apabila anda puas, beritahu relasi. Apabila anda kurang puas beritahu kami

d. Struktur Hotel Kemuning Pkpri Pamekasan

Komponen Struktur Hotel Kemuning Pkpri Pamekasan dapat dilihat berikut ini:

Gambar 4.1



2. Strategi Pemasaran Hotel Kemuning PKPRI Pamekasan

Hotel Kemuningberalamatkan di Jl. Kemuning No.02 , kelurahan baru rambat kota pamekasan madura perlu diketahui hotel kemuning PKP-RI dasarnya adalah suatu lembaga Pusat Koperasi dalam lembaga ini melebarkan sayap usahanya melalui unit usaha perhotelan sehingga memerlukan suatu strategi. Strategi pemasaran menjadi suatu elemen penting dalam suatu usaha atau bisnis, karena dengan adanya pemasaran masyarakat dapat menerima suatu informasi sehingga mengetahui usaha yang didirikan dan hal apa saja yang ditawarkan, adanya strategi pemasaran ini bertujuan untuk memberikan suatu informasi supaya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap hotel kemuning PKP-RI.

Mengelola suatu usaha dengan baik itu menjadi tuntutan untuk bagaimana dalam mempertahankan bahkan dalam mengembangkan usaha apalagi dewasa ini begitu sengit persaingan dalam dunia usaha dengan demikian harapan supaya perusahaan atau usaha mikro maupun makro tidak terkikis oleh pesaing-pesaing yang semakin banyak. Melihat di pamekasan secara khusus perhotelan semakin bermunculan sehingga dari situlah jelas terjadi suatu persaingan usaha, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa strategi dalam memasarkan menjadi kunci penting dalam mempertahankan hotelnya.

Hotel kemuning PKP-RI didirikan sudah sangat lama dengan tujuan yaitu untuk memberikan fasilitas kepada para anggota koperasi khususnya dan masyarakat ada umumnya.

Peneliti mencoba menanyakan langsung kepada manager yaitu Ibu Sri Indah Wahyuni, yang saat ini menjabat terkait sejarah berdirinya hotel kemuning PKP-RI berikut hasil wawancaranya:

“Pada dasarnya hotel kemuning PKP-RI adalah suatu koperasi yang berada di Jl. Kemuning kelurahan baru rambat kota Pamekasan, koperasi ini melabarkan sayap usaha dengan membuka perhotelan waktu itu pertama kali memiliki suatu tujuan ingin memberikan fasilitas terhadap anggota koperasi, dan masyarakat secara umum, melihat sejarah yang tertulis disebutkan bahwa hotel kemuning PKP-RI ini didirikan pertama kali pada tahun 1980 an dan pada saat itu bernama Hotel Melati 2, dan pada tahun 2003 bernama kemuning PKP-RI sampai sekarang”¹

Dari penjelasan singkat Ibu Sri Indah Wahyunidapat kita ketahui bahwa pertama kali hotelkemuning PKP-RI itu adalah suatu lembaga koperasi, akan tetapi karena ingin memberikan fasilitas terhadap anggota koperasi dan terhadap masyarakat secara umum, maka dengan itu lemabaga koperasi ini melebarkan sayapnya dalam dunia usaha sehingga mendirikan sebuah hotel yang diberi nama Hotel Melati pada awal berdirinya, pada tahun 2003 diresmikan dengan nama hotel kemuning PKP-RI.

Hotel kemuning PKP-RI suatu hotel yang didirikan pada tahun 80 an dimana waktu itu masih belum banyak saingan dalam bidang perhotelan sehingga pada saat itu masih bisa berkembang dan mempertahankan suatu usaha perhotelannya dan masih bisa mendapatkan hasil dari usahanya, akan tetapi di jaman saat ini sudah berbeda tantangannya dalam mengembangkan dan mempertahankan hotelnya, melihat dunia sudah sangat berkembang pesat baik dari teknologi maupun sarana dan prasarana sehingga dalam mempertahankan suatu usaha yakni dalam hal ini adalah perhotelan, saat ini perlu yang namanya strategi baru mengikuti zaman yang sudah berkembang sangat pesat, hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh manager hotel kemuning PKPRI yaitu Ibu Sri Indah Wahyuni, berikut ini penyampaiannya.

¹Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

“Hotel ini sudah sangat lama didirikan sampai hari ini masih bertahan, dalam mempertahankan hotel ini perlu beradaptasi dengan keadaan yang semakin hari semakin berkembang, serta harus melakukan perbaikan-perbaikan dari berbagai hal baik perbaikan sarana-prasarana sampai manajemen pelayanan dan produk yang ditawarkannya, serta promosi dan strategi pemasarannya”²

Atas dasar penyapaian dari Ibu Sri Indah Wahyunisebagai manager dapat diambil benang merah, bahwa hotel kemuning PKPRI ini melakukan adaptasi mengikuti perkembangan zaman semakin pesat perkembangannya sehingga dalam mempertahankan hotel ini sampai saat ini dilakukan suatu pembaharuan baik dari pelayanan, sarana atau fasilitas, bahkan cara pemasarannya dilakukan dengan cara terbaru. Penyampaian ini di perkuat oleh karyawan berikut ini hasil wawancaranya:

“Hotel kemuning ini melakukan perbaikan atau renovasi sesuai dengan standar hal ini dilakukan untuk tetap mempertahankan hotel ini karena saat ini hotel dipamekasan sudah mulai bermunculan, dari perbaikan itu sehingga hotel ini melakukan pemasaran dengan cara yang terbaru untuk memberikan suatu informasi terhadap masyarakat sehinga diharapkan masyarakat tertarik untuk menggunakan hotel ini sebagai tempat untuk beristirahat”³

Penyampaian yang disampaikan oleh Hananah disini diperkuat oleh Sri Ningsih yang mengatakan sebagai berikut:

“saya melihat hotel ini sudah lama yang didirikan akan tetapi melihat bebrapa tempat sudah dilakukan pembaharuan ataupun perenovasian sehingga hotel ini terlihat semakinj bagus bahkan sekarang sudah sangat memadai sudah sesuai dengan standar”⁴

Dari penyampaian karyawan diatasdapat diambil kesimpulan bahwa hotel ini melakukan stratetegi pemasaran dengan mengikuti suatu keadaan sehingga dalam pemasaran yang dilakukan menggunakan cara yang berbeda yang terpasti dengan cara terbaru, strategi ini dilakukan untuk memberikan suatu berita

²Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

³ Hananah, *karyawan Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

⁴ Sri Ningsih, *pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

terhadap masyarakat sehingga nantinya masyarakat terpikat untuk menggunakan hotel ini sebagai tempat untuk istirahat.

Peneliti melakukan penggalan informasi secara lebih lanjut terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh hotel kemuning PKPRI berikut ini hasil Observasi:

“Dalam pengamatan yang saya lakukan hotel ini mengalami perbedaan yang signifikan baik dari fasilitas maupun dari strategi pemasarannya, yang mana fasilitas yang ada di hotel ini mengalami perubahan yang artinya dilakukan sebuah perbaikan untuk memberikan fasilitas yang baik terhadap pengguna hotel ini, selain itu strategi yang dilakukan sudah mengalami suatu pergeseran dari yang dulunya hanya mengandalkan secara offline sekarang sudah bergerak aktif di berbagai social media/internet, sehingga dari situlah masyarakat mampu menyerap informasi terkait hotel kemuning Pkpri ini”

Untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh hotel kemuning PKPRI, peneliti mencoba menanyakan secara langsung kepada Ibu Qurrotul Uyun selaku kasir di hotel Kemuning PKPRI terkait pemasaran yang dilakukan, berikut ini informasi dari hasil wawancara:

“Terkait strategi pemasaran pada hotel ini, menggunakan dengan dua cara yang pertama melakukan strategi pemasaran secara online dan yang kedua melakukan secara offline, bentuk strategi pemasaran online yaitu dengan menggunakan aplikasi yaitu traveloka, selain sudah bermitra dengan beberapa aplikasi tersebut kami masih menggunakan sosial media lainnya untuk memberikan informasi terhadap khalayak umum seperti menggunakan IG, Facebook dari soaial media kami bisa memberikan suatu pengumuman terkait hotel ini, dengan membuat pamflet yang keren sehingga orang tertarik untuk membaca informasi ini sedangkan bentuk strategi pemasaran offlinenya yaitu melalui media cetak seperti banner, dan poster sehingga hal ini ditempel di tempat yang banyak masyarakat pendatang atau tempat berkumpulnya masyarakat”⁵

Hotel ini menggunakan aplikasi yaitu traveloka untuk memperluas promosi pemasarannya selain itu menggunakan sosial media untuk mempercepat

⁵ Qurrotul uyun, *kasir di hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

informasi terhadap masyarakat, hal ini dibenarkan dengan apa yang disampaikan oleh Nuradiyanto selaku tata usaha beliau menyampaikan berikut wawancaranya:

“Hotel Kemuning ini sudah melek teknologi, hal ini menjadi suatu kewajiban untuk bagaimana mengembangkan skil dan kemampuan dalam menggunakan teknologi itu sendiri dikarenakan sekarang sudah berbeda sengan zaman dulu, sekarang pasarpun tidak hanya berbentuk fisik akan tetapi berbentuk platform sehingga kami beradaptasi menggunakan teknologi sebagai salah satu pemasaran dalam memberikan informasi terkait hotel kemuning disini, jadi sekarang secara strategi pemasaran kami juga menggunakan cara yang terbaru menggunakan teknologi”⁶

Melihat dari apa yang disampaikan oleh Nuradiyanto disitu dapat kita ambil informasi bahwa hotel kemuning ini sudah mulai melihat pentingnya sebuah teknologi sehingga disini mengembangkan bagaimana cara menggunakan teknologi, karena dari teknologi ini pembaharuan dari stratregi pemasaran akan terlaksana hal ini di pertegas oleh Ibu Sri Indah Wahyuni selaku manager Berikut ini penegasannya:

“Hotel Kemuning PKPRI ini memang sudah menggunakan aplikasi traveloka bahkan sudah sangat gencar melakukan promosi menggunakan media sosial seperti IG dan FB yang memang saat ini menjadi primadona sosial media, Setelah melakukan kerja sama dengan apikasi oyo dan traveloka serta dengan menggunakan sosial media ada peningkatan yang signifikan setiap bulannya sejak saat itu hotel kemuning sudah banyak dikenal oleh masyarakat, dengan adanya kerja sama mengikuti perkembangan zaman yang sudah melalui media digital berdampak positif bagi perusahaan.”⁷

Dari keterangan Ibu Sri Indah disitu hotel Kemuning PKPRI mengalami suatu perkembangan dengan adanya strategi yang terbaru yaitu menggunakan internet atau social media sehingga masyarakat memiliki informasi terkait tempat penginapan yang enak dan murah, hal ini sesuai atas apa yang disampaikan oleh Dimas selaku Pengguna Hotel Kemuning PKPR berikut penyampaiannya:

⁶ Nuradiyanto, *Bagian Tata Usaha*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

⁷Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

“Saya bukan asli pamekasan, tapi saya sedang berlibur dipamekasan sehingga saya menginap di hotel Kemuning PKPRI ini, saya sebelum berangkat ke pamekasan mencari informasi terlebih dahulu di aplikasi Traveloka”⁸

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa memang pengguna hotel mendapatkan suatu informasi di internet sehingga dapat memutuskan menjadikan hotel Kemuning PKPRI tempat untuk beristirahat, hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Nuruddin selaku pengguna dari hotel kemuning berikut penyampaianya:

“sebelumnya saya tau hotel ini dari temen, yang mengatakan bahwa dipamekasan ada hotel yang murah akan tetapi masih nyaman untuk ditempati, dari situlah saya sambil lalu cari informasi terkait hotel kemuning ini, melihat dari aplikasi traveloka eh ternyata harga yang ditawarkan sangat berfariatif”⁹

Dari sini bisa kita ambil kesimpulan terkait pengguna hotel kemuning diatas mengetahui informasi ini dari temennya akan tetapi masih mencari informasi terkait harga yang ditawarkan hotel ini melihat di aplikasi traveloka.

Melihat hotel kemuning ini adalah hotel yang sudah lama berdiri sehingga perbaikan-perbaikan itu dilakukan untuk memberikan yang terbaik dan juga menetap suatu harga yang relative murah bahkan bisa di bilang sangat murah hal ini senada dengan penyampaian Haris Berikut hasil wawancaranya:

“Saya memutuskan hotel Kemuning PKPRI sebagai tempat untuk beristirahat karena memang dari berbagai penginapan yang ditawarkan di Pamekasan hotel ini harganya menengah kebawah bahkan bisa dikatakan murah, dan pelayanan yang baik bahkan yang ditawarkan berkualitas sehingga dari situlah saya tertarik untuk beristirahat di hotel kemuning ini”¹⁰

Dari penyampaian Haris disini ada beberapa alasan sehingga membuat keputusan sehingga menjadikan hotel kemuning ini tempat untuk beristirahat,

⁸ Dimas, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

⁹ Nuruddin, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

¹⁰ Haris, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

yaitu karena pelayanan yang ditawarkan sangat baik, produk yang ditawarkan menarik bahkan harganya itu bisa dikatakan murah.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan usaha harus ada strategi dalam mengembangkan usahanya dan memberikan yang terbaik terhadap pelanggannya serta menetapkan suatu harga yang sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Peneliti juga melakukan Pengamatan terkait informasi Hotel Pkpri dan juga terkait kenapa memilih hotel ini sebagai tempat untuk bermalam atau untuk beristirahat berikut ini hasil pengamatannya:

“Dalam pengamatan yang saya lakukan memang benar bahwa hotel disini melakukan secara aktif terkait promosi yang dilakukan menggunakan social media sehingga kecepatan informasi tersebut dapat langsung tersampaikan terhadap masyarakat dari situlah masyarakat mengetahui terkait hotel kemuning dan pada akhirnya dijadikan suatu pertimbangan selain itu juga saya mengamati terkait harga yang ditawarkan itu menengah kebawah bahkan bisa dikatakan relative murah serta produk yang ditawarkan itu kualitas yang baik sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menjadikan hotel ini tempat untuk beristirahat”

Persoalan penetapan harga hal itu turut menentukan terkait berhasil atau tidaknya suatu pemasaran produk, harga disini bukan hanya persoalan termurah dan termahal akan tetapi akan tetapi dalam menentukan harga harus melihat berbagai factor diantaranya harga pokok barang, kualitas dari barang, dan kemampuan bayar masyarakat hal ini menjadi penting untuk diperhatikan ini sesuai yang disampaikan oleh Sri Indah Wahyuni selaku manager berikut ini pemaparannya:

“Harga yang ditawarkan dalam hotel ini bisa dikatakan sangat murah akan tetapi tetap memperhatikan fasilitas yang disediakan untuk sebaik dan nyaman mungkin”¹¹

¹¹Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

Atas apa yang disampaikan oleh Ibu Sri Indah Wahyuni dapat diberikan penjelasan bahwa dalam menetapkan harga tetap memperhatikan daya kemampuan dari masyarakat sehingga harus menyesuaikan dengan keadaan, dan juga meskipun harga yang ditetapkan itu murah akan tetapi fasilitas dan pelayanan tetap diberikan yang paling baik. Hal ini senada atas apa yang disampaikan Umar Moyo selaku Bag. Perhotelan, berikut hasil wawancara:

“Harga yang ditetapkan di hotel kemuning ini sudah murah karena kami tetap memperhatikan kemampuan masyarakat pamekasan artinya tetap menyesuaikan dengan daerah atau keadaan meskipun hotel bukan cuman hanya untuk masyarakat pamekasan, kami tetap menetapkan harga memperhatikan daya kemampuan masyarakat, meskipun murah harga yang kami tetapkan kami tetap memperhatikan fasilitas yang diberikan¹²

Tabel 4.2
Daftar Harga, Klasifikasi dan Harga

NO	KLASIFIKASI	2 BAD	3 BAD	FASILITAS
1	Vip	Rp. 350.000		Full Fasilitas, Break Fast, Jaringan Wi Fi
2	Deluxe	Rp.150.000		Ac, Tv 21 Inc,km dlm, Welcome Drink dll
3	Standart Ac	Rp.125.000		Ac, Tv 14 Inc,km dlm, Welcome Drink dll
4	Ekonomi Ac		Rp.70.000	Ac, Km Lar , km dlm, Welcome Drink dll
5	Ekonomi	Rp.50.000	Rp.60.000	Kipas Angin, km dlm, Welcome Drink dll

Sumber: Dari Abdurrahman Salah Satu Karyawan Hotel Kemuning PKPRI, Profil Pusat Koperasi

Pegawai Republik Indonesia (PKP-RI) Kabupaten Pamekasan dikirim melalui (E-Mail:pkpri.pamekasan@yahoo.com)

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui penetapan harga di hotel kemuning Pkpri ini sangat murah dengan fasilitas yang tidak murahan, hal ini selaras dengan pengamatan yang peneliti lakukan, berikut ini hasil Pengamatannya:

¹² Umar Moyo, *Selaku Bag. Pehotelan di Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

“hasil pengamatan yang saya lakukan adalah melihat dari fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel, dan ternyata memang fasilitas yang diberikan itu sudah lumayan bagus dan baik baik dari kamar, wifi, musholla, room meting dan fasilitas lainnya dan juga pelayanan yang dilakukan itu sangat diperhatikan artinya diberikan pelayan yang baik”

Perbaikan-perbaikan selalu dilakukan dengan tetap mengikuti keadaan dan zaman yang akan dihadapi sehingga dari situlah suatu usaha yang dilakukan minimalnya bertahan apalagi sampai mengalami perkembangan. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui perkembangan dari hotel kemuning Pkpri ini sehingga peneliti langsung menanyakan langsung kepada manager hotel ini, berikut wawancaranya:

“Dari awal dibukanya hotel ini pasti mengalami suatu perkembangan, dari sebelum saya menjabat sebagai manager itu sudah ada perkembangan, dan ketika saya menjabat sebagai manager perbaikan-perbaikan selalu saya lakukan seperti dari strategi pemasaran, dan penetapan harga serta dari fasilitas dll, itu semua saya perbaiki sehingga hotel disini masih bertahan dikala banyak bermunculan hotel-hotel modern di pamekasan”¹³

Dapat diberi kesimpulan hotel kemuning Pkpri ini mengalami suatu perkembangan dari masa-kemasa, dengan tetap memperhatikan cara memasarkan dan harga yang ditawarkan sehingga sampai hari ini masih bisa bertahan, cuman dalam mempertahankan banyak hambatan yang harus dihadapi dan diselesaikan apalagi tahun 2020 negara kita diserang wabah covid-19 hal ini disampaikan oleh Umar Moyo Selaku Bag. Perhotelan berikut wawancaranya:

“Kami untuk mempertahankan hotel ini sangatlah luar biasa sulit ditengah banyaknya hotel modern yang bermunculan dipamekasan ditambah lagi dengan keadaan yang tidak menentu karena adanya wabah covid-19 yang melanda Negara kita, sehingga kami perlu memutar otak untuk mempertahankan hotel ini”¹⁴

¹³Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

¹⁴ Umar Moyo, *Selaku Bag. Pehotelan di Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

Hal ini dapat diberikan kesimpulan bahwa dalam mempertahankan usaha tidaklah mudah apalagi dimasa pandemi ini, hal ini diperjelas oleh Ibu Sri Indah Wahyuni selaku manager hotel Kemuning Pkpri, berikut penjelasannya:

“Pada masa pandemi kemarin memang tidak bisa dipungkiri banyak merugikan masyarakat bahkan dikalangan dunia usaha sangat terkena dampaknya, bahkan hotel Kemuning Pkpri juga terkena dampaknya apalagi ketika diberlakukan PPKM itu sangat melumpuhkan sangat jelas ini suatu tantangan yang sangat luar biasa, akan tetapi saya bekerjasama dengan tim tetap mempertahankan hotel ini meskipun kurang adanya pemasukan, akan tetapi cobaan ini bisa kita lewati sehingga hari ini sudah mulai pulih kembali, maka dari itu sekali lagi kami harus mengubah strategi pemasaran”¹⁵

Pada tahun 2020 itu Negara kita dilanda pandemic yang mengakibatkan banyak liding sector yang terdampak bahkan dunia usaha sangat terkena dampaknya, dari yang disampaikan diatas dapat diketahui bahwa pada masa pandemic ini adalah hambatan yang besar sehingga harus berjuang untuk mempertahankan.

3. Strategi Pemasaran Hotel Kemuning PKPRI Pamekasasan Dalam Perspektif Islam

Setiap kegiatan perlu adanya terkait strategi, atau cara untuk bagaimana menjalankan kegiatan, sama halnya dalam dunia usaha begitu penting adanya yang namanya strategi untuk bagaimana mempertahankan bahkan untuk bersaing dalam mengembangkan usaha, strategi ini adalah salah satu komponin utama karena memang dalam kegiatan usaha begitu banyak pesaing-pesaing sehingga distulah cara ataupun stratrgi baik dari segi pemasaran ataupun pengenalan produk yang akan kita jual.

¹⁵Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

Strategi pemasaran syariah itu harus tetap memperhatikan nilai-nilai kebenaran berupa kejujuran dalam mengerjakan sesuatu ataupun dalam menawarkan sesuatu, hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh bapak Umar Moyo Selaku Bag. Perhotelan, berikut wawancaranya:

“Kami dalam melakukan suatu pemasaran itu benar-benar disesuaikan dengan keadaan artinya tidak ada kebohongan visual yang dilakukan, contoh seperti fasilitas yang ditawarkan itu diperjelas dan harganya juga diperjelas sehingga nantinya pelanggan tidak merasa dibongi”¹⁶

Dapat diambil kesimpulan dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh hotel pkpri ini mengedepankan suatu kebenaran dan kejujuran terhadap khalayak yang mana distu dapat kita lihat bahwa tetap memperjelas fasilitas yang akan di dapat dengan harga yang jelas yang ditetapkan, hal ini dipertegas oleh manager hotel kemuning Pkpri Ibu Sri Indah Wahyuni, berikut penegasannya:

“Dalam melakukan pemasaran baik secara online maupun offline saya tetap menekankan harus sesuai dengan keadaan tidak boleh memberikan berita kebohongan terhadap masyarakat, jika keadaannya bagus maka yang dinformasikan itu baik tapi sebaliknya jika keadaannya tidak baik atau kurang baik maka sampaikan keadaan itu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, artinya saya menekankan arti suatu kejujuran dan kebenaran itu sendiri sehingga diharapkan dapat memberikan kepercayaan terhadap pelanggan”¹⁷

Dari penegasan diatas dapat dilihat bahwa memang dalam melakukan pemasaran itu tetap disesuaikan dengan keadaannya, sehingga hal ini akan memberikan kepercayaan terhadap pengguna hotel ini. Dalam hal ini peneliti coba menanyakan terkait pemasaran yang dilakukan oleh hotel kemuning pkpri disini, berikut ini hasil wawancaranya:

¹⁶ Umar Moyo, *Selaku Bag. Pehotelan di Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

¹⁷Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

“Saya akui dalam melakukan pemasaran disini memang sangat detail bahkan segala yang ada itu diberitahukan secara jelas dan jujur, artinya ketika di menawarkan di harga sekian ini yang didapatkan itu diperjelas, jika ada yang rusak atau tidak berfungsi itu disampikan dengan jujur sehingga saya tidak merasa dibohongi”¹⁸

Hal serupa juga disampaikan oleh pengguna hotel lainnya, berikut penyampaianya:

“Saya bermalam di hotel ini merasa tidak rugi karena sangat sesuai dengan yang ditawarkan, artinya terkait wifi, makan bahkan tempat tidurpun itu sesuai dengan yang ditawarkan tentunya dengan harga yang menyesuaikan, bahkan secara pelayanan sangat baik yang diberikan oleh pengelola sehingga saya merasa nyaman di tempat ini”¹⁹

Dari wawancara diatas dapat di ambil kesimpulan pengguna dari hotel kemuning pkpri ini merasakan kepuasan baik dari segi pelayanan yang diberikan sampai terkait kejelasan dan keseuian informasi yang diberikan sehingga dari mereka tidak merasa dibohongi dan tidak kecewa sehingga mereka memberikan kepercayaan terhadap hotel ini.

Kepuasan pelanggan menjadi suatu penyokong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Peningkatan kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Dalam hotel ini kepuasan pelanggan menjadi suatu tujuan sehingga pelayanan yang diberikan itu sangat diperhatikan, hal ini disampaikan langsung oleh manager hotel kemuning Pkpri Ibu Sri Indah Wahyuni

“saya selaku manager selalu menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tujuan sehingga memberikan pelayanan yang baik itu menjadi suatu kewajiban seperti memberikan petunjuk atau pengarahan untuk yang

¹⁸ Heri, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

¹⁹ Putri, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

membutuhkan, menjaga kebersihan, memberikan sapa senyum yang luar biasa supaya pengguna hotel ini merasa puas dan senang”²⁰

Dari apa yang disampaikan manager diatas itulah suatu keseriusan bahwa kepuasan pelanggan menjadi tujuan sehingga selain memberikan kejujuran terkait informasi juga harus meberikan suatu pelayanan yang baik terhadap semua pengguna hotel pkpri ini, hal ini diperjelas oleh Ita Maretnawati selaku Resepsiones berikut wawancaranya:

“Untuk memberikan kepuasan untuk pelanggan kami semua karyawan memberikan pelayanan sepenuh hati, seperti tetap menjaga kebersihan lingkungan, tetap menjadi pengarah bagi pengguna hotel yang membutuhkan, memberikan senyuman kepada para pengguna hotel dan memperhatikan fasilitas-fasilitas yang akan kita berikan”²¹

Hal ini dipertegas oleh Eka Sari Selaku Karyawan Hotel kemuning Pkpri berikut penegasannya:

“saya selaku karyawan harus memberikan pelayanan yang baik seperti ramah tamaha, mengedepankan komonikasi yang baik dengan pengguna hotel, harus selalu murah senyum, saling menyapa, hal ini adalah salah satu cara strategi pemasaran yang kami lakukan artinya dengan hal ini kita mengharapkan kepuasan pelangga itu sendiri sehingga nantinya pengguna hotel ini merasa nyaman dan menceritakan kenyamanan yang didapat terhadap orang lain”²²

Dari hasil wawancara disini adalah memang benar memberikan pelayananyang baik untuk memberikan rasa kepuasan terhadap pengguna hotel hal ini dibenarkan oleh salah satu pengguna hotel kemuning Pkpri ini, berikut penyampaiannya:

“saya selama menggunakan hotel disini merasakan nyaman, merasa tidak rugi karena pelayanan yang bagus yang terus diberikan kepada saya, yang paling saya senangi adalah ramah tamah dari karyawan hotel ini, selalu

²⁰Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

²¹ Ita Maretnawati, *Resepsiones Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

²²Eka Sari, *Karyawan Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

mengecek keadaan fasilitas yang disediakan, menjaga kebersihan lingkungan sehingga suasananya itu nyaman”²³

Hal ini senada yang disampaikan oleh hilman selaku pengguna hotel kemuning berikut penyampaiannya:

“saya selam dihotel ini merasa senang karena semua karyawan murah senyum, sapa menyap, bahkan sangat menghormati pengguna hotel disini”²⁴

Peneliti mencoba memastikan dengan mengamati terkait pelayanan yang diberikan kepada pengguna hotel:

“Berdasarkan observasi yang saya lakukan itu memang benar adanya dalam memberikan pelayanan semua karyawan melakukan yang terbaik, memang selalu mengecek fasilitas-fasilitas yang akan diberikan kepada pengguna, selalu menjaga kebersihan, bahkan tetap mengedepankan etika sopan santun”

Selain pelayanan harga juga menjadi suatu penilaian terhadap pelanggan, karena kesesuaian harga dan apa yang akan di dapatkan itu menjadi hal penting bagi pelanggan, sehingga Ibu Sri Indah Wahyuni menegaskan terkait penetapan harga berikut ini penegasannya:

“Harga yang ditetapkan itu menyesuaikan dengan fasilitas yang diberikan, bahkan untuk harga itu sangat murah dan tetap mendapatkan fasilitas yang baik, contoh kamar yang paling murah itu harga 50.000 ribu dengan fasilitas 2 Bad dan ada kiipas Angin, kamar mandi didalam, Welcome Drink, menggunakan wifi secara gratis dll”²⁵

Dari penyampaian ibu manager itu dapat diambil kesimpulan meskipun harganya murah fasilitas yang ditawarkan/diberikan itu sangat banyak dan baik.

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Hotel Kemuning PKPRI Pamekasan

²³ Heri, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

²⁴ Hilman, *Pengguna Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

²⁵ Sri Indah Wahyuni, *Manager Hotel Kemuning PKPRI*, wawancara Langsung, (18 Oktober 2021)

Berlandaskan data yang diperoleh dari lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa temuan-temuan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian pertama yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Melakukan perbaikan-perbaikan dari berbagai hal baik perbaikan sarana-prasarana sampai manajemen pelayanan dan produk yang ditawarkannya untuk mempertahankan hotel kemuning Pkpri
- b. Strategi pemasaran pada hotel ini, menggunakan dengan dua cara yang pertama melakukan strategi pemasaran secara online dan yang kedua melakukan secara offline, bentuk strategi pemasaran online yaitu dengan menggunakan aplikasi yaitu traveloka, selain sudah bermitra dengan beberapa aplikasi tersebut kami masih menggunakan sosial media lainnya untuk memberikan informasi terhadap khalayak umum seperti menggunakan IG, Facebook dari soaial media kami bisa memberikan suatu informasi
- c. Harga yang ditetapkan di hotel kemuning sudah murah karena dalam penetapan harga masih memperhatikan tempat dan wilayah sehingga kemampuan pelanggaran untuk membayar itu juga menjadi suatu pertimbangan terbukti dalam hotel ini ada yang paling murah harga 50 Ribu yang Ekonomi dan tetap mendapatkan fasilitas ada juga yang paling mahal VIP yang harganya sampai 350 Ribu tentunya dengan fasilitas yang lebih baik.
- d. Adanya perkembangan dari masa-kemasa, dari mulai buka sampai hari ini mengalami berbagai perkembangan baik dari sarana-prasaranya mapun dari manajemen pemasarannya.

- e. Melakukan suatu pemasaran itu benar-benar di sesuaikan dengan keadaan yang sebenar-benarnya contohnya seperti jika harga 50.000 Ribu akan mendapatkan Fasilitas sesuai dengan harganya artinya tidak melakukan promosi yang membohongi masyarakat
- f. Hotel kemuning PKPRI menerapkan nilai-nilai pemasaran
- g. Harga yang ditetapkan itu murah dengan kualitas pelayanan yang sangat baik dalam hal ini dibuktikan meskipun harga yang paling murah 50 Ribu itu tetap mendapatkan fasilitas seperti kipas angin, free wifi, free parkir dan masih banyak yang lainnya tentu tetap mendapatkan pelayan yang baik
- h. Mendapatkan fasilitas baik meskipun dengan harga yang paling murah, maksudnya disini harga yang ditetapkan itu bervariasi dari harga yang 50 Ribu sampai yang termahal di harga 350.000, yang harga 50 mendapatkan fasilitas kipas angin, Kamar mandi luar, serta fasilitas tempat berolah raga.

C. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Hotel Kemuning PKPRI Pamekasan

Pelaksanaan atau kegiatan suatu usaha adalah berbagai jenis usaha yang bergerak dalam bidang perekonomian diantaranya yaitu perdagangan, perindustrian, perjasaaan dan lain sebagainya.²⁶ Adabanyak yang melatar belakangi setiap usaha yang dilakukan terutama dalam mengembangkan perekonomian akan tetapi dalam usaha tidaklah mudah karena memang dizaman sekarang begitu banyak usaha-usaha baru yang bermunculan dan terkadang usahanya sama dengan

²⁶ Mohammad saidi, *Hukum Perusahaan di indonesia*, (Jakarta: Kencana,2016), hlm. 4

usaha yang kita lakukan, sehingga strategi pemasaran yang bagus itu sangat diperlukan dalam merintis dan menjalankan dunia usaha, karena dengan begitu usaha jika sudah dilakukan dan dijalankan dengan baik dan dipromosikan, dipasarkan dengan baik sehingga masyarakat tahu terkait informasi usaha maka kemungkinan besar untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usahanya itu sangat berpotensi.

Strategi di artikan sebagai suatu proses dalam membuat rencana bahkan dalam menentukan rencana para pemilik usaha yang melilik tujuan panjang yang ingin di capai.²⁷ Sedangkan pemasaran dilihat dari sudut pandang syariah adalah semua hal yang dioprasikan dalam kegiatan usaha berbentuk suatu kegiatan penciptaan nilai (*value creating activites*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang di landasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.²⁸

Melihat dari arti strategi dan juga pemasaran itu, dapat dijelaskan bahwa strategi pemasaran adalah suatu perencanaan jangka panjang dalam usaha untuk menumbuhkan suatu usaha atau suatu nilai sehingga berbagai cara dilakukan baik jangka panjang maupun jangka pendek seperti bagai mana cara memperkenalkan suatu prodak terhadap masyarakat, karena dengan adanya pemasaran masyarakat akan tahu informasi tentang produk yang kita tawarkan akan tetap dalam menawarkan harus mencari strategi yang tepat supaya efektif dan efisien.

²⁷ Husein Umar, *Strategic Management In Action* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), 32

²⁸ Abdullah Amrin, *Strategi pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta : Grasindo, 2007), 1.

Hotel kemuning PKPRI berdiri sudah sangat lama sehingga harus berbenah dalam berbagai hal untuk terus mempertahankan hotelnya. Sehingga ada beberapa tahap yang dilakukan oleh Hotel kemuning PKPRI diantaranya adalah yang pertama, melakukan suatu perencanaan kembali meskipun hotelnya sudah lama yang didirikan untuk bersaing dengan hotel-hotel yang bermunculan dalam tahap pertama ini hotel kemuning ini melakukan perencanaan seperti mencari referensi terkait pemasaran, setelah itu yang kedua melakukan pembenahan diberbagai lini baik secara tempat, fasilitas dan lingkungan sekitar, terbukti hotel kemuning ini melakukan perbaikan baik halaman, tempat tidur, dan sarana prasarana lainnya.

Fasilitas Hotel Kemuning PKPRI Pemekasan Dalam Memberikan Pelayanan Terbaik dalam memberikan pelayanan kepada para pengunjung/customer hotel juga selalu berusaha dan berupaya untuk memberikan yang terbaik kepada para pengunjung/customer hotel, guna memberikan rasa aman, nyaman bagi pengunjungnya. Hotel Kemuning PKPRI dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang akan mendukung pemberian pelayanan yang terbaik bagi para cutomernya. Tentunya pelayanan yang disediakan sesuai dengan prinsip syariah Islam. Karena tidak memungkiri bahwa fasilitas juga menjadi point utama untuk mnarik para pengunjung/customer untuk menginap di hotel tersebut.

Dengan demikian, pihak Hotel Kemuning PKPRI sudah menyediakan berbagai fasilitas yang sangat dibutuhkan oleh para pengunjung/customer hotel yang ingin menginap disana. Dengan fasilitas tersebut diharapkan mampu menumbuhkan loyalitas dari para pengunjung/customer hotel tersebut.

Berikut fasilitas yang disediakan oleh Hotel Kemuning PKPRI setelah melakukan perbaikan:

a. Kamar Hotel

Hotel Kemuning PKPRI menyediakan kamar hotel sesuai dengan produk yang dipesan oleh pengunjung/customer hotel yang ingin menginap disana.

Anantara lain yaitu:

Tabel 5.1
Daftar Harga, Kalsifikasi dan Fasilits

NO	KLASIFIKASI	2 BAD	3 BAD	FASILITAS
1	Vip	Rp. 350.000		Full Fasilitas, Break Fast, Jarinagn Wi Fi
2	Deluxe	Rp.150.000		Ac, Tv 21 Inc,km dlm, Welcome Drink dll
3	Standart Ac	Rp.125.000		Ac, Tv 14 Inc,km dlm, Welcome Drink dll
4	Ekonomi Ac		Rp.70.000	Ac, Km Lar , km dlm, Welcome Drink dll
5	Ekonomi	Rp.50.000	Rp.60.000	Kipas Angin, km dlm, Welcome Drink dll

Sumber: Dari Abdurrahman Salah Satu Karyawan Hotel Kemuning PKPRI, Profil Pusat Koperasi

Pegawai Republik Indonesia (PKP-RI) Kabupaten Pamekasan dikirim melalui (E-Mail: pkpri.pamekasan@yahoo0.com)

b. Musholla

Hotel Kemuning PKPRI menyediakan Musholla untuk para pengunjung/customer hotel yang beragama islam untuk melaksanakan sholat. Pihak hotel menyediakan masjid yang bersih dan aman untuk para pengunjung/customer hotel yang ingin shalat. Dimana dilengkapi dengan berbagai perlengkapan sholat seperti, mukenah, sarung, al-qur'an, sajadah, dan tempat wudhu serta kamar mandi yang suci khusus yang ingin sholat. Pihak hotel juga menerapkan untuk sholat berjamaah dan juga pengingat waktu sholat untuk para pengunjung yang menginap

c. Free Parkir

Hotel Kemuning PKPRI, menyediakan parkir gratis kepada seluruh pengunjung/customer hotel yang menginap. Tentunya parkir yang disediakan 100% terjamin keamanannya. Parkiran yang disediakan pun sangat luas, aman, dan juga sangat bersih

d. Free Wifi

Hotel Kemuning PKPRI, menyediakan wifi gratis kepada seluruh pengunjung/customer hotel yang menginap. Tentunya hal ini sangat bermanfaat bagi para pengunjung hotel

e. Kamar Mandi

Hotel Kemuning PKPRI, menyediakan kamar mandi juga, kamar mandi disetiap kamar, kamar mandi khusus karyawan, dan kamar mandi khusus yang ada di Mushollah. Kamar mandi yang disediakan pihak hotel sangat bersih dan nyaman. Kebersihan yang selalau dijaga guna memberikan kenyamanan bagi setiap individu yang ingin menggunakannya. Kamar mandi selalu dibersihkan setiap saat untuk menjamin kebersihan dan kenyamanan serta meminimalisir terjadinya keluhan diakibatkan kurang bersihnya kamar mandi sehingga mengganggu individu yang menggunakannya.

Gedung utama berkapasitas 0 S/d 800 undangan, Meeting Room Lantai II Full Ac kapasitas 0 S/d 130 undangan, Meeting Room Executive Class Full Ac Kapasitas 0 s/d 130 undangan , Gedung Hall Atas Full Ac kapasitas 25 undangan, Lobby Room, Lapangan Badminton

Hotel Kemuning PKPRI mengalami perbedaan yang signifikan baik dari fasilitas maupun dari strategi pemasarannya, yang mana fasilitas yang ada di hotel ini mengalami perubahan yang artinya dilakukan sebuah perbaikan untuk

memberikan fasilitas yang baik terhadap pengguna hotel Kemuning PKPRI, selain itu strategi yang dilakukan sudah mengalami suatu pergeseran dari yang dulunya hanya mengandalkan secara offline sekarang sudah bergerak aktif di berbagai social media/internet, sehingga dari situlah masyarakat mampu menyerap informasi terkait hotel kemuning Pkpri.

Strategi pemasaran pada hotel Kemuning PKPRI , menggunakan dengan dua cara yang pertama melakukan strategi pemasaran secara online dan yang kedua melakukan secara offline, bentuk starategi pemasaran online yaitu dengan menggunakan aplikasi yaitu traveloka, selain sudah bermitra dengan beberapa aplikasi tersebut kami masih menggunakan sosial media lainnya untuk memberikan informasi terhadap khalayak umum seperti menggunakan IG, Facebook dari soaial media kami bisa memberikan suatu pengumumann terkait hotel Kemuning PKPRI, dengan membuat pamflet yang keren sehingga orang tertarik untuk membaca informasi ini sedangkan bentuk strategi pemasaran offlinenya yaitu melalui media cetak seperti banner, dan poster sehingga hal ini ditempel di tempat yang banyak masyarakat pendatang atau tempat berkumpulnya masyarakat. Dengan demikian hotel kemuning PKPRI masih bisa bertahan sampai hari ini karena sudah melakukan berbagai upaya perbaikan dan dengan hal itu hotel ini masih bisa menarik minat masyarakat lokal mapun luar daerah karena memang harga yang ditawarkan begitu murah dengan fasilitas dan pelayanan yang baik.

2. Strategi Pemasaran Hotel Kemuning PKPRI Pamekasasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Unit usaha yang telah dirintis dan dilihat ataupun diketahui oleh banyak orang itu termasuk dalam unit usaha yang berkembang, perlu disadari bahwa hal itu berhasil dalam membangun atau memulai suatu usaha, artinya dalam pengembangan usaha perlu strategi yang harus dilakukan semisal strategi pemasarannya yang mana harus betul-betul diperhatikan untuk memperkenalkan brand, prodak terhadap banyak orang, melakukan inovasi-inovasi terkait tempat atau prodak yang akan di pasarkan sehingga dengan hal itu akan mampu bersaing di pasaran.

Memperhatikan terhadap hal yang akan ditawarkan kepada banyak orang seperti halnya melakukan inovasi prodak/tempat yang akan dipasarkan sesuai atau tidak dengan keinginan banyak orang, serta juga memperhatikan biaya produksi dan transaksi supaya bisa menjual dengan harga yang relative untuk semua kalangan sehingga dengan hal demikian mampu mendsatangkan banyak orang atau banyak peminatnya, dalam dunia usaha harus terus melakukan survei lapangan untuk mengetahui perkembangan dan hal apa saja yang diinginkan masyarakat sehingga nanti bisa menawarkan suatu prodak atas dasar kebutuhan dan keinginan banyak orang, dalam prodak yang dipasarkan perlu memperhatikan kualitas sehingga akan menjadi suatu kepuasan tersendiri bagi banyak orang, selain melakukan inovasi terhadap prodak perlukiranya juga memperhatikan tempat yang akan ditawarkan terhadap banyak orang juga, maka dari harus melakukan inovasi sehingga yang ditawarkan akan selalu sesuai dengan keinginan banyak orang.

Hotel kemuning PKPRI melakukan suatu pemasaran dengan sebenar-benarnya artinya melakukan promosi sesuai dengan keadaan yang ada dilapangan

sehingga hal ini sudah sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai Islam seperti mengedepankan kebenaran atau kejujuran dalam sebuah bisnis, seorang pelakunya tidak boleh melakukan kebohongan atau terlalu melebih-lebihkan produk yang dijual atau melakukan promosi yang menipu masyarakat dengan tujuan supaya orang tertarik dan berminat untuk menggunakan hotel. Yang selanjutnya melakukan yang terbaik seperti memberikan hal yang diinginkan pengguna hotel artinya dilayani dengan baik hal ini akan membuat pengguna merasa nyaman dan percaya dengan tanggung jawab yang dilakukan. Amanah memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Selanjutnya hotel kemuning menerapkan Komunikasi Nilai dasarnya ialah komunikasi, dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, koordinasi, mempunyai kendali dan supervisi.

Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari lapangan tepatnya di hotel Kemuning PKPRI , Strategi pemasaran pada hotel Kemuning PKPRI, ini sudah sesuai dengan syariat islam dalam melakukan stratege pemasaran, dalam melakukan pemasaran tetap memperhatikan suatu nilai yang berasaskan keislaman seperti mengedepankan nilai dari kejujuran dan kebenaran terbukti hal ini dilakukan dilapangan bahwa saat melakukan promosi itu menyesuaikan dengan keadaan tidak ada unsur penipuan visual yang dilakukan artinya dengan harga yang murah sangat diperjelas fasilitas apa yang didapatkan sehingga hal itu menjadi poin positif bagi hotel karena banyak respond an penilaian yang positif dari pengunjung hal ini menembuhkan rasa percaya pengunjung terhadap Hotel.

Rasa percaya yang diberikan oleh pengunjung kepada hotel itu diakrena rasa tanggung jawab yang terus dilakukan serta memberikan suatu pelayanan

yang memuaskan hal itu sangat sesuai dengan nilai pemasaran dalam perspektif islam.

