

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan, di antaranya sebagai berikut:

1. Karakteristik pemasaran syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, ialah: a). Religius, para karyawan diwajibkan shalat ketika sudah tiba waktunya. Apabila terdapat karyawan tidak menjalankan maka akan disanksi dengan membayar denda. b). Etika, para karyawan harus memiliki akhlak yang baik kepada seluruh pengunjung atau tamu hotel. c). Realistis, para karyawan hotel diwajibkan berpaakaian sopan, seperti: perempuan wajib mengenakan baju yang tidak ketat serta berjilbab, sedangkan laki-laki mengenakan celana keper. d). Humanis, para karyawan tidak boleh memilih-milih tamu dalam hal memberikan pelayanan, jika terdapat tamu yang cerewet, karyawan harus tetap wajib melayani tamu tersebut.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, ialah dengan memberikan produk (*product*) berupa fasilitas kamar sesuai standart serta pelayanan yang maksimal sehingga konsumen merasa puas, kebijakan memberikan harga (*price*) yang cukup terbilang terjangkau dan tidak akan menaikkan ataupun menurunkan harga dengan fasilitas seperti hotel berbintang lainnya, melakukan aktifitas promosi (*promotion*) sederhana melalui pemanfaatan

media sosial, sebagai strategi yang paling efektif, mempunyai tata letak (*place*) lokasi yang strategis dan brand image produk yang baik.

3. Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar hotel syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, ialah: kondisi persaingan bisnis perhotelan di Kabupaten Pamekasan yang tidak sehat, persepsi masyarakat yang salah terkait Cahaya Berlian Hotel Pamekasan hanya untuk tamu beragama Islam dan kurangnya dukungan Pemerintah Kabupaten Pamekasan terhadap bisnis syariah yang dijalankan oleh Cahaya Berlian Hotel Pamekasan.
4. Segmentasi yang digunakan dalam pemasaran Hotel Cahaya Berlian Berbasis Syar'iah, ialah: a). Secara Geografis Hotel Cahaya Berlian berada di Kabupaten Pamekasan yang masyarakatnya mayoritas adalah muslim sehingga target utama pasarnya adalah warga muslim di Madura; b). Faktor yang mempengaruhi konsumen atau pengungjung menginap di Hotel Cahaya Berlian dikarenakan berkonsep syari'ah. c). Hotel Cahaya Berlian berusaha menciptakan layanan yang halal dan penuh keberkahan kepada keluarga yang ingin mendapatkan ketenangan dan keberhakan selama menginap di Hotel Cahaya Berlian.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan pada pihak Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, di antaranya sebagai berikut:

1. Disarankan pihak Manajemen Cahaya Berlian Hotel Pamekasan untuk lebih meningkatkan perhatian terhadap penerapan ilmu-ilmu manajemen,

seperti strategi pemasaran dalam menjalankan usaha pelayanan jasa perhotelan terutama dalam peningkatan promosi hotel melalui media sosial agar minat konsumen untuk menginap lebih maksimal, karena memang di era digital sekarang ini peranan media sosial dapat membantu memperkenalkan produk atau jasa secara lebih luas kepada masyarakat.

2. Disarankan pihak Manajemen Cahaya Berlian Hotel Pamekasan dalam usaha memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada para tamunya maka perlu meningkatkan dan menambah fasilitas hotel, seperti lift sebagai penghubung antara lantai satu dengan lantai lainnya.

C. Keterbatasan Studi

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang dapat untuk diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan mendatang agar lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Minimnya jumlah informan, tentunya hal ini masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan oleh informan melalui wawancara terkadang tidak menunjukkan pendapat informan yang sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda setiap informan