

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, yang semua kegiatannya menggunakan sistem syari'ah Islam sebagai dasar dalam rangka memenuhi kesejahteraan masyarakat. Jumlah penduduk Indonesia yang menganut agama Islam sejumlah 229,62 juta jiwa penganut muslim dari jumlah total penduduk Negara Indonesia sebesar 269,6 juta jiwa. Berkisar sekitar 87,2% dari jumlah penduduk di Indonesia¹. Dalam melakukan aktivitas ekonomi, sistem syari'ah sering kali digunakan hingga di sektor bisnis. Karena bisnis merupakan bagian dari aspek kehidupan yang dapat meningkatkan kesejahteraan manusia termasuk dalam bidang perhotelan.

Perkembangan usaha perhotelan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan perkembangan ekonomi dan pariwisata negeri ini. Di Jawa Timur sektor usaha perhotelan pada 2023 membaik seiring dengan pulihnya perekonomian. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur tingkat kunjungan wisatawan ke Jawa Timur melalui sepanjang Januari-November 2022 mencapai 53.529 kunjungan. Jumlah tersebut meningkat tajam 7.669 persen dibandingkan periode yang sama 2021 yang hanya sebanyak 689 kunjungan. Sedangkan jumlah hotel tahun 2021 sebanyak 3.815

¹ <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>

akomodasi yang tersebar di Jawa Timur². Beberapa usaha perhotelan yang ada di Jawa Timur termasuk perhotelan syariah.

Hotel syariah merupakan hotel yang menyediakan jasa dengan penginapan dengan pelayanan dan fasilitas yang dikelola secara syariah Islam³. Hotel syariah merupakan bagian dari sektor pendukung pada pariwisata halal. Pariwisata halal merupakan aktivitas yang ditopang beranekaragam pelayanan dan sarana yang memenuhi ketentuan syariah⁴. Bisnis perhotelan syariah kini telah berkembang menjadi industri yang handal menjadi salah satu penopang utama di dalam pembangunan pariwisata halal di negeri ini. Adapun konsep pelayanan syariah adalah mulai dari menu dan bahan makanan atau minuman yang disajikan hingga pelayanan tamu yang menginap menerapkan konsep islami, seperti tidak menerima pasangan pria dan wanita yang bukan muhrim, kemudia makanan yang disajikan juga halal, serta bentuk pelayanan syariah lainnya⁵.

Saat ini, Hotel Syariah sudah menjadi sebuah trend di beberapa kota sudah ada hotel berlabel Syariah. Bahkan banyak hotel hijrah dari sistem perhotelan konvensional menjadi hotel dengan prinsip syariah, yang kemudian di ikuti oleh hotel syariah di kota-kota lainnya termasuk di Pamekasan. Kabupaten Pamekasan merupakan kota dengan slogannya yang terkenal yaitu kota gerbang salam (Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami), tagline ini

²Peni Widarti. "Sektor Perhotelan Jatim 2023 Diproyeksi Makin Ramai", <https://surabaya-bisnis.com/read/20230106/532/1615654/sektor-perhotelan-jatim-2023-diproyeksi-makin-ramai>.
Download aplikasi Bisnis.com terbaru untuk akses lebih cepat dan nyaman di sini : Android: <http://bit.ly/AppsBisniscomPSiOS> : <http://bit.ly/AppsBisniscomIOS>

³ Muhammad Janitra Ryhan, *Hotel Syariah, Konsep Dan Perkembangannya*, 1st ed. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017). Hlm 13

⁴ Baharuddin and Hasan, "PERKEMBANGAN BISNIS HOTEL SYARIAH DI INDONESIA (Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah Di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat)."

⁵ <https://kominform.jatimprov.go.id/read/umum/37719>

diletakkan dipintu gerbang masuk Kabupaten Pamekasan dari arah Kabupaten Sampang ke Kabupaten Sumenep. Tujuan tagline ini untuk membangun kota yang islami atau religius, seperti religi penembahan Ronggo sukowati, pasarean batu ampar, pesarean kiyai ratoh sumber anyar masjid Asy-Syuhada, serta obyek wisata religi vihara avalokitesvara. Citra ini yang dibangun kabupaten Pamekasan sebagai Wisata Religi. Hal ini menjadi peluang bagi pengusaha perhotelan yang ada di Pamekasan. Usaha perhotelan juga sudah mulai berkembang di Kabupaten Pamekasan.

Kabupaten Pamekasan mempunyai tujuh usaha perhotelan terkenal yang beroperasi, diantaranya: 1) Azana Style Hotel Madura, 2) Odaita Hotel, 3) Cahaya Berlian Hotel, 4) New Ramayana Hotel, 5) OYO 2715 Hotel Madinah Syariah, 6) OYO 2708 Hotel Kemuning Syariah. Dari tujuh Hotel yang beroperasi ada 3 hotel yang menerapkan konsep syariah, yaitu Cahaya Berlian Hotel, Hotel Madinah Syariah, dan Hotel Kemuning Syariah. Dari beberapa hotel yang sudah beroperasi ini menjadi pesaing untuk mendapatkan konsumen dari hotel yang ada. Cahaya berlian hotel merupakan hotel yang sudah terkenal dengan konsep syariah oleh masyarakat Pamekasan.

Cahaya berlian hotel merupakan hotel di Pamekasan yang berbasis Syariah di Pamekasan. Hotel tersebut menisbatkan diri sebagai hotel syari'ah karena ada kegiatan-kegiatan syari'ah dan fasilitas syari'ah dalam hotel tersebut. Kegiatan syari'ah yang ada seperti sholat berjama'ah dan adzan disetiap waktu sholat serta ada suara MP3 Al-qur'an disetiap waktu kegiatan-kegiatan tersebut tidak pernah ada di hotel-hotel di Pamekasan atau Madura dan merupakan citra dalam syari'ah. Adanya musolla yang sangat memadai

dan ukurannya melebihi hotel yang ada di Pamekasan lainnya. Selain itu juga pada hotel tersebut tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, atau menyewakan produk atau jasa yang secara keseluruhan maupun sebagiannya dilarang dalam ketentuan syariah. Seperti dalam hal makanan, mengandung unsur babi, minuman beralkohol, perjudian, perzinaan, dan lain-lain. Karena pada dasarnya rambu-rambu syariah yang bersifat umum dalam menjalankan usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan adalah yang tidak mengandung unsur kezhaliman, kemungkaran, kemaksiatan maupun kesesatan yang terlarang dalam kaidah syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung serta tidak ada unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, resiko yang berlebihan dan membahayakan⁶. Konsep syar'ah dalam hotel bagian dari implikasi trend nya halal *lifestyle*.

Halal *lifestyle* atau gaya hidup halal merupakan gaya hidup yang menerapkan segala sesuatu yang halal atau yang tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam⁷. Sehingga dengan halal lifestyle ini seorang umat islam dalam memproduksi atau membeli suatu produk menggunakan layanan yang sesuai dengan hukum islam dan terdapat unsur kesehatan, keselamatan, keamanan, kemakmuran, dan juga martabat manusia. Pada dasarnya halal lifestyle tidak mempunyai tujuan untuk melakukan pembatasan atau pemaksaan. Akan tetapi i digunakan untuk mengenalkan kembali nilai-nilai ajaran Islam yang rahmatan lil'alamin⁸. Termasuk berbisnis hotel syariah yang mempunyai prinsip syariah itu dengan kaidah "*halallan thoyiban*". Dalam hal operasional pun, mulai dari

⁶ Basalamah, A. "Hadirnya Kemasan Syariah Dalam Bisnis Perhotelan Di Tanah Air." BINUS BUSINESS REVIEW, (2011). 2(2).

⁷ Nurul Zaidah, Muhtar Solihin , Muliadi. *Halal Lifestyle dan Wara' Lifestyle*. Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin. Vol. 2 No. 3 (Agustus 2022): 546-566 DOI: 10.15575/jpiu.v2i3.14440

⁸ Adinugraha, H. H. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 05(April), 57–81.

pakaian muslim untuk petugas hotel, seleksi tamu hotel, pemisahan tamu laki-laki dan perempuan yang akan menggunakan fasilitas, hingga pelarangan minuman beralkohol. Hal ini menjadi salah satu strategi dalam memasarkan hotel syar'ah di Kabupaten Pamekasan.

Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. (Sofjan dalam Rosaki)⁹.

Konteks penyusunan strategi Menurut Porter dalam Rosaki¹⁰ menyebutkan pemasaran memiliki 2 dimensi, yaitu dimensi saat ini dan dimensi yang akan datang. Dimensi saat ini berkaitan dengan hubungan yang telah ada antara perusahaan dengan lingkungannya. Sedangkan dimensi masa yang akan datang mencakup hubungan dimasa yang akan datang yang diharapkan akan dapat terjalin dan program tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Tjiptono dalam Utami, strategi pemasaran adalah alat *fundamental* yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani

⁹ Rosaki R. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran pada Hotel syariah Rauda Pekan Baru*. Tesis. Program pascasarjana Universitas Islam Riau Pekanbaru, hal 19

¹⁰ *Ibid*,...hal 19

pasar target tersebut. Strategi dan taktik pemasaran ini tentu harus mampu memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan yaitu mengalami peningkatan volume penjualan serta dapat mampu bersaing dalam setiap keadaan apapun, terutama pada saat-saat kondisi ekonomi dan politik yang kurang menguntungkan.¹¹

Adapun cara yang ditempuh setiap hotel untuk dapat bertahan atau bahkan bersaing dalam persaingan tersebut berbeda antara satu dengan yang lainnya. Untuk itulah dibutuhkan suatu kebijakan perencanaan sekaligus penerapan dan pelaksanaan strategi *marketing* (pemasaran) yang baik dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam. Disinilah pentingnya tugas dan peran pemasaran pada suatu hotel yaitu mengusahakan agar produk dan jasa serta pelayanan harus dapat mempertahankan, bahkan meningkatkan penjualan pada waktu berikutnya.

Melihat fenomena masalah yang terjadi, persaingan dalam mendapatkan konsumen pada Hotel syariah di Pamekasan perlu didukung oleh adanya sumberdaya manusia yang mampu bekerja memberikan pelayanan baik mulai dari tamu *chek-in* sampai *chek-out*. Untuk itu dibutuhkan suatu kebijakan dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam. Disinilah tugas dan peranan penting dari pemasaran suatu usaha hotel, yaitu mengusahakan agar kamar-kamar yang pada waktu-waktu sepi dapat terisi, selain itu agar dapat meningkatkan volume penjualan jasa dari waktu ke waktu. Ini mutlak harus dilakukan dengan

¹¹ Novia Widya Utami.,2019. Maksimalkan Strategi Pemasaran untuk Menyasar Pasar Lebih Luas.Mekari Jurnal.

mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi dan membangun system informasi manajemen yang dibutuhkan oleh hotel.

Dinamika dalam bisnis perhotelan menuntut agar suatu perusahaan mencermati realitas bisnisnya untuk itu kajian yang paling tepat adalah dengan melakukan tinjauan pemasaran. Dimana aspek pemasaran merupakan salah satu bagian dari perusahaan untuk menentukan keberhasilan. Strategi pemasaran tersebut adalah kebijakan dalam memasarkan prodaknya dengan baik untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan oleh pengusaha perhotelan. Untuk itu peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam terkait manajemen *marketing* perhotelan yang berada di Pamekasan dengan objek salah satu hotel yaitu cahaya berlian hotel yang menggunakan konsep manajemen syariah. Dengan demikian dari uraian dijelaskan, penulis akan mengadakan suatu penelitian yang berjudul judul “Implementasi Manajemen Marketing Syariah dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar Hotel Syariah di Cahaya Berlian Hotel Pamekasan”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel di Pamekasan?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel di Pamekasan?
3. Apa saja faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan?

4. Bagaimana segmentasi yang digunakan dalam pemasaran Hotel Cahaya Berlian Berbasis Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah;

1. Untuk menganalisis manajemen pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel di Pamekasan
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi Pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel di Pamekasan
3. Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar pada Cahaya Berlian Hotel Pamekasan
4. Untuk menganalisis segmentasi yang digunakan dalam pemasaran Hotel Cahaya Berlian Berbasis Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan serta pengembangan keilmuan mengenai pentingnya manajemen marketing syariah untuk meningkatkan segmentasi pasar perhotelan syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan, pengalaman, pemahaman tentang pengaruh strategi pemasaran dalam meningkatkan segmentasi pasar Hotel Syariah pada Cahaya Berlian Hotel di Pamekasan

- b. Bagi dunia pendidikan (Akademisi) bermanfaat untuk mengembangkan ilmu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan memperkaya khasanah terhadap jenis penelitian yang sama
- c. Bagi pengusaha perhotelan bisa dijadikan sebagai referensi dalam menjalankan usaha perhotelan khususnya perhotelan yang berbasis syariah.

E. Definisi Istilah

Ada beberapa istilah yang akan di definisikan agar dapat memahami istilah-istilah yang akan digunakan dalam penelitian ini dan supaya para pembaca memiliki anggapan dan pemahaman-pemahaman yang sama dan sejalan antara penulis dan peneliti dan juga para pembaca.

1. Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksana rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang).
2. Manajemen *marketing* syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis dengan bentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami.
3. Segmentasi pasar adalah pengelompokan/membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang sudah dibedakan menurut kebutuhannya. Karakteristik, maupun tingkahlaku yang kemungkinan membutuhkan produk yang tidak sama/beda.
4. Hotel syariah adalah hotel yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makanan dan minuman, serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola

secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah, industri, dan syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Sejauh penelusuran yang dilakukan penulis, ternyata ditemukan ada karya berupa hasil penelitian dalam bentuk tesis yang terkait dengan tema besar “Implementasi Manajemen *Marketing* Syariah dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar Hotel Syariah di Cahaya Berlian Hotel Pamekasan”. Karya penelitian yang dimaksud penulis antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kusmawati, dengan judul “*Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT NU Cabang Jombang Kota*”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Dengan adanya segmentasi pasar akan dapat mempermudah BMT NU Cabang Jombang Kota dalam melayani nasabah yang memiliki beragam karakteristik dan BMT NU Cabang Jombang Kota juga melakukan beberapa variabel segmentasi pasar yaitu segmentasi pasar berdasarkan demografis, geografis, psikografis dan perilaku. 2). Dalam meningkatkan jumlah nasabah BMT NU Cabang Jombang Kota melakukan promosi dengan cara turun langsung ke masyarakat melalui sosialisasi dari mulut ke mulut serta menjaga pelayanan untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah.¹²

¹² Kusmawati, *Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT NU Cabang Jombang Kota (Studi kasus Baitul Maal Wat-Tamwil NU Denanyar Cabang Jombang Kota)*, (Tesis: IAIN Kediri, 2022).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sulehani, dengan judul “*Strategi Segmentasi Pasar UMKM Di Masa Pandemi (Studi Mas Kuning-Kuning Palopo)*”. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan segmentasi pasar yang dilakukan oleh Mas Kuning Kuning Palopo membagi empat jenis segmentasi yaitu segmentasi perilaku, dimana menunjukkan bahwa Mas Kuning Kuning memiliki pengetahuan konsumen dari media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Selain itu, konsumen juga telah melihat lokasi Mas Kuning Kuning secara langsung dan dari mulut ke mulut. Reaksi konsumen sangat beragam, ada yang antusias menjadi pelanggan setia dan ada juga yang biasa-biasa saja. Hal ini didasarkan pada segmentasi psikografis dimana konsumen Mas Kuning-Kuning menghabiskan waktunya untuk berbagai aktivitas seperti bermain handphone dan mengobrol dengan teman. Hal ini dapat digunakan oleh pemasar untuk menjual produk mereka. Pekerjaan konsumen umumnya wiraswasta, berdasarkan segmentasi demografis di mana pasar didasarkan pada usia dari 6 hingga 60 tahun untuk jenis kelamin pria dan wanita.¹³
3. Penelitian yang dilakukan oleh Intisari dengan judul “*Analisis Segmentasi Pasar Pada Konsumen Minimarket Tiga EF Kediri*”. Peneliti menggunakan desain descriptive studies. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi data

¹³ Sulehani, *Strategi Segmentasi Pasar UMKM Di Masa Pandemi (Studi Mas Kuning-Kuning Palopo)*. (Tesis: IAIN Palopo, 2021).

primer berupa data kuantitatif, dengan melakukan penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 257 orang konsumen minimarket Tiga EF, kemudian dari data yang diperoleh, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan confirmatory factor analysis (CFA). Data yang telah valid dan reliabel untuk selanjutnya diolah melalui analisis cluster dengan menggunakan metode non-hierarchical clustering procedures. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya 2 cluster atau segmen yang terbentuk pada konsumen minimarket Tiga EF. Segmen yang terbentuk tersebut adalah modern services dan modern confidence dimana memiliki perbedaan karakter yang signifikan. Modern services adalah segmen konsumen yang lebih mengutamakan pelayanan dan modern confidence adalah segmen konsumen yang senang akan hal-hal baru dan senang mengikuti trend mode terbaru.¹⁴

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Kusmawati/ Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT NU Cabang Jombang Kota	Sama-sama membahas tentang segmentasi pasar	Penelitian ini fokus menggali tentang strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah dan perbedaan lainnya juga terletak di variabel, objek, dan fokus penelitiannya.
2.	Sulehani/ Strategi Segmentasi Pasar UMKM di Masa Pandemi (Studi Mas Kuning-Kuning Palopo)	Sama-sama membahas tentang segmentasi pasar	Penelitian ini fokus menggali tentang segmentasi pasar UMKM di Masa Pandemi dan perbedaan lainnya

¹⁴ Intisari, *Analisis Segmentasi Pasar Pada Konsumen Minimarket Tiga EF Kediri*, (Tesis: Universitas Gadjah Mada, 2010).

			juga terletak di variabel, objek, dan fokus penelitiannya.
3.	Intisari/ Analisis Segmentasi Pasar Pada Konsumen Minimarket Tiga EF Kediri	Sama-sama membahas tentang segmentasi pasar	Penelitian ini fokus menggali tentang segmentasi pasar pada konsumen minimarket dan perbedaan lainnya juga terletak di variabel, objek, dan fokus penelitiannya.