

ABSTRAK

Muhammad Khirur Roziq, 2024, *Implementasi Manajemen Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar Hotel Syariah Pada Cahaya Berlian Hotel Di Pamekasan*, Tesis: Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Madura, Pembimbing:

Kata Kunci: *Marketing Syariah, Segmentasi Pasar, Hotel Syariah*

Persaingan bisnis dalam mendapatkan konsumen pada Hotel syariah di Pamekasan perlu didukung oleh adanya sumberdaya manusia yang mampu bekerja memberikan pelayanan baik. Disinilah tugas dan peranan penting dari pemasaran suatu usaha hotel agar dapat meningkatkan volume penjualan jasa dari waktu ke waktu. Ini mutlak harus dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi dan membangun sistem informasi manajemen yang dibutuhkan oleh hotel. Fokus utama dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui karakteristik pemasaran syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah dan faktor faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, segmentasi yang digunakan dalam pemasaran Hotel Cahaya Berlian Berbasis Syar'iah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dilakukan cek keabsahan dengan dengan kredibilitas, transferability, dependability dan confirmability.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, karakteristik pemasaran syariah pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, ialah: religius, etika, realistis, humanis; *kedua*, 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 dan berprinsip syar'ah. Adanya fasilitas ibadah dengan solat berjemaah dalam masjid dan tulisan-tulisan syar'ah serta dilarangnya tamu menginap lain jenis dalam satu kamar yang bukan pasangan suami isteri. Selain itu harga cukup terjangkau dan bersahabat sehingga konsumen merasa puas. Dalam Pemasaran Cahaya Berlian Hotel 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. *ketiga*, 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. *Keempat*, segmentasi yang digunakan dalam pemasaran Hotel Cahaya Berlian Berbasis Syar'iah, ialah warga muslim di Madura, dan berusaha menciptakan layanan yang halal dan penuh keberkahan kepada kepada tamu yang menginapnya.

ABSTRACT

Muhammad Khairur Roziq, 2024, Implementation of Sharia Marketing Management in Improving Sharia Hotel Market Segmentation in Hotel Cahaya Berlian Pamekasan. Thesis: Sharia Economics Study Program, IAIN Madura, Lecturer :

Keywords: Sharia Marketing, Market Segmentation, Sharia Hotels

Business competition in getting consumers at sharia hotels in Pamekasan needs to be supported by human resources who are able to work to provide good service. This is where the important task and role of marketing a hotel business is in order to increase the sales volume of services from time to time. This absolutely must be done by following technological developments and building the management information system needed by the hotel. The main focus of this research is to determine the characteristics of sharia marketing at Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, marketing strategies in increasing market segmentation for Sharia Hotels and factors that influence marketing strategies in increasing market segmentation for Sharia Hotels at Cahaya Berlian Hotel Pamekasan.

This research uses a qualitative approach with a descriptive type. Data collection was carried out by interviews, observation and documentation. Data analysis by data reduction, data presentation and drawing conclusions. The data obtained was checked for validity using credibility, transferability, dependability and confirmability.

The research results show that: first, the characteristics of sharia marketing at Cahaya Berlian Hotel Pamekasan are: religious, ethical, realistic, humanist; secondly, the marketing strategy in Improving the Sharia Hotel market segmentation at Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, is by providing products in the form of standard room facilities in the form of standard room facilities and maximum service and sharia principles. There are worship facilities with congregational prayers in the mosque and Sharia writings and it is prohibited for guests of other types of guests to stay in the same room who are not married couples. Apart from that, the prices are quite affordable and friendly so consumers feel satisfied. In the marketing of Cahaya Berlian Hotel, promotional activities are carried out through the use of social media, as the most effective strategy, having a strategic location and a good product brand image. thirdly, the factors that influence marketing strategies in increasing sharia hotel market segmentation at Cahaya Berlian Hotel Pamekasan, are: unhealthy conditions of hotel business competition in Pamekasan Regency, wrong public perceptions regarding Cahaya Berlian Hotel Pamekasan only for Muslim guests and lack of support Pamekasan Regency Government regarding the sharia business run by Cahaya Berlian Hotel Pamekasan.

مستخلص البحث

حمد خير رزق، 2024، تنفيذ إدارة التسويق الشرعي في زيادة تجزئة سوق الفنادق المتوافقة مع الشريعة في فندق كاهايا بيرليان في باميكاسان، الأطروحة: برنامج دراسة اقتصاديات الشريعة، الدراسات العليا، مشرف إيان مادوريز

للمات المفتاحية: التسويق الشرعي، تجزئة السوق، الفنادق الشرعية

حتاج المنافسة التجارية في الحصول على مستهلكين في فنادق الشريعة في باميكاسان إلى دعم من الموارد البشرية القادرة على العمل لتقديم خدمة جيدة. وهنا تكمن المهمة والدور المهم لتسويق الأعمال الفندقية من أجل زيادة حجم مبيعات الخدمات من وقت لآخر. ويجب أن يتم ذلك بالتأكد من خلال متابعة التطورات التكنولوجية الحالية وبناء نظام المعلومات الإدارية الذي يحتاجه الفندق. التركيز الرئيسي لهذا البحث هو تحديد خصائص التسويق الشرعي في فندق كاهايا بيرليان باميكاسان، واستراتيجيات التسويق في زيادة تجزئة السوق للفنادق المتوافقة مع الشريعة والعوامل التي تؤثر على استراتيجيات التسويق في زيادة تجزئة السوق لفنادق كاهايا بيرليان باميكاسان.

يستخدم هذا البحث منهجاً نوعياً من النوع الوصفي. تم جمع البيانات عن طريق المقابلات والملاحظة والتوثيق. تحليل البيانات عن طريق تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. تم التحقق من صحة البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام المصادقية وقابلية النقل والاعتمادية والتأكد

ظهرت نتائج البحث ما يلي: أولاً، خصائص التسويق الشرعي في فندق كاهايا بيرليان باميكاسان هي: دينية، أخلاقية، واقعية، إنسانية. ثانياً، تتمثل استراتيجية التسويق في زيادة تجزئة سوق فنادق الشريعة فندق داياموند لايت باميكاسان باميكاسان، في توفير المنتجات في شكل مرافق غرف قياسية في فندق وأقصى قدر من الخدمة ومبادئ الشريعة. توجد مرافق عبادة مع صلاة الجماعة في المسجد ومخطوطات شرعية ويمنع على الضيوف من أصناف أخرى من الضيوف الإقامة في نفس الغرفة من غير المتزوجين. وبصرف النظر عن ذلك، فإن الأسعار معقولة جداً وودية بحيث يشعر المستهلكون بالرضا. في تسويق فندق كاهايا بيرليان، يتم تنفيذ أنشطة ترويجية بسيطة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها الإستراتيجية الأكثر فاعلية، حيث تتمتع بموقع استراتيجي وصورة جيدة للعلامة التجارية للمنتج. ثالثاً، العوامل التي تؤثر على استراتيجيات التسويق في زيادة تجزئة سوق الفنادق المتوافقة مع فندق داياموند لايت باميكاسان، هي: الظروف غير الصحية للمنافسة التجارية الفندقية الشريعة في فندق للضيوف فندق داياموند لايت باميكاسان باميكاسان، والتصورات العامة الخاطئة فيما يتعلق بفندق في ريجنسي فيما يتعلق بأعمال الشريعة التي يديرها فندق باميكاسان المسلمين فقط، ونقص الدعم الحكومي فندق داياموند لايت باميكاسان