



**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA *GUEST HOUSE* THE  
WAHIDAH SYARIAH GENTENG BANYUWANGI**

*SHARIA MARKETING STRATEGY AT THE WAHIDAH SHARIA GUEST  
HOUSE GENTENG BANYUWANGI*

**SKRIPSI**

Oleh:  
**VIRLYA VRIZCY HARDITASARI**  
**NIM. 160810102020**

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2021**



**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA *GUEST HOUSE THE*  
*WAHIDAH SYARIAH GENTENG BANYUWANGI***

*SHARIA MARKETING STRATEGY AT THE WAHIDAH SHARIA GUEST  
HOUSE GENTENG BANYUWANGI*

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:  
**VIRLYA VRIZCY HARDITASARI**  
**NIM. 160810102020**

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2021**

## PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur dan segala kerendahan hati kepada Allah SWT serta mengucapkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak. selaku pembimbing utama yang telah sabar membimbing saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga kebaikan bapak di balas oleh Allah SWT.
2. Bapak Dr. Arnis Budi Susanto, S.E., M.Si. selaku pembimbing anggota yang telah memberikan arahan serta solusi atas kendala yang saya alami selama pembuatan skripsi. Semoga bapak sehat selalu dan berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Bapak Dr. Hari Sukarno, M.M., Ibu Dr. Lilis Yuliati, S.E., M.Si., dan Bapak Akhmad Munir, S.Th.I., M.A., CPHCM., CSF. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bimbingan sehingga sangat berguna dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.

**MOTTO**

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka dia akan membukakan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka-sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, sesungguhnya Allah melaksanakan kehendaknya, segala ketentuan itu telahpun ditakdirkan Allah”

(QS Ath-Thalaq 2-3)

“Ketahuilah bahwasanya kemenangan itu bersama kesabaran, dan jalan keluar itu bersama kesulitan, dan bahwasanya bersama kesulitan ada kemudahan”

(HR.Tirmidzi)

“Bekerja keras dan bersikap baiklah. Hal luar biasa akan terjadi”

(Conan O'Brien)

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Virlya Vrizcy Harditasari

NIM : 160810102020

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Strategi Pemasaran Syariah Pada Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 02 Juni 2021  
Yang Menyatakan,



Virlya Vrizcy Harditasari

NIM.160810102020

**SKRIPSI**  
**HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA *GUEST HOUSE* THE  
WAHIDAH SYARIAH GENTENG BANYUWANGI**

Oleh:

**Virlya Vrizcy Harditasari**

**NIM 160810102020**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Arnis Budi Susanto, S.E., M.Si.

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Syariah Pada Guest House The  
Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi  
Nama Mahasiswa : Virlya Vrizcy Harditasari  
NIM : 160810102020  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Ekonomi Pembangunan Islam  
Tanggal Persetujuan : 28 Mei 2021

Pembimbing I



Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak.

NIP. 1970042281997021001

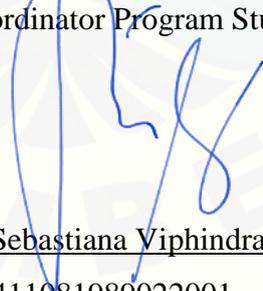
Pembimbing II



Dr. Arnis Budi Susanto, S.E., M.Si.

NIP. 760014663

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi



Dr. Dra. Sebastiana Viphindartin, M.Kes.

NIP. 196411081989022001

**PENGESAHAN**

**Strategi Pemasaran Syariah Pada *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Virlya Vrizcy Harditasari

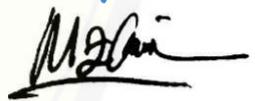
NIM : 160810102020

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

1.	Ketua	<u>Dr. Hari Sukarno, M.M.</u> NIP. 196105301988021001	
2.	Sekretaris	<u>Dr. Lilis Yuliati, S.E., M.Si.</u> NIP. 196907181995122001	
3.	Anggota	<u>Akhmad Munir, S.Th.I., M.A., CPHCM., CSF.</u> NIP. 760015748	



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dekan,



Prof. Dr. Isnah Fadah, M.Si.  
NIP. 196610201990022001

“STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA GUEST HOUSE THE WAHIDAH  
SYARIAH GENTENG BANYUWANGI”

**Virlya Vrizcy Harditasari**

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

**ABSTRAK**

*Guest House* The Wahidah Syariah merupakan satu-satunya penginapan yang menggunakan konsep syariah di wilayah Genteng Kabupaten Banyuwangi. Hadirnya penginapan berbasis syariah merupakan suatu persaingan antar pelaku bisnis penginapan, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat umat muslim yang menginginkan penginapan yang bersih dan halal.

Hal ini perlu adanya strategi pemasaran berbasis syariah agar mampu menarik tamu untuk membeli jasa yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi dalam penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran telah sesuai dengan prinsip pemasaran syariah yaitu memiliki kepribadian spiritual (Taqwa), berlaku adil (*Al-Adl*), tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, rela sama rela dan adanya hak khayar pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi), dan tidak curang (*Tadlis*).

Kata kunci : *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi, Strategi Pemasaran Syariah, Prinsip Pemasaran Syariah.

“STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA GUEST HOUSE THE WAHIDAH  
SYARIAH GENTENG BANYUWANGI”

**Virlya Vrizcy Harditasari**

Sharia Economics Study Program Faculty of Economics and Business  
University of Jember

**ABSTRACT**

*The Wahidah Syariah Guest House is the only inn that uses the sharia concept in the Tile area, Banyuwangi district. The presence of sharia-based lodging is a competition between lodging businesses, this is due to the needs of the Muslim community who want clean and halal lodging.*

*This requires a sharia-based marketing strategy to be able to attract guests to buy the services offered. This study uses a qualitative descriptive method to determine the implementation and management of sharia marketing strategies carried out by The Wahidah Syariah Genteng Guest House.*

*The results of this study indicate that The Wahidah Syariah Genteng Guest House in the application and management of marketing strategies has been in accordance with sharia marketing principles, namely having a spiritual personality (Taqwa), being fair (Al-Adl), responsive to change, doing the best in terms of products and price, voluntary and khiyar rights to the buyer (right of cancellation of transactions), and not cheating (Tadlis).*

*Keywords : Guest House The Wahidah Sharia Genteng Banyuwangi, Sharia Marketing Strategy, Sharia Marketing Principles.*

## RINGKASAN

**Strategi Pemasaran Syariah Pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*.** Virlya Vrizcy Harditasari, 160810102020, 2021: 103  
Halaman: Program Studi Ekonomi Syariah: Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Jember.

Salah satu daerah di Jawa Timur yang saat ini sangat gencar meningkatkan pariwisatanya adalah Banyuwangi. Telah banyak diketahui bahwa terdapat beberapa wisata yang sudah berkembang di Kabupaten Banyuwangi. Dengan berkembangnya pariwisata serta didukung oleh budaya tradisional yang ada di Banyuwangi, hal ini banyak mengundang wisatawan lokal maupun non lokal yang tertarik untuk mengunjungi Kabupaten Banyuwangi. Hal-hal yang dibutuhkan para wisatawan lokal maupun non lokal yang sedang berkunjung ke Banyuwangi salah satunya adalah tempat penginapan. Saat ini, bisnis di bidang penginapan telah berkembang dan lebih bervariasi seperti *Guest House The Wahidah Syariah* yang menerapkan konsep syariah dengan mengikuti kebutuhan para umat muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif, metode ini dilakukan untuk mengetahui suatu kondisi, maupun peristiwa yang terjadi sekarang dengan memusatkan perhatian pada masalah-masalah factual sebagaimana pada saat penelitian berlangsung. Informasi penelitian ini bersumber dari kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan general manager, karyawan dan tamu *Guest House The Wahidah Syariah*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* dalam penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran telah sesuai dengan prinsip pemasaran syariah yaitu memiliki kepribadian spiritual (Taqwa), berlaku adil (*Al-Adl*), tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi), dan tidak curang (*Tadlis*).

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*”. Skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu saya sebagai penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa telah memberikan rahmat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Riniati, M.P., CPHCM. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Ibu Dr. Dra. Sebastiana Viphindartin, M. Kes. selaku Koordinator Program Studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
5. Bapak Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Dr. Arnis Budi Susanto, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan motivasi, semangat, bimbingan, saran yang bermanfaat. Serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
6. Bapak Dr. Hari Sukarno, M.M., Ibu Dr. Lilis Yuliati, S.E., M.Si., dan Bapak Akhmad Munir, S.Th.I., M.A., CPHCM., CSF. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bimbingan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Lusiana Ulfa Hardinawati, S.El., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan selama proses belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
8. *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ditempat tersebut.

9. Seluruh dosen dan staf administrasi yang telah memberikan ilmu dan bantuannya sampai akhirnya dapat menyelesaikan studi ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas.
10. Ibu Na'ah Wulandari dan Ayah Suhardi selaku orang tua penulis. Terima kasih atas doa, cinta dan kasih sayang, serta pengorbanan yang telah Ibu dan Ayah berikan kepada penulis hingga saat ini.
11. Semua guru sejak di sekolah dasar hingga sekolah menengah atas yang telah memberikan ilmunya.
12. Saudaraku, Wildan Oktaviyanto. Terima kasih atas nasihat serta dukungan yang telah diberikan.
13. Sahabat dan teman yang telah memberikan doa, dukungan, dan nasihatnya kepada penulis.
14. Teman-teman seperjuangan Program Studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2016, yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas kebersamaan dan semangatnya dalam berbagai hal.

Semoga Allah SWT selaku memberikan rahmat dan hidayahNya kepada semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

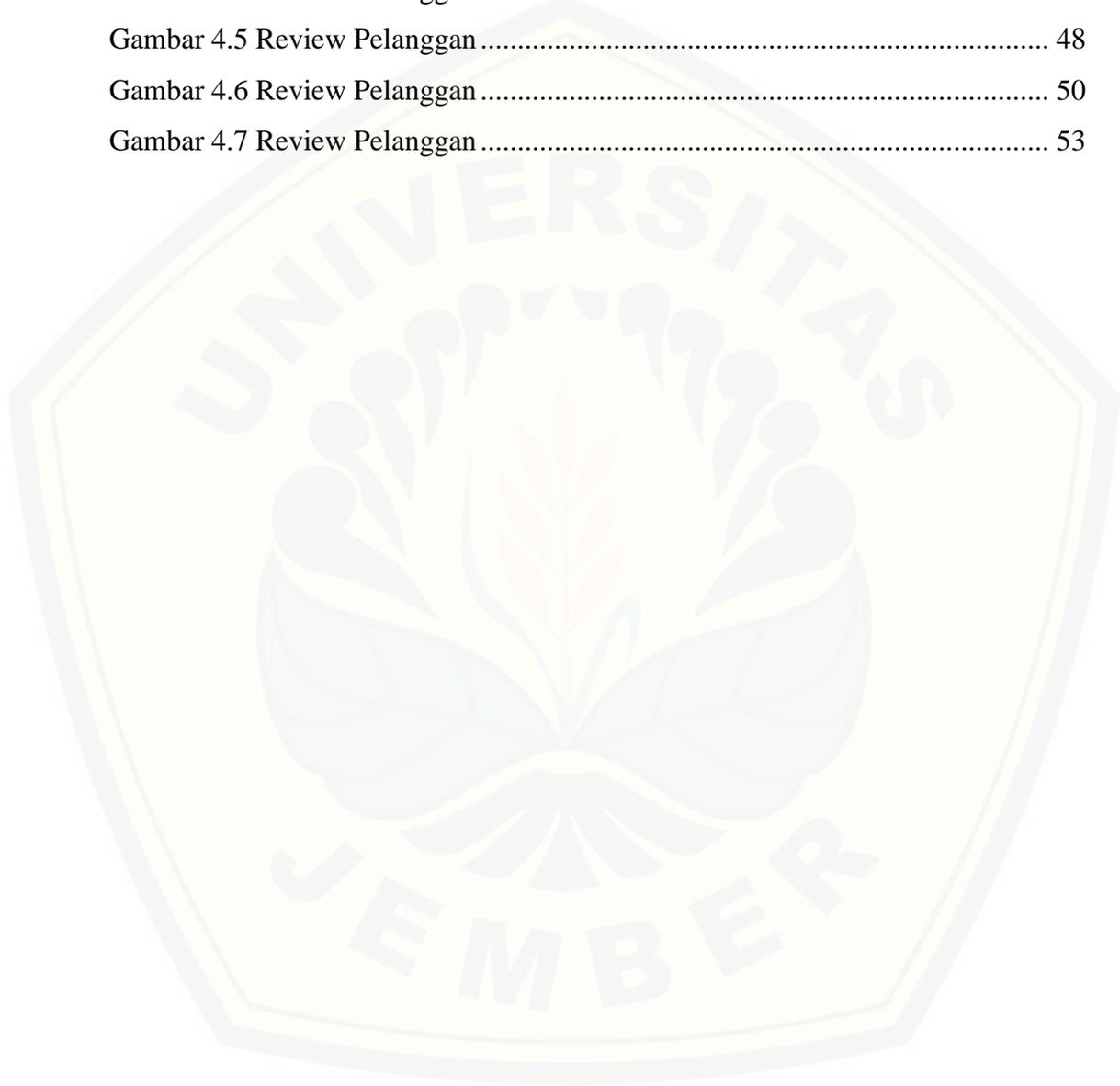
**DAFTAR ISI**

PERSEMBAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK .....	ix
RINGKASAN .....	xi
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Kajian Teori.....	8
2.1.1.Strategi Pemasaran.....	8
2.1.2.Pemasaran Jasa .....	8
2.1.3.Karakteristik Jasa.....	9
2.1.4.Bauran Pemasaran.....	10
2.2. Pemasaran Syariah .....	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran Syariah.....	13
2.2.2. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	15
2.2.3. Prinsip Pemasaran Syariah.....	16
2.3. Guest House .....	17
2.4. Penelitian Terdahulu.....	18
2.5. Kerangka Konseptual .....	20
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Rancangan Penelitian .....	21
3.1.1. Jenis Penelitian .....	21

3.1.2. Lokasi Penelitian.....	21
3.1.3. Informan Penelitian.....	22
3.1.4. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.1.5. Teknik dan InstrumenPenggalian Data.....	23
3.1.6. Instrumen Penggalian Data.....	24
3.2. Teknik Analisis Data.....	24
3.3. Uji Keabsahan Data.....	24
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	27
4.1.1. Guest House The Wahidah Syariah Genteng .....	27
4.1.2. Visi dan Misi.....	27
4.1.3. Struktur Organisasi .....	28
4.2. Hasil Penelitian .....	28
4.2.1. Strategi pemasaran syariah pada Guest House The Wahidah Syariah .....	28
4.2.2. Penerapan strategi pemasaran syariah pada Guest House The Wahidah Syariah .....	32
4.2.3. Alasan menggunakan strategi pemasaran syariah pada Guest House The Wahidah Syariah .....	32
4.3. Pembahasan.....	47
4.3.1. Strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh Guest House The Wahidah Syariah.....	47
4.3.2. Penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh Guest House The Wahidah Syariah .....	49
4.3.3. Penggunaan strategi pemasaran syariah pada pengelolaan Guest House The Wahidah Syariah.....	53
4.4. Keterbatasan.....	54
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Guest House The Wahidah Syariah Genteng....	28
Gambar 4.2 Data Pelanggan.....	36
Gambar 4.3 Peralatan Sholat dan Review Pelanggan .....	38
Gambar 4.4 Review Pelanggan .....	45
Gambar 4.5 Review Pelanggan .....	48
Gambar 4.6 Review Pelanggan .....	50
Gambar 4.7 Review Pelanggan .....	53



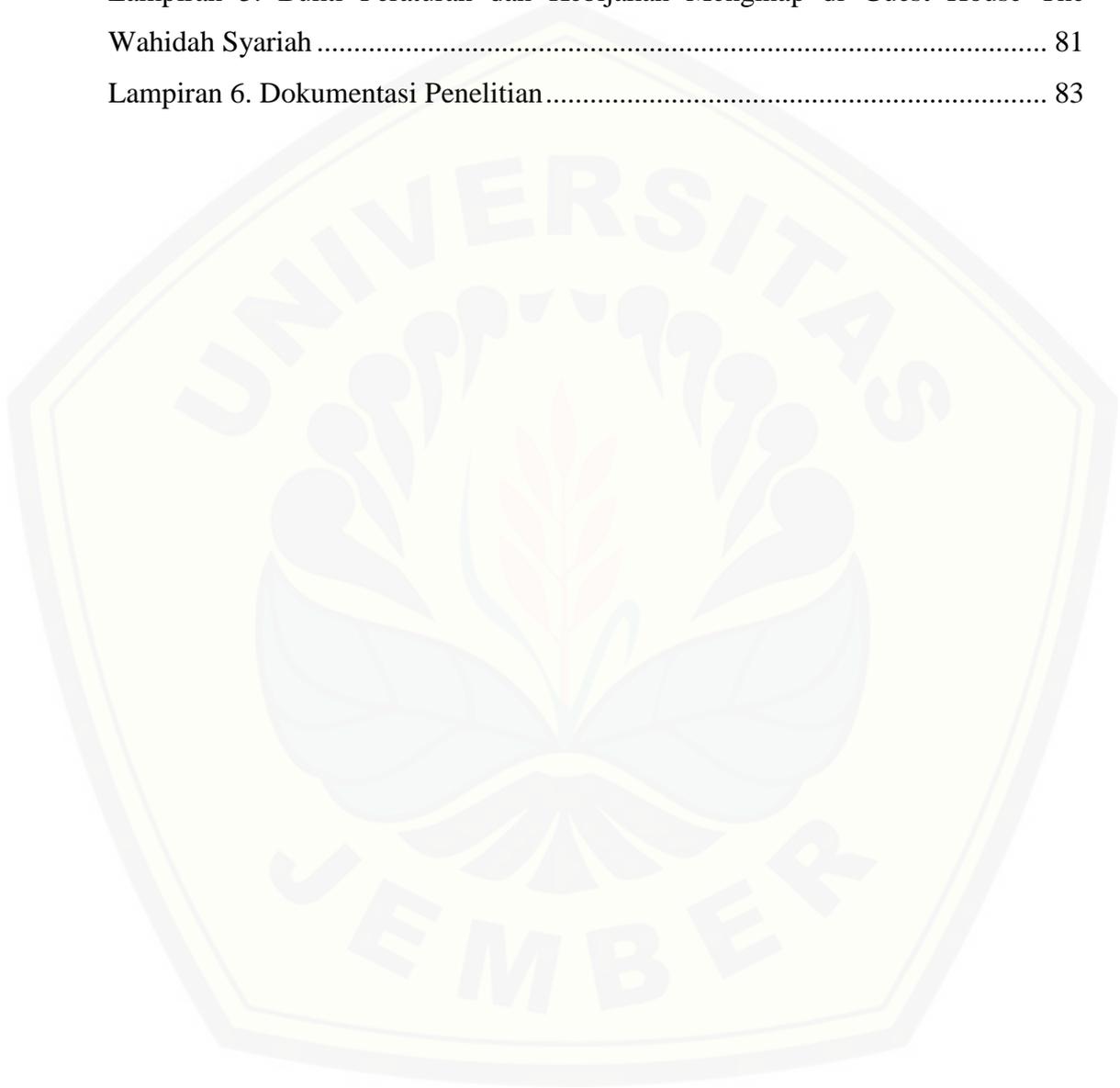
**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Perbedaan penginapan konvensional dan syariah .....	3
Tabel 4.1 Uji Keabsahan Data .....	52



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Data Pengunjung Tahun 2020 .....	61
Lampiran 2. Pedoman Wawancara .....	63
Lampiran 3. Daftar Informan Wawancara .....	67
Lampiran 4. Daftar Hadir Wawancara .....	68
Lampiran 5. Bukti Peraturan dan Kebijakan Menginap di Guest House The Wahidah Syariah .....	81
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian .....	83



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin maju dengan pesat, baik dalam bidang industri maupun jasa. Jasa merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang bisa ditawarkan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak merubah kepemilikan apapun (Tjiptono, 2014:26). Hadirnya sektor-sektor berbasis syariah yang terus berkembang dan meningkat popularitasnya seperti perbankan syariah, pegadaian syariah, asuransi syariah, travel syariah, serta terdapat usaha bisnis lainnya dalam bidang pariwisata dengan menerapkan konsep syariah. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Pasal 1 bahwa usaha di bidang pariwisata merupakan usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Menurut Andriani (2015:1) Sektor ekonomi islam yang mengalami pertumbuhan secara signifikan dalam produk gaya hidup di sektor pariwisata adalah pariwisata yang berkonsep syariah. Dengan berkembangnya bisnis berkonsep syariah yang menerapkan nilai-nilai Islam di dalamnya mendorong masyarakat untuk menjalankan gaya hidup Islami. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia sangat gencar meningkatkan sektor pariwisata yang berbasis islami atau pariwisata syariah. Hal tersebut selaras dengan Peraturan Pemerintah No.50 Tahun 2011 Pasal 1 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan, bahwa pembangunan adalah suatu proses perubahan kearah yang lebih baik yang di dalamnya meliputi upaya-upaya perencanaan, implementasi dan pengendalian, dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai dengan yang dikehendaki.

Indonesia adalah negara berpenduduk muslim terbanyak di dunia. Kebutuhan akan produk syariah merupakan kebutuhan yang diperlukan oleh setiap umat muslim. Salah satu yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis dalam memulai menjalankan usahanya adalah strategi pemasaran, strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam keberhasilan setiap usaha. Strategi pemasaran harus bisa memberikan gambaran yang jelas serta terarah tentang apa yang akan dijalankan pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya. Dalam pengelolaan bisnis termasuk bisnis yang berbasis

syariah juga dibutuhkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam memasarkan barang maupun jasa yang dikelola atau diproduksi oleh suatu perusahaan, strategi pemasaran dapat dijadikan sebagai salah satu pondasi dalam merancang perencanaan perusahaan (Wahono,et.al., 2015). Dalam pemasaran syariah bisnis yang disertai keikhlasan dan semata-mata hanya ingin beribadah kepada Allah Swt ini akan menjadi modal dasar baginya untuk tumbuh dan berkembang menjadi bisnis yang besar, yang mempunyai spiritual brand, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.

Pemasaran syariah adalah bentuk muamalah yang diterapkan dalam Islam, dan segala bentuk transaksinya terjaga dari hal-hal yang dilarang oleh syariat Islam. Menurut Kertajaya dan Sula (2006:9) pemasaran syariah merupakan suatu kegiatan bisnis yang keseluruhan kegiatannya harus menerapkan nilai-nilai Islam. Salah satu cara memasarkan bisnis yang sesuai dengan ketentuan syariah yaitu harus mengedepankan keadilan dan kejujuran untuk mencapai kemlasahatan bersama. Pemasaran syariah juga dapat diartikan sebagai sebuah strategi dalam disiplin bisnis yang pada proses produksinya, tawar-menawarnya, dan proses perubahan nilai dalam pemasarannya harus sesuai dengan prinsip-prinsip bermuamalah dalam syariah. Definisi tersebut berlandaskan pada salah satu ketetapan dalam bisnis syariah yang terdapat dalam kaidah fikih. Selama dalam hal bermuamalah dapat dijamin kehalalannya dan tidak melanggar prinsip-prinsip bermuamalah dalam Islam, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran diperbolehkan.

Dengan meningkatnya bisnis berbasis syariah, menimbulkan minat masyarakat muslim, untuk memulai membangun bisnis di bidang penginapan dengan menerapkan konsep penginapan syariah, dan didukung oleh fasilitas yang telah disediakan untuk memanjakan para tamu, mengikuti kebutuhan pelanggan yang semakin hari menuntut kenyamanan yang lebih. Dari segi fungsi, penginapan merupakan tempat peristirahatan sementara yang dikunjungi saat seseorang berada diluar kota atau luar daerah. Kehadiran penginapan syariah ini mengurangi image buruk pada masyarakat disekitarnya bahwa tempat penginapan dijadikan untuk tujuan yang tidak baik seperti bermaksiat. Menurut Sudarsono (2002) Penginapan syariah

adalah penginapan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam dalam melakukan kegiatan operasionalnya dan menerapkan manajemen syariah dalam bisnisnya. Sapudin (2014) mengatakan bahwa penginapan syariah juga merupakan tempat yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan jasa lainnya yang dikelola secara komersial dan memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah, industri, dan syariah. Hampir disetiap kota dibangun tempat penginapan dari yang bersifat sederhana sampai yang termewah.

Menurut Sofyan (2011) ada perbedaan mendasar antara penginapan syariah dengan penginapan konvensional merujuk pada table 1.1 :

Tabel 1.1 Perbedaan penginapan konvensional dan syariah

No.	Operasional	Penginapan Konvensional	Penginapan Syariah
1.	Kamar Tamu	Tidak ada peralatan beribadah, seperti: mukena, sajadah, dan Al-Qur'an.	Tersedia peralatan beribadah, seperti: mukena, sajadah. Dan Al-Qur'an
2.	Chech In	Tidak ada pemeriksaan tamu yang berpasangan.	Ada pemeriksaan tamu yang berpasangan untuk mengetahui tamu yang datang berdua adalah muhrim, biasanya dilakukan pemeriksaan seperti menunjukkan KTP, buku nikah, ataubukti lainnya yang menunjukkan pasangan suami istri.
3.	Makanan dan Minuman	Semua ada sesuai permintaan para tamu.	Makanan dan minuman yang disediakan hanya yang berlabel halal MUI.
4.	Sarana Fisik	Modern dan Kekinian.	Dekorasinya bernuansa Islami dan tidak ada patung maupun gambar bernyawa.
5.	Busana Karyawan	Tidak menutup aurat.	Wajib menutup aurat dan mengenakan jilbab bagi karyawan perempuan.

Sumber : Sofyan, 2011

Salah satu daerah di Jawa Timur yang saat ini sangat gencar meningkatkan pariwisatanya adalah Banyuwangi. Telah banyak diketahui bahwa terdapat beberapa wisata yang sudah berkembang di Kabupaten Banyuwangi. Dengan berkembangnya pariwisata serta didukung oleh budaya tradisional yang ada di Banyuwangi, hal ini banyak mengundang wisatawan lokal maupun non lokal yang tertarik untuk mengunjungi Kabupaten Banyuwangi. Apalagi ditambah pemerintah daerah yang mulai sering melakukan inovasi dibidang pariwisata yang mengangkat kearifan lokal menjadikan Banyuwangi semakin maju dan terkenal. Hal-hal yang dibutuhkan para wisatawan lokal maupun non lokal yang sedang berkunjung ke Banyuwangi salah satunya adalah tempat penginapan.

Pentingnya memilih tempat penginapan karena untuk tujuan pekerjaan maupun keperluan berwisata. Dengan banyaknya tempat penginapan yang tersebar di Kabupaten Banyuwangi dengan berbagai macam pelayanan yang ditawarkan menjadikan persaingan antar bisnis penginapan semakin kuat, hal ini dikarenakan masyarakat akan sangat selektif dalam memilih tempat penginapan. Seiring berjalannya waktu fenomena bisnis dibidang penginapan tidak hanya terbatas pada jenis penginapan konvensional. Saat ini, bisnis dibidang penginapan telah berkembang dan lebih bervariasi seperti *Guest House The Wahidah Syariah* yang menerapkan konsep syariah dengan mengikuti kebutuhan para umat muslim yang semakin hari menuntut kenyamanan lebih yang tidak disediakan dalam penginapan konvensional. Oleh sebab itu, penginapan berbasis syariah kini dipandang sebagai cara baru dalam mengembangkan bisnis penginapan yang berkonsep syariah dengan menjunjung tinggi nilai-nilai islami.

Hadirnya penginapan berbasis syariah merupakan suatu persaingan antar pelaku bisnis penginapan, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat umat muslim yang menginginkan penginapan yang bersih dan halal. Apalagi selama ini yang diketahui bahwa penginapan konvensional mayoritasnya dijadikan untuk tujuan yang tidak baik seperti bermaksiat dan sebagai tempat hiburan semata. Maka dari itu pelaku bisnis penginapan harus meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat pengunjung.

*Guest House* the wahidah syariah adalah penginapan yang menggunakan konsep syariah, penginapan ini terletak di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Penginapan ini berdiri pada tahun 2014, asal usul nama dari penginapan “The Wahidah Syariah” diambil dari nama sang ibu pemilik penginapan tersebut. Pemilik memutuskan untuk menggunakan konsep syariah pada penginapannya dikarenakan keluarga besar yang mayoritas Islam, selain itu pemilik juga ingin mencari keberkahan dari Allah dengan menerapkan konsep syariah. Terdapat hal yang menarik pada *guest house* ini yaitu satu-satunya penginapan yang menerapkan konsep syariah di wilayah Genteng Banyuwangi, maka pemilik harus bersaing dengan penginapan konvensional yang berada disekitarnya khususnya di wilayah genteng, yang mana penginapan konvensional lebih dikenal oleh masyarakat serta ditujukan untuk semua kalangan dan golongan, salah satu penginapan yang jaraknya berdekatan dengan *Guest House* The Wahidah Syariah yaitu Mahkota Hotel, Hotel Agung, Hotel Pesona Osing, Hostel Taruna, *Guest House* Vian Audi, Hotel Asri. Diantara ke enam penginapan tersebut yang paling dekat adalah Mahkota Hotel. Hal ini perlu adanya strategi pemasaran berbasis syariah agar mampu menarik tamu untuk membeli jasa yang ditawarkan, apabila penerapan strategi pemasaran syariah dilakukan secara efektif dan efisien maka akan memiliki keuntungan yang tinggi. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng.

## 1.2. Rumusan Masalah

Penerapan konsep syariah pada pengelolaan penginapan *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* merupakan tantangan tersendiri terhadap pengelola penginapan. Hal ini dikarenakan penginapan syariah masih terdengar asing untuk masyarakat awam, maka perlu adanya strategi pemasaran untuk menciptakan daya tarik bagi calon pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yang muncul adalah sebagai berikut:

- a. Apa strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh *Guest House The Wahidah Syariah*?
- b. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah*?
- c. Mengapa menggunakan strategi pemasaran syariah tersebut pada pengelolaan *Guest House The Wahidah Syariah*?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan khusus yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh *Guest House The Wahidah Syariah*.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah*.
- c. Untuk mengetahui dan mengevaluasi mengapa menggunakan strategi pemasaran syariah pada pengelolaan *Guest House The Wahidah Syariah*.

## 1.4. Manfaat Penelitian

- a. Aspek Teoritis

Membantu dalam pengembangan ilmu serta dapat digunakan acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam bidang pemasaran berbasis syariah serta memberikan informasi dan ilmu pengetahuan tentang penerapan strategi pemasaran di *Guest House The Wahidah Syariah*.

b. Aspek Praktis

Memberikan gambaran dalam melaksanakan strategi pemasaran yang berbasis syariah dan diharapkan menjadi acuan untuk lebih memilih penginapan syariah.



## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Kajian Teori

#### 2.1.1. Strategi Pemasaran

Menurut Wahono,*et.al.*,(2015) strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam memasarkan barang maupun jasa yang dikelola atau diproduksi oleh suatu perusahaan. Strategi pemasaran dapat dijadikan sebagai salah satu pondasi dalam merancang perencanaan perusahaan. Suatu perusahaan sangat perlu strategi pemasaran guna menjalankan kegiatan perusahaan, mengatasi permasalahan yang dihadapi perusahaan, sehingga sangat penting penerapan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan dalam dunia bisnis.

Atmoko (2018) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu kumpulan gagasan berupa tujuan dan sasaran maupun aturan atau kebijakan yang digunakan sebagai acuan untuk memasarkan produk pada suatu perusahaan dari waktu ke waktu pada tingkatan tertentu. Hal ini dilakukan oleh perusahaan guna menghadapi kondisi persaingan yang berubah-berubah.

#### 2.1.2. Pemasaran Jasa

Pemasaran bukan hanya sebagai sarana aktivitas memasarkan barang, namun juga untuk memanjakan pelanggan dan menarik minat pelanggan baru dengan mengikuti kebutuhan pelanggan yang semakin hari menuntut kenyamanan lebih. Industri dalam bidang jasa saat ini merupakan salah satu investasi yang sangat menjanjikan dan semakin berkembang mengikuti kebutuhan masyarakat. Jasa sebagai suatu tindakan atau perbuatan yang bisa ditawarkan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak merubah kepemilikan apapun (Tjiptono, 2014:26). Menurut Lovelock (2004) Pemasaran jasa juga merupakan bagian dari metode jasa secara keseluruhan di mana perusahaan tersebut mempunyai bentuk kontak dengan pelanggannya, mulai dari mempromosikan kepada pelanggan hingga penagihan yang dilakukan pada saat penyerahan jasa. Dengan berkembangnya dunia bisnis di Indonesia yang semakin

maju dengan pesat baik dalam bidang industri maupun jasa, menimbulkan minat masyarakat atau pengusaha untuk memulai membangun bisnis di bidang jasa seperti penginapan untuk dijadikan tempat peristirahatan sementara sekaligus tempat berwisata. Hal tersebut selaras dengan Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Pasal 1 tentang kepariwisataan, bahwa usaha di bidang pariwisata merupakan usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pengusaha pariwisata bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha. Jadi pemasaran jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan kepada konsumen dalam artian jasa tersebut tidak dapat dirasakan sebelum adanya transaksi antar penyedia jasa dan konsumen jasa.

### 2.1.3. Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono (2012:28) menjelaskan bahwa pelayanan atau jasa mempunyai empat karakteristik sebagai berikut :

#### a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat abstrak tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, atau dicium sebelum melakukan transaksi antar karyawan jasa dan konsumen jasa. Bila seorang konsumen membeli jasa tertentu, maka konsumen tersebut hanya menggunakan, merasakan, atau menyewa jasa tersebut saja untuk memenuhi kebutuhannya tanpa adanya perpindahan kepemilikan.

#### b. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat *variability* karena merupakan *non-standardized output*, yang artinya terdapat variasi bentuk, jenis, dan kualitas yang berbeda-beda. Tergantung pada siapa yang menyediakan, dimana, kapan, dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena itulah jasa disebut bervariasi.

#### c. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Umumnya barang biasanya diproduksi dahulu baru kemudian dipasarkan untuk dijual dan dikonsumsi oleh konsumen. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih

dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi oleh konsumen jasa pada tempat dan waktu yang bersamaan.

d. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan dalam bentuk persediaan dan tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu yang akan datang, karena nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh konsumen jasa. Permintaan jasa sifatnya tidak stabil dan berubah, maka dampaknya untuk perusahaan jasa sering mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa menyusun strategi agar tetap bertahan dan terus berkembang lebih baik lagi dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

#### 2.1.4. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan salah satu teknik yang perlu dilakukan saat melakukan kegiatan pemasaran. Daryanto (2011) berpendapat bahwa bauran pemasaran adalah suatu alat pemasaran yang mampu dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan agar mampu menghasilkan respon yang diinginkan pada pasar sasaran. Bauran pemasaran diperlukan oleh perusahaan untuk membantu melancarkan usaha bisnisnya. Bauran pemasaran dapat membentuk karakteristik jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Menurut Widyarini (2013) terdapat rumus yang digunakan dalam bauran pemasaran jasa yaitu 7P. Berikut uraian masing-masing dari 7P dalam penerapan pada penginapan syariah adalah sebagai berikut :

a. Produk (*Product*)

Produk diartikan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan pembelian, perhatian, pemakaian bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Hotel syariah memberikan fasilitas tempat istirahat atau tidur yang menjamin kehalalan serta kenyamanannya. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pemasar dilihat dari sisi produk untuk mencapai kepuasan konsumen. Produk memiliki beberapa bagian diantaranya terdiri atas Produk dasar (*Basic Product*), Produk yang diharapkan (*Expected Product*), Produk potensial (*Potential Product*), Produk yang ditingkatkan (*Augmented Product*), dan Manfaat

inti (*Core Benefit*). Penerapan yang dilakukan pada hotel syariah adalah sebagai berikut:

1. Produk Dasar (*Basic Product*)

Produk dasar yang diterapkan pada hotel syariah yaitu penyediaan tempat tidur beserta fasilitas yang diperlukan serta perlengkapan sholat dan penunjuk arah kiblat.

2. Produk yang diharapkan (*Expected Product*)

Penerapan produk yang diharapkan dalam hotel syariah yaitu penyediaan AC (*Air Conditioner*), kulkas, TV, *water heater*.

3. Produk potensial (*Potential Product*)

Produk potensial pada hotel syariah penerapannya yaitu disediakan gedung pertemuan atau ruang seminar, ruang VVIP, kolam renang, dan fasilitas kebugaran (*Fitness Center*).

4. Produk yang ditingkatkan (*Augmented Product*)

Produk yang ditingkatkan dalam hotel syariah yaitu pemberian sarana diluar kamar penginapan, diantaranya kantin atau *restaurant*, taman, mushola atau masjid

5. Manfaat Inti (*Core Benefit*)

Manfaat inti dari hotel syariah yaitu penawaran tempat istirahat. Peraturan dari hotel syariah wajib diberlakukan seperti pengecekan KTP serta harus menunjukkan buku nikah untuk menghindari perzinahan yang diharamkan dalam Islam.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah suatu bagian yang terpenting dalam pemasaran produk. Karena harga ialah nilai yang diberikan konsumen untuk mendapatkan jasa yang diinginkannya. Harga hotel yang ditentukan menunjukkan tingkatan fasilitas yang ditawarkan dari pihak manajemen hotel. Keadilan saat melakukan transaksi perdagangan sangat dijunjung tinggi dalam agama Islam. Pihak manajemen dalam penentuan harga harus secara adil, dalam artian yang tidak merugikan salah satu

pihak atau menguntungkan pihak lain, selain itu agar tidak menimbulkan penindasan atau eksploitasi. Transaksi yang dilakukan antara pembeli dan penjual harus penuh rasa ikhlas/rela yang menghasilkan kesepakatan, sehingga tidak ada rasa keterpaksaan dalam penentuan tingkatan harga.

c. Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi adalah salah satu teknik yang digunakan untuk pendekatan kepada calon konsumen, tempat hotel yang dimaksud ialah kedudukan atau posisi hotel yang strategis memiliki nilai secara khusus, karena hal ini berpengaruh terhadap tujuan yang ingin dicapai suatu perusahaan. Hotel yang bertempat pada lokasi strategis memiliki peluang yang sangat bagus untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki peranan sangat penting bagi eksistensi bisnis.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi adalah proses pengenalan produk kepada konsumen. Promosi hotel umumnya sering dilakukan dengan membuat iklan melalui brosur dan media sosial. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi tamu hotel supaya mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pengusaha. Umumnya promosi dilakukan melalui media ataupun dapat juga dilakukan dalam bentuk iklan, melalui web, brosur, spanduk, dan baliho. Promosi ini berusaha memperkenalkan fasilitas serta lokasi hotel agar menumbuhkan daya tarik calon tamu (Sofyan, 2013:64-74).

e. Orang yang berpartisipasi (*People of Participant*)

Pelayanan jasa perlu adanya orang atau staff yang bertugas sebagai penyedia jasa pelayanan dengan kualitas yang baik. Untuk mencapai kualitas terbaik, maka staff atau karyawan perlu diberikan bimbingan dan pelatihan agar dapat memberikan pelayanan yang membuat konsumen merasa puas. Pelayanan dalam bisnis guest house syariah adalah pelayanan yang mengacu pada kaidah Islam dengan memenuhi aspek amanah, jujur, suka membantu, bersahabat, keramahan, dan mengucapkan kata maaf serta terima kasih. Selain itu harus memiliki batas-batas yang diperbolehkan secara syariah.

f. Proses adalah gabungan keseluruhan aktivitas diantaranya yaitu prosedur, jadwal pekerjaan, aktivitas dan hal-hal rutin. Semua aktivitas yang dikerjakan merupakan proses produksi, hal ini nantinya disampaikan ke konsumen. segala proses yang diterapkan harus tetap berpegangan pada aturan syariah. Proses juga dapat diartikan menjadikan suatu barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan fisik maupun kebutuhan non fisik. Selain menciptakan materi, proses diharuskan menciptakan mashlahah. Tamu hotel umumnya tertarik pada jasa yang ditawarkan, apabila mempunyai tampilan yang berbeda dari yang lain, misalnya untuk menghasilkan keberkahan jasa yang diberikan harus secara syar'i.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Sarana fisik adalah suatu bukti fisik nyata yang dapat memberikan nilai tambah bagi tamu hotel. Hal ini perlu diperhatikan dalam penataan tata ruang, pencahayaan, perlengkapan bangunan, serta interior karena memiliki peranan penting yang berpengaruh terhadap suasana hati bagi tamu hotel.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran memiliki strategi pemasaran, dan yang terpenting adalah bauran pemasaran. Hal ini karena bauran pemasaran berpengaruh pada kelangsungan suatu bisnis yang diterapkan dalam menarik pelanggan agar berminat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh pengusaha atau pemilik bisnis. Bauran pemasaran produk umumnya memiliki alat pemasaran yang sering disebut dengan 4P (*product, price, place, promotion*) serta dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan yaitu (*people, physical evidence, process*) maka keseluruhan dapat disebut 7P. Ketujuh unsur dari bauran pemasaran saling memiliki keterkaitan satu sama lain, maka harus dilakukan secara optimal untuk mendapatkan kebijakan pemasaran baik.

## **2.2. Pemasaran Syariah**

### **2.2.1. Pengertian Pemasaran Syariah**

Pemasaran syariah adalah bentuk muamalah yang diterapkan dalam Islam, dan segala bentuk transaksinya terjaga dari hal-hal yang dilarang oleh syariat Islam. Menurut Kartajaya dan Sula (2006:9) pemasaran syariah merupakan suatu kegiatan

bisnis yang keseluruhan kegiatannya harus menerapkan nilai-nilai Islam. Salah satu cara memasarkan bisnis yang sesuai dengan ketentuan syariah yaitu harus mengedepankan keadilan dan kejujuran untuk mencapai kemaslahatan bersama. Pemasaran syariah juga dapat diartikan sebagai sebuah strategi dalam disiplin bisnis yang pada proses produksinya, tawar-menawarnya, dan proses perubahan nilai dalam pemasarannya harus sesuai dengan prinsip-prinsip bermuamalah dalam syariah.

Definisi tersebut berlandaskan pada salah satu ketentuan dalam bisnis syariah yang terdapat dalam kaidah fikih. Selama dalam hal bermuamalah dapat dijamin kehalalannya dan tidak melanggar prinsip-prinsip bermuamalah dalam Islam, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran diperbolehkan Allah Swt mengingatkan kepada hambanya untuk menghindari perbuatan zalim dalam bermuamalah, termasuk dalam proses produksi, tawar-menawar, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran. Sebagaimana firman Allah Swt dalam (QS: AS-Shaad:38:24) yang menyatakan sebagai berikut:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا  
 الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا  
 وَأَنَابَ ۗ

Artinya: Daud berkata: “*Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh; dan amat sedikitlah mereka ini*”. Dan daud mengetahui bahwa kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyunjung sujud dan bertaubat. (QS: AS-Shaad:38:24).

Jadi, pemasaran syariah merupakan kegiatan pemasaran yang berlandaskan prinsip-prinsip bermuamalah sesuai dengan syariat Islam, untuk mencapai kemaslahatan bersama antara penjual dan pembeli serta untuk mencapai ridho dari Allah Swt. Rasulullah juga mengajarkan kepada umatnya dalam bermuamalah harus

menjunjung tinggi etika bisnis keislaman. Dalam melakukan kegiatan ekonomi, Islam mengajarkan pada umatnya untuk bersikap jujur tanpa merugikan orang lain.

### 2.2.2. Karakteristik Pemasaran Syariah

Menurut Kartajaya dan Sula (2006:28-42) terdapat empat karakteristik pada pemasaran syariah yang bisa dijadikan pedoman bagi para pemasar yaitu:

#### a. Teistis (*Rabbaniyyah*)

Pemasaran syariah memiliki salah satu ciri khas tersendiri yang tidak diterapkan dalam pemasaran konvensional yaitu sifatnya yang religius (*diniyyah*). Karakter seperti ini terbentuk dengan sendirinya tanpa adanya keterpaksaan, namun berawal dari kesadaran masing-masing seseorang akan nilai-nilai religius, yang dinilai penting dalam menjalankan kegiatan pemasaran agar tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Karena bisnis syariah merupakan bisnis yang mementingkan kemaslahatan bersama, dapat dipercaya, dan tidak ada tipu daya didalamnya.

#### b. Etis (*Akhlaqiyah*)

Keunggulan yang lain dari pemasaran syariah selain karena sifatnya yang religius, pemasaran syariah juga selalu mengedepankan perihal akhlaq seperti moral dan etika dalam seluruh kegiatannya. Dengan demikian pemasaran syariah merupakan pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tanpa melihat dari agama apapun, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat global yang diajarkan oleh semua agama.

#### c. Realistis (*Al-Waqiyyah*)

Pemasaran syariah bukanlah konsep yang fanatik, kaku, atau anti modernitas. Akan tetapi konsep pemasaran yang luwes dan fleksibel dalam bersikap dan bersosialisasi. Pemasaran syariah bukan berarti para pemasar harus berpenampilan seperti orang Arab, namun pemasaran syariah haruslah tetap berpenampilan santun, rapi, bersih, bersahaja, apapun yang dikenakannya.

#### d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Keunggulan pemasaran syariah lainnya adalah sifatnya yang humanistik universal. Humanistik (*Al-Insyaniyyah*) Artinya bahwa syariah diciptakan pada manusia supaya derajatnya terangkat, serta sifat-sifat keburukan yang ada dalam diri manusia dapat terkendalikan dengan panduan nilai-nilai syariah. Dengan mempunyai nilai humanistik maka manusia bisa terkontrol dan seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang rakus dengan menghalalkan segala cara agar mendapatkan keuntungan yang lebih tanpa memikirkan akibatnya.

### 2.2.3. Prinsip Pemasaran Syariah

Menurut Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) prinsip-prinsip pemasaran syariah sebagai berikut:

a. Memiliki Kepribadian Spiritual (*Taqwa*)

Segala aktivitas bisnis hendaklah sejalan dengan moral dan etika agar tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Umat muslim di syariatkan untuk mencari kebahagiaan akherat dengan cara yang sebaik-baiknya yang dianjurkan dalam syariat Islam dengan mensyukuri nikmat yang Allah telah berikan.

b. Berlaku Adil (*Al-Adl*)

Allah Swt mengingatkan kepada hambanya untuk senantiasa menghindari perbuatan dzalim kepada sesama manusia dalam bermuamalah dan harus berbuat adil dalam melakukan kegiatan bisnis. Oleh karena itu umat muslim dilarang melakukan transaksi yang bersifat gharar. Gharar artinya seluruh bentuk jual-beli yang didalamnya mengandung unsure-unsur ketidakjelasan, keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain.

c. Tanggap Terhadap Perubahan

Selalu ada perubahan dalam menjalankan suatu bisnis, sehingga langkah yang harus diambil adalah meningkatkan pelayanan yang lebih baik dan menjaga kualitas agar perusahaan mampu bertahan dan terus berkembang mengikuti kebutuhan para pelanggan/konsumen.

d. Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Dalam pemasaran syariah, tidak diperbolehkan menjual barang yang kualitasnya buruk dengan harga yang melambung tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran syariah adalah pemasaran yang harus mengutamakan kejujuran dan kemaslahatan bersama, dimana harga harus sesuai dengan kualitas barang/produk.

- e. Relasama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi)

Pada konsep ini, marketer yang mendapatkan pelanggan haruslah menjaga hubungan yang baik, agar pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Didalam agama Islam kalau sedang melakukan transaksi bermuamalah harus berdasarkan relasama rela, sehingga khiyar diperbolehkan dalam agama Islam.

- f. Tidak Curang (*Tadlis*)

Dalam pemasaran syariah berbuat curang seperti menipu (*tadlis*) sangatlah dilarang dalam kegiatan transaksi jual-beli oleh pihak marketer kepada pelanggannya.

### 2.3. Guest House

Menurut Putriansyah (2016) mengatakan bahwa guest house merupakan sebuah tempat yang dibangun untuk tempat menginap sementara sekaligus berwisata. Hal tersebut selaras dengan Peraturan Pemerintah No.50 Tahun 2011 Pasal 1 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan, bahwa pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang di dalamnya meliputi upaya-upaya perencanaan, implementasi dan pengendalian, dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai dengan yang dikehendaki. Guest house merupakan tempat penginapan yang berbeda dengan hotel, biasanya para pengelola menawarkan untuk sewa harian atau bulanan. Guest house juga merupakan salah satu jenis penginapan milik pribadi maupun perusahaan, yang telah dikonversi khusus untuk tamu-tamunyang akan menginap dan memperoleh fasilitas seperti makan dan minum serta pelayanan lainnya yang telah disiapkan secara sederhana. Konsepnya hampir mirip dengan kos-kosan pada umumnya, namun ada petugas kebersihannya dan memiliki fasilitas

lengkap layaknya hotel. Perbedaan lainya dengan hotel yaitu pada tingkat harga, penginapan jenis guest house biasanya cenderung lebih terjangkau dibanding dengan hotel. Penginapan seperti ini cocok untuk para pelancong, keluarga, dan teman-teman yang jumlah anggotanya banyak karena harganya yang terjangkau dan bisa lebih menghemat budget. Meskipun guest house terkesan seperti rumah pribadi, namun pada umumnya guest house memiliki manajemen pengelolaan yang baik dan rapi. Guest house cenderung dikelola pemiliknya sendiri, berbeda dengan hotel yang dikelola oleh staff penuh waktu. Hotel menetapkan kehadiran staff selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu di hotel, sedangkan guest house mempunyai jadwal kehadiran staff yang lebih terbatas.

#### **2.4. Penelitian Terdahulu**

Peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan ataupun gambaran tentang strategi pemasaran syariah dan dampak pendapatan pada Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut :

- a. Penelitian Sari (2018) Hasil yang diperoleh bahwa pihak manajemen hotel Ibrahim Syariah Semarang terkendala dalam menerapkan strategi pemasarannya karena kurang mendapatkan informasi yang akurat tentang perilaku konsumen. Pihak manajemen perlu meningkatkan pelayanannya agar konsumen tertarik dan mempunyai minat beli pada jasa yang ditawarkan.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian peneliti yaitu untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis, akan tetapi penelitian diatas tidak menjelaskan batasan-batasan pada penginapan syariah.

- b. Penelitian Ismayanti dan Muslimin (2017) Hasil yang didapatkan bahwa hotel Al-Badar Syariah belum maksimal dalam menerapkan konsep syariah pada pengelolaannya, karena tidak diberlakukannya kegiatan-kegiatan keagamaan seperti pelatihan terhadap karyawannya agar senantiasa berkepribadian yang baik dan tidak meninggalkan ibadah. Serta pemberian gaji atau upah yang tidak tepat waktu sehingga kurang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini menjadikan hotel Al-

Badar perlu menyempurnakan lagi menjadi hotel syariah yang benar-benar sesuai dengan ketentuan syariah sehingga dapat meningkatkan kualitas kinerja serta kenyamanan bagi para karyawan dan juga pelanggan.

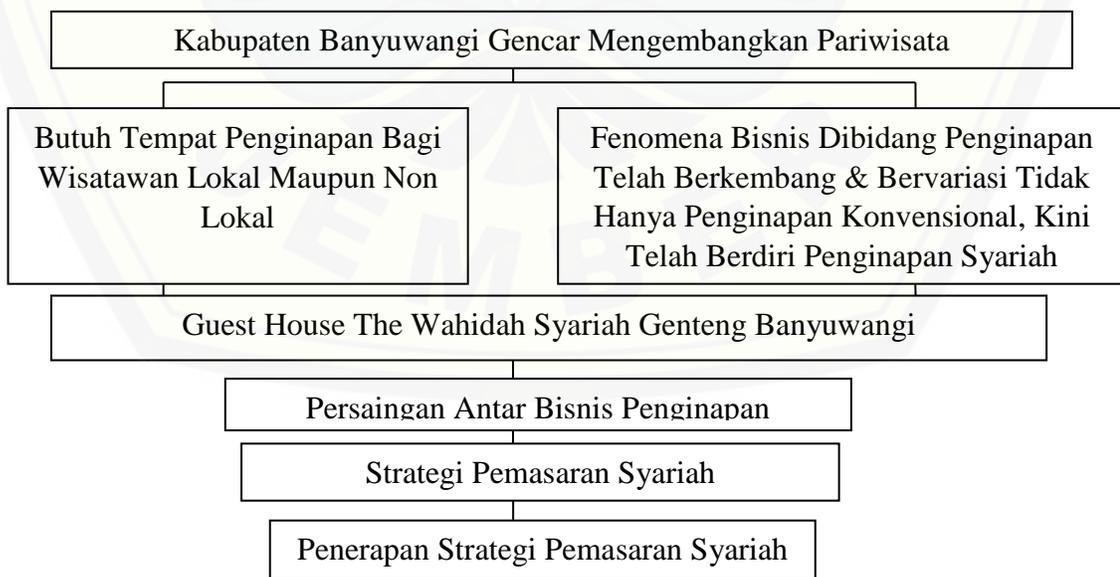
Penelitian diatas memiliki perbedaan dengan penelitian peneliti pada fokus penelitiannya yaitu tentang strategi pemasaran, akan tetapi memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti yaitu untuk mengetahui pengelolaan guest house the wahidah syariah dalam bersaing dengan penginapan lainnya.

- c. Penelitian Yulianto (2014) Hasil yang didapatkan bahwa Hotel Grand Kalpataru Syariah telah menerapkan konsep syariah seperti memfasilitasi perlengkapan ibadah di setiap kamar, tidak menerima tamu yang berpasangan bukan muhrimnya, tidak menyediakan minuman beralkohol, dan memberikan harga yang fleksibel. Akan tetapi kurangnya pengawasan terhadap karyawannya sehingga kurang mengutamakan kejujuran dalam melayani para tamu. Hal ini perlu ditinjau lebih dalam lagi dan diberikan arahan yang baik agar menjadikan Hotel Grand Kalpataru Syariah ini benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Penelitian diatas memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti yaitu tentang penerapan strategi pemasaran syariah, akan tetapi penelitian diatas hanya menjabarkan pengelolaannya saja tidak menjelaskan tentang strategi promosi untuk menghadapi pesaing penginapan lainnya.

## 2.5. Kerangka Konseptual

Penelitian ini dimulai dari pembahasan mengenai Kabupaten Banyuwangi yang sedang gencar mengembangkan pariwisata. Sehingga dibutuhkan penginapan bagi wisatawan. Dengan banyaknya penginapan yang tersebar di Kabupaten Banyuwangi dengan berbagai macam pelayanan yang ditawarkan menjadikan persaingan antar bisnis penginapan semakin kuat, hal ini dikarenakan masyarakat akan sangat selektif dalam memilih tempat penginapan. Seiring berjalannya waktu bisnis penginapan kini telah berkembang, tidak hanya penginapan konvensional saja, kini telah berdiri penginapan syariah seperti *Guest House The Wahidah Syariah* yang terletak di Genteng Banyuwangi. Penginapan ini menerapkan konsep syariah mengikuti kebutuhan para umat muslim. Terdapat hal yang menarik pada *Guest House* ini yaitu satu-satunya penginapan yang menerapkan konsep syariah di wilayah Genteng Banyuwangi, namun permasalahannya disekitar *Guest House* ini mayoritas berdiri penginapan konvensional. Maka dari itu perlu adanya strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah agar bisnisnya mampu bertahan dan juga mampu menghadapi persaingan. Kerangka konseptual pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang digunakan dan bagaimana penerapannya yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah*. Alur kerangka konseptual pada penelitian ini merujuk pada gambar 2.1 :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

## BAB 3. METODE PENELITIAN

### 3.1. Rancangan Penelitian

#### 3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian dengan metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk meneliti suatu objek, suatu sistem pemikiran, suatu kondisi, maupun peristiwa yang terjadi sekarang dengan memusatkan perhatian pada masalah-masalah faktual sebagaimana pada saat penelitian berlangsung. Sehingga peneliti dapat mengenal objek dengan keterlibatan langsung pada objek yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif dilakukan dengan cara mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, menafsirkan situasi yang terjadi pada saat ini (Prastowo, 2011:186). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus didasarkan pada investigasi mendalam terhadap satu individu, kelompok, atau peristiwa untuk mengeksplorasi penyebab prinsip-prinsip yang mendasarinya. Objek pada penelitian ini yaitu *guest house* the wahidah syariah berlokasi di Kota Genteng Kabupaten Banyuwangi.

#### 3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *guest house* the wahidah syariah yang terletak di Jl. Hasanudin No.79, Dusun Krajan, Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Lokasi ini merupakan jalan lintas antar kota Jember – Banyuwangi,.Hal yang menarik pada penginapan ini yaitu satu-satunya penginapan yang berbasis syariah dari banyaknya penginapan di wilayah genteng. Penginapan ini berdekatan dengan Pondok Pesantren Bustanul Makmur, Pondok Putri Al-Azhar, Pondok Pesantren Imam Syafii, serta RSUD Genteng, sehingga sasaran konsumen dari penginapan ini yaitu para wali santri dan dokter-dokter luar kota yang bertugas di RSUD Genteng.

### 3.1.3. Informan Penelitian

Informan merupakan seseorang yang dianggap mengetahui banyak tentang persoalan latar penelitian dan dimanfaatkan untuk mengetahui banyak tentang persoalan latar penelitian dan dimanfaatkan untuk mengetahui situasi dan kondisi yang sebenarnya mengenai permasalahan dan latar penelitian yang diangkat, oleh sebab itu informan harus memiliki banyak pengetahuan tentang latar masalah yang diangkat dalam penelitian (Moleong, 2016:132). Penelitian ini tidak meneliti keseluruhan penginapan yang berada di wilayah Banyuwangi, melainkan hanya meneliti satu penginapan saja yaitu *guest house the wahidah syariah* yang terletak di Jl. Hasanudin No.79, Dusun Krajan, Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Karena peneliti menyesuaikan dengan tema dan tujuan penelitian. Manajer *guest house the wahidah syariah* merupakan informan utama serta karyawan sebagai informan penunjang dan pelanggan sebagai informan tambahan.

### 3.1.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Sugiono (2013) sumber primer merupakan sumber data yang dikumpulkan dari lapangan dengan cara wawancara kepada informan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan dari pihak manajer pengelola *guest house the wahidah syariah* Genteng Banyuwangi.

b. Data Sekunder

Sugiono (2013) sumber sekunder merupakan sumber data pendukung yang dibutuhkan dalam melengkapi informasi yang tidak didapatkan dari data primer. Data sekunder didapatkan dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data pengunjung serta data sarana dan prasarana yang ada di penginapan *guest house the wahidah syariah* Genteng Banyuwangi.

### 3.1.5. Teknik dan Instrumen Penggalan Data

Tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data. Data penelitian diperoleh melalui teknik penggalan data. Pada kualitatif Sugiono (2017) mengatakan bahwa teknik penggalan data secara umum dapat dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berikut penjelasan dari masing-masing teknik :

a. Wawancara

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara mendalam (*indepth interview*) kepada informan yang telah ditentukan. Dengan cara bertanya secara langsung kepada informan penelitian untuk mendapatkan informasi. Alat bantu lainnya untuk menunjang kegiatan wawancara yaitu seperti buku catatan, handphone, serta alat perekam selama proses wawancara guna mencatat hasil wawancara. Data yang diambil dari wawancara ini adalah data yang berkaitan dengan strategi pemasaran syariah yang diterapkan pada *guest house* the wahidah syariah Genteng-Banyuwangi.

b. Observasi

Sudaryono (2017) observasi merupakan cara penggalan data dengan dilakukan pengamatan kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dilaksanakan melalui pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat bagaimana kegiatan yang dilakukan. Data yang ingin didapatkan oleh peneliti dari kegiatan observasi adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran berbasis syariah pada *guest house* the wahidah syariah Genteng Banyuwangi tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi salah satu sumber data yang digunakan untuk memperoleh keseluruhan proses yang berkaitan dengan objek yang diteliti sehingga hasil penelitian dapat di pertanggungjawabkan. Metode dokumen merupakan metode penggalan data yang dilaksanakan melalui penggalan dokumen-dokumen yang ada, seperti data pengunjung yang menginap di *guest house* the wahidah syariah Genteng-Banyuwangi

### 3.1.6. Instrumen Penggalan Data

Dalam penelitian kualitatif diharuskan adanya instrumen penggalan data, karena penelitian kualitatif berpacu pada data yang ada. Dalam penelitian ini peneliti itu sendiri yang menjadi instrumennya, akan tetapi peneliti harus divalidasi terlebih dahulu agar data yang didapatkan akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Validasi yang harus dilakukan diantaranya yaitu pemahaman peneliti terhadap metode kualitatif, kemampuan peneliti pada bidang yang akan diteliti, serta seberapa besar kesiapan peneliti terjun pada obyek penelitian.

### 3.2. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memecahkan suatu keseluruhan topik atau masalah agar dapat diketahui komponen-komponen tertentu seperti mengetahui komponen yang lebih menonjol, mengetahui perbandingan komponen satu dengan lainnya, serta untuk membandingkan beberapa komponen dengan keseluruhannya (Hasan, 2002:97).

Analisis data menggunakan teknik analisis interaktif Miles and Huberman Puch dalam Pawito (2008:104), menyatakan bahwa teknik analisis interaktif tersebut memiliki tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan atau pengujian kesimpulan.

- a. Reduksi data yaitu menggolongkan, memilih, dan membuang data yang tidak diperlukan hingga didapatkan kesimpulan.
- b. Penyajian data yaitu keseluruhan data yang didapatkan oleh peneliti dipaparkan dengan teori sebelumnya dalam bidang yang sama.
- c. Penarikan kesimpulan yaitu proses penjabaran secara utuh dari objek yang diteliti dengan menggabungkan informasi yang didapat dalam bentuk yang baku.

### 3.3. Uji Keabsahan Data

Uji Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Triangulasi. Menurut Subagyo (2006:327) menyatakan bahwa Triangulasi merupakan suatu metode penggalan data dengan cara menggabungkan berbagai teknik penggalan data dan sumber data yang telah ada. Metode triangulasi ini peneliti

berarti menguji kredibilitas data yaitu dengan mengecek kredibilitas data dari sumber data dan berbagai teknik penggalian data yang digunakan.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dalam pengujian keabsahan data. Triangulasi sumber ini dilakukan dengan membandingkan informasi yang didapat dari satu informan ke informan lainnya untuk mengecek kesesuaian informasi tersebut. Menurut (Sugiyono, 2017:191) teknik triangulasi sumber digunakan untuk menguji keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang didapatkan saat penelitian dari beberapa sumber, selanjutnya menganalisis dengan cara mendeskripsikan data yang telah didapatkan tersebut, dan terakhir adalah membuat kesimpulan dari hasil analisis dengan meminta kesepakatan dari sumber penelitian. Pemilihan dilakukan oleh peneliti karena triangulasi sumber dirasa sangat cocok dalam penelitian ini, karena selain mendapat data dari informan yang berbeda dengan teknik yang sama, hasil dari penelitiannya pun dapat dimintakan kesepakatan agar hasil penelitiannya lebih bisa dipercaya oleh pembaca. Pendapat tersebut selaras dengan Moleong dalam Bungin (2007:265) triangulasi sumber dapat dilakukan dengan beberapa hal diantaranya yaitu memberikan penilaian terhadap responden pada hasil penelitian, dilakukan pengkoreksian pada sumber data, memberikan tambahan informasi yang akurat, informan dimasukkan dalam obyek penelitian, memastikan kecukupan pada seluruh data yang telah dikumpulkan. Dengan hal ini untuk mencapai keabsahan data peneliti harus melakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Melakukan perbandingan dari data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan pendapat dari orang lain dengan pendapat yang kita ciptakan dengan mengacu pada situasi yang ada
- c. Melakukan perbandingan pada kondisi lapangan saat penelitian dengan kondisi yang dikatakan orang sepanjang waktu
- d. Melakukan perbandingan dari data hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan dengan topik wawancara

Triangulasi sumber pada penelitian ini yaitu pengelola, karyawan dan pengunjung dari *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*.



## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 4.1.1. Guest House The Wahidah Syariah Genteng

Guest House The Wahidah Syariah Genteng berdiri pada bulan Januari tahun 2014. Penginapan ini sebelumnya adalah sebuah rumah kos yang bernama Griya Kos Gucci Syariah. Rumah kos ini tergolong dalam rumah kos menengah ke atas. Hal ini karena tujuan sasaran konsumen adalah dokter-dokter dari luar kotayang ditugaskan di RSUD Genteng mengingat lokasi dari rumah kos tersebut berdekatan dengan RSUD Genteng. Akan tetapi dalam hal ini mengalami kendala karena hanya mengandalkan dokter-dokter dari luar kotayang menginap di penginapan ini. Wilayah genteng merupakan wilayah yang berada pada jalur antar kota serta bukan tergolong daerah wisata, maka pemilik berinovasi untuk mempromosikan penginapannya melalui media sosial. Selain itu untuk menjadikan penginapan tersebut mudah dikenal sehingga namanya diganti menjadi “The Wahidah Syariah” yang terinovasi dari nama ibu pemilik penginapan tersebut. Pada tahun 2017 penginapan ini resmi berganti nama menjadi Guest House The Wahidah Syariah, dengan penginapan yang berlabel syariah diharap dapat menarik minat pengunjung yang mana di daerah genteng sendiri belum ada penginapan yang berlabel syariah.

#### 4.1.2. Visi dan Misi

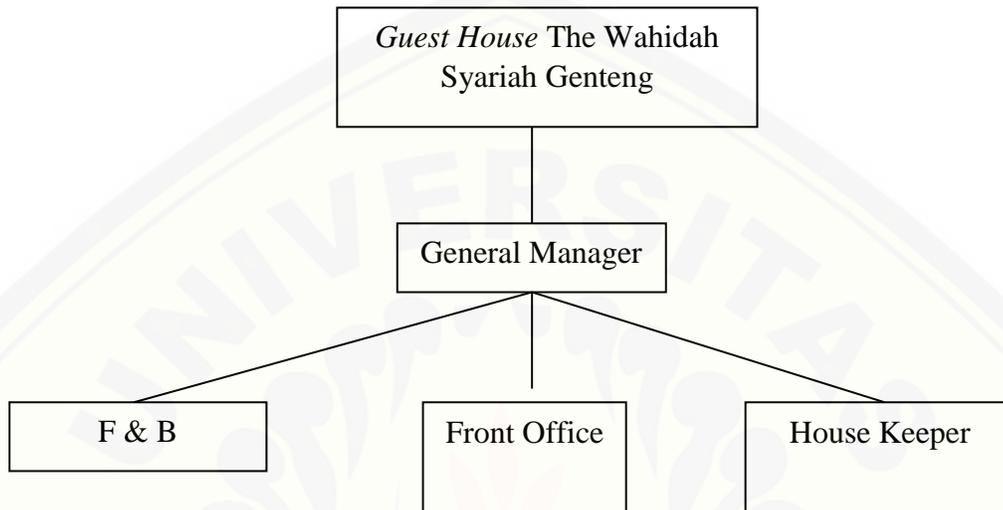
Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Guest House The Wahidah Syariah Genteng adalah sebagai berikut:

Visi : Menjadi penginapan yang mengutamakan kenyamanan dengan kaidah Islam.

Misi : Memberikan pelayanan dengan kesejukan, ramah, sopan, menebar salam dan bersahabat.

#### 4.1.3. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi *Guest House The Wahidah Syariah* dapat dilihat pada gambar 4.1:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng (Sumber Data: General Manajer *Guest House The Wahidah Syariah*)

#### 4.2. Hasil Penelitian

Di dalam melakukan pemasaran, terdapat etika bisnis yang ada di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika bisnis islami dalam pemasaran syariah *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi, yaitu:

##### 4.2.1. Strategi pemasaran syariah pada *Guest House The Wahidah Syariah*

Hasil temuan data dilapangan berdasarkan hasil wawancara dengan 5 informan menghasilkan beberapa temuan terkait dengan strategi pemasaran syariah. Berikut hasil wawancara dengan informan *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi.

Dalam situasi dan kondisi saat ini dimana dunia memasuki era revolusi industri 4.0 komunikasi dan jaringan yang serba internet itu nampaknya juga dimanfaatkan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi ini yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi untuk dijadikan sebagai media pemasaran

*Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*. Menurut Kartajaya (2010) bahwa pendekatan bisnis telah mengalami pergeseran dari rasional, emosional, dan kini menuju spiritual. Pemasaran berorientasi pada hubungan bagaimana caranya membuat konsumen tetap kembali dan membeli lebih banyak. Pada fase ini pemasaran bergerak mengundang konsumen untuk berpartisipasi di dalam pengembangan produk dan komunikasi agar terus berkembang dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Perkembangan teknologi dan informasi memberikan dampak bagi para pengusaha ataupun produsen, maka dari itu harus mengikuti perkembangan zaman, namun tidak mengesampingkan atau meninggalkan prinsip-prinsip syariat Islam di dalamnya. *Guest House The Wahidah Syariah* juga mengacu pada strategi pemasaran syariah bertahan pada konsep syariah yaitu bertahan untuk menggunakan konsep syariah 6 prinsip seperti pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) yakni memiliki kepribadian spiritual (Taqwa), Berlaku Adil, Tanggap terhadap perubahan, Berbuat baik dari sisi produk dan harga, Rela sama rela dan adanya *hak khiyar* pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi), Tidak curang. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Strategi pemasaran syariah yang dijalankan saat ini menggunakan aplikasi online seperti traveloka, selain itu juga menggunakan sosial media seperti facebook dan instagram. Sekarang dunia milenial ya mbak serba internet jadi strategi saat ini yang bisa kita jalankan dengan cepat yaitu mempromosikan penginapan melalui aplikasi traveloka dan media sosial. Disini bedanya dengan penginapan yang bukan syariah, kalau di *Guest House The Wahidah Syariah* di aplikasi untuk mempromosikan penginapannya sudah tertera jelas peraturan dan kebijakan sesuai dengan konsep syariah. Dan keunikan yang dimiliki oleh *Guest House The Wahidah Syariah* dimana umumnya penginapan lain jika tamu membatalkan pesanan kamar atau dibatalkan secara terpaksa karena tidak mengikuti peraturan maka uangnya akan hangus. Hal ini jika dipandang dari segi bisnis merupakan suatu kerugian akan tetapi saya bismillah untuk tidak mengambil uang itu dan tetap konsisten dengan konsep syariah yang sudah saya terapkan tersebut untuk mencari keberkahan dari Allah serta penginapan dengan konsep syariah ini tetap terjaga. Inshaallah saya berharap dengan niat saya itu akan diganti sama Allah. Hal ini juga dibuktikan dengan aplikasi traveloka bahwa *Guest House The Wahidah Syariah* mendapat review terbaik di wilayah Genteng Banyuwangi. Coba mbak dicek, bisa dilihat di traveloka penginapan daerah Genteng

Banyuwangi masih kena di Guest House The Wahidah Syariah. Alhamdulillah dengan menggunakan strategi pemasaran syariah ini di terima oleh customer”

Pendapat informan sebelumnya juga di dukung oleh pendapat Informan Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“kami memasarkannya melalui media sosial dan aplikasi traveloka, disitu jelas keterangannya bahwa pasangan non menikah dilarang menginap dalam satu kamar. Kami menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah sesuai dengan ketentuan islam, pak farid menekankan kepada kami para karyawannya untuk senantiasa taqwa kepada Allah, berbuat adil kepada pelanggan, tidak curang, pelanggan boleh membatalkan transaksinya jika tidak sesuai, tanggap terhadap perubahan dan tetap berbuat baik dalam melayani customer/pelanggan”

Pendapat informan sebelumnya juga di dukung oleh informan yang lain bahwa mempertahankan prinsip-prinsip pemasaran syariah merupakan suatu cara yang baru dalam mengembangkan bisnis penginapan yang berkonsep syariah dengan menjunjung tinggi nilai-nilai islami. Seperti hasil wawancara dengan Aji Amirudin (30 tahun) *House Keeper* pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Strateginya dengan tetap konsisten dalam menerapkan konsep syariah pada *Guest House The Wahidah Syariah* dalam mempromosikan serta memasarkannya”

Pendapat Informan sebelumnya juga sejalan dengan pendapat Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House The Wahidah Syariah* yang menyatakan bahwa:

“Sepengetahuan saya sudah ya mbak, mungkin perlu ditingkatkan lagi dari segi pelayanan dan fasilitas penginapan agar lebih menarik dan membuat pelanggan lebih nyaman menginap disini”

“Saya tau lewat aplikasi traveloka, saya melihat rata-rata review nya dari orang yang pernah menginap disini bagus dan sesuai dengan konsep syariah yang diterapkan”

Pendapat Rezky Ambaryanti (25 tahun), selaku tamu yang menginap harian di *Guest House The Wahidah Syariah* sejalan dengan pendapat Ibu Nurdila Triastuti M.Psi yang menyatakan bahwa:

“Yang saya ketahui menurut penglihatan saya sudah diterapkan seperti adanya alat sholat dikamar dan melihat review nya di traveloka penginapan ini bagus dan nyaman serta pegawainya terkenal ramah-ramah”

“Kebetulan saya tau dari bude saya yang pernah menginap disini, beliau menyarankan saya untuk menginap disini karena tempatnya yang strategis dan harganya yang terjangkau, selain itu saya juga mencari tau informasi tentang penginapan ini melalui aplikasi traveloka”

Hal ini sejalan dengan dokumentasi yang di temukan peneliti, jadi tamu yang hendak menginap harus menunjukkan KTP untuk di fotokopi dan dijadikan bukti kalau tamu sedang menginap di penginapan ini, terlebih untuk yang tamu berpasangan harus bisa menunjukkan bukti-bukti menikah, hal ini dilakukan untuk memfilter para tamu yang akan menginap di *Guest House The Wahidah Syariah* agar tetap terjaga konsep syariah yang sudah diterapkan, dengan begitu pandangan masyarakat tentang penginapan ini terlihat lebih bagus sesuai dengan konsep syariah yang digunakan. Berikut salah satu data pelanggan yang harus menunjukkan KTP pada *Guest House The Wahidah Syariah* (Dokumentasi Data Pelanggan).



Gambar 4.2 Data Pelanggan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, terlihat kondisi strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi dalam keadaan yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah. Penginapan ini mempertahankan menggunakan strategi pemasaran syariah 6

prinsip yaitu takwa, adil, tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik, rela sama rela dan adanya hak pembatalan terhadap transaksi, serta tidak curang (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

#### **4.2.2. Penerapan strategi pemasaran syariah *Guest House The Wahidah Syariah***

##### **a. Memiliki Kepribadian Spiritual (Taqwa)**

Takwa pada dasarnya merujuk pada sebuah sikap yang taat dan takut artinya taat kepada perintah Allah Swt sehingga senantiasa menjalankan perintahNya dan takut akan segala yang dilarang oleh Allah Swt. Proses penerapan strategi pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi menggunakan prinsip memiliki kepribadian spiritual (Taqwa) seperti pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa segala aktivitas bisnis hendaklah sejalan dengan moral dan etika agar tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Tentunya, karena beribadah merupakan hal utama yang paling penting. Hal ini juga saya terapkan di karyawan saya”

“Iya mbak jadi strategi pemasaran syariah ini dibuktikan secara nyata ya bukan hanya nama syariah semata, akan tetapi menyeluruh. Konsep syariah ini juga saya terapkan ke karyawan saya dalam menerima tamu yang diperbolehkan seperti apa. Di aplikasi juga saya terakan bahwa penginapan ini memiliki peraturan dan kebijakan sendiri sesuai dengan konsep syariah, untuk tidak menerima reservasi yang dibuat oleh pasangan non-menikah dalam satu kamar, selain itu kami juga menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah diantaranya taqwa pada Tuhan Yang Maha Esa, berbuat adil pada pelanggan, tidak curang, adanya hak khiyar, tanggap pada perubahan, dan tetap berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga”

Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Yang pertama taqwa artinya kita sebagai umat muslim harus menjalankan perintahnya dan menjauhi larangannya, contoh pada saat melayani pelanggan tetapi sudah tiba waktunya untuk sholat maka harus mengutamakan

melaksanakan kewajiban sholat dahulu baru setelah itu kembali melayani pelanggan”

Pendapat informan sebelumnya juga didukung oleh pendapat informan Aji Amirudin (30 tahun), selaku House Keeper di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Sebisa mungkin menjaga attitude dalam melayani tamu yang hendak menginap di sini, agar tamu merasa nyaman dan betah menginap di *Guest House The Wahidah Syariah*”

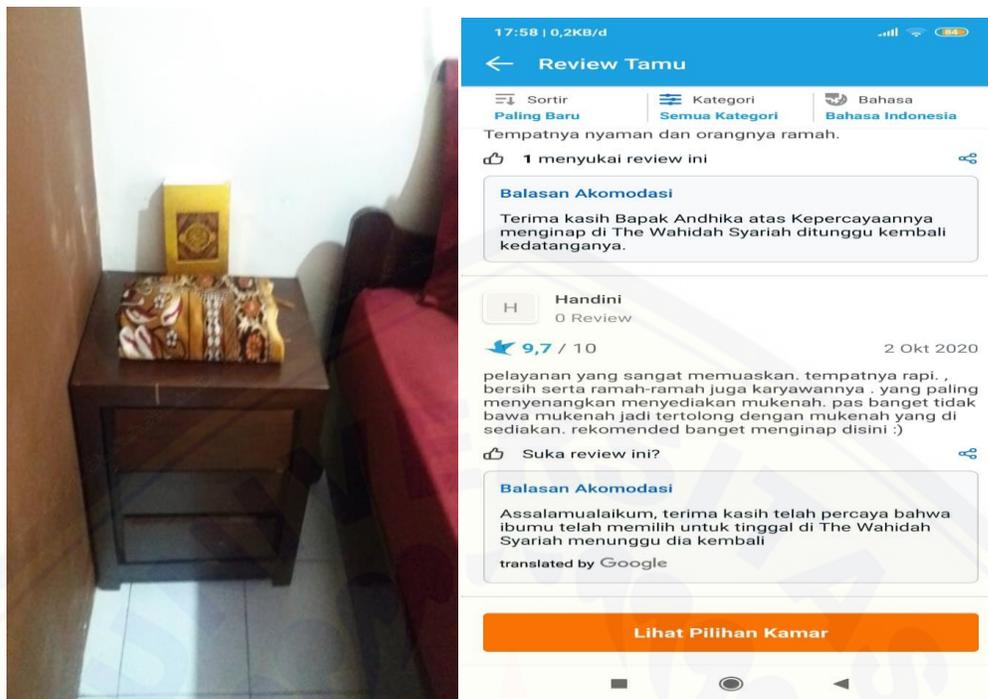
Pendapat Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House The Wahidah Syariah* yang menyatakan bahwa:

“Pesan saya hanya pertahankan konsep syariah ini agar bisa selalu membuat nyaman para tamu yang akan menginap di *Guest House The Wahidah Syariah* ini, terutama bagi para tamu muslim yang pastinya membutuhkan semua fasilitas ini”

Pendapat Rezky Ambaryanti (25 tahun), selaku tamu yang menginap harian di *Guest House The Wahidah Syariah* sejalan dengan pendapat Nurdila Triastuti M.Psi yang menyatakan bahwa:

“Saya sering menginap disini karena pelayanannya yang baik dan sangat nyaman dengan nuansa yang tenang dan religi. Penginapan ini menerapkan konsep syariah sehingga kebutuhan beribadah juga disediakan disini lengkap dengan sajadah, mukena, dan al-qur’an”

Hal ini sejalan dengan hasil dokumentasi peneliti, di mana terlihat adanya peralatan sholat di setiap kamar penginapannya, yang tidak semua penginapan menyediakannya. Berikut foto dokumentasi peralatan sholat yang disediakan *Guest House The Wahidah Syariah* beserta *review* salah satu pelanggan di aplikasi traveloka (Dokumentasi Peralatan Sholat dan *Review* Pelanggan).



Gambar 4.3 Dokumentasi Peralatan Sholat Dan *Reviw* Pelanggan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, terlihat kondisi pada saat tiba waktu sholat pegawai bergantian untuk menunaikan ibadah sholat. Selain itu peneliti juga mengamati tamu yang hendak menginap, mereka pada saat di resepsionis di data terlebih dahulu dan harus menunjukkan identitas diri beserta bukti-bukti resmi menikah jika hendak menginap dengan pasangan. Hal ini dilakukan untuk mencegah hal-hal negatif yang tidak diinginkan. Dengan diterapkannya prinsip pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah* ini, maka tidak ada kesempatan yang dapat disalahgunakan oleh praktik-praktik tertentu untuk melakukan maksiat yang bertentangan dengan hukum islam. Meski begitu, *Guest House* ini tidak hanya diperuntukkan untuk tamu yang beragama islam saja, akan tetapi pelanggan yang non muslim juga dapat menginap di *Guest House* ini asalkan mau mematuhi peraturan yang ada (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

b. Berlaku Adil (*Al-Adl*)

Berperilaku adil merupakan sikap seseorang yang terpuji dan jujur karena tidak memihak kepada salah satu pihak tertentu saja, serta bertindak objektif

berdasarkan atas kebenaran yang ada. Proses penerapan strategi pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menggunakan prinsip berlaku adil (*Al-Adl*) seperti pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa Allah Swt mengingatkan kepada hambanya untuk senantiasa menghindari perbuatan dzalim kepada sesama manusia dalam bermuamalah dan harus berbuat adil dalam melakukan kegiatan bisnis. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“pihak penginapan membatalkan pesanan tersebut dan mengembalikan uang muka yang telah dibayarkan tersebut. Jadi keunikan inilah yang dimiliki oleh *Guest House The Wahidah Syariah* dimana umumnya penginapan lain jika tamu membatalkan pesanan kamar atau dibatalkan secara terpaksa karena tidak mengikuti peraturan maka uangnya akan hangus”

Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Iya mampu, karena berbuat jujur, adil dan tidak curang itu sangatlah penting.

Pendapat informan sebelumnya juga didukung oleh pendapat informan Aji Amirudin (30 tahun), selaku *House Keeper* di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Iya, saya berkerja dengan jujur, adil dan tidak curang”

Pendapat Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House The Wahidah Syariah* yang menyatakan bahwa:

“Lumayan sering ya mbak, bahkan dulu saya pernah memesan room untuk stay disini selama 3 harian, namun karena mendapat kabar dari orang rumah bahwa ibu saya sedang sakit dan saya harus pulang ke malang waktu itu, jadinya saya membatalkan reservasinya untuk yang 1 malam padahal sudah saya bayar semua hotelnya, dan alhamdulillah pihak penginapan mengembalikan uang saya untuk yang 1 malam itu. Hal ini membuat saya terkesan dan merekomkan hotel ini ke teman sejawat saya”

Hal ini sejalan dengan hasil dokumentasi peneliti, di mana terlihat pihak *Guest House The Wahidah Syariah* ini telah menerapkan prinsip berbuat adil terhadap pelanggan yang datang menginap hal ini dibuktikan dengan jawaban langsung dari Ibu Nurdila Triastuti M.Psi, selaku tamu yang menginap di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* ini (Dokumentasi berbuat adil).

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, terlihat bahwa pihak *Guest House The Wahidah Syariah* ini telah menerapkan prinsip berbuat adil terhadap pelanggan yang datang menginap. Hal ini jika dipandang dari segi bisnis merupakan suatu kerugian karena tidak menerima semua pengunjung yang hendak menginap di *Guest House* ini, selain itu pihak *Guest House* juga mengembalikan uang yang telah dibayarkan pelanggan diawal jika pelanggan itu tidak sesuai dengan ketentuan maupun ada keperluan penting yang tidak bisa ditolerir. Hal ini nampaknya membuat pelanggan terkesan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak penginapan. Semua ini dilakukan dengan alasan untuk mencari keberkahan dari Allah Swt (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

### c. Tanggap Terhadap Perubahan

Seorang manager harus tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnisnya, baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Ketelitian dalam melihat peluang baru harus diamati dengan cermat dan kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan harus ditangani segera mungkin, agar pelanggan tidak kecewa dan memilih penginapan yang lain. Proses penerapan strategi pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menggunakan prinsip tanggap terhadap perubahan, seperti pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa selalu ada perubahan dalam menjalankan suatu bisnis, sehingga langkah yang harus diambil adalah meningkatkan pelayanan yang lebih baik dan menjaga kualitas agar perusahaan mampu bertahan dan terus berkembang mengikuti kebutuhan para pelanggan/*customer*. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“cara untuk memikat daya tarik salah satunya dengan memberikan promo berupa diskon. Hal ini dilakukan karena kebanyakan para tamu yang menginap bukan dari tamu wisata melainkan tamu pekerja seperti guru-guru STM dan dokter serta petugas kesehatan yang ditugaskan di RSUD Genteng Banyuwangi yang hanya untuk sementara waktu. Umumnya tamu pekerja tidak terlalu mementingkan fasilitas namun yang dipentingkan adalah harga. Tamu pekerja yang menginap sekitar dua minggu sampai satu bulan maka akan diberikan harga khusus dengan potongan harga yang telah disepakati”

“Walaupun dari sisi fasilitas kami kurang memadai dibandingkan dengan penginapan berbintang lainnya akan tetapi yang saya jadikan kunci utama yaitu kenyamanan bagi para tamu, seperti hal yang kita ketahui bahwa penginapan syariah ada batasan-batasan tertentu. Hal ini juga dibuktikan dengan aplikasi traveloka bahwa Guest House The Wahidah Syariah mendapat review terbaik di wilayah Genteng Banyuwangi. Coba mbak dicek, bisa dilihat di traveloka penginapan daerah Genteng Banyuwangi masih kena di Guest House The Wahidah Syariah. Alhamdulillah dengan menggunakan strategi pemasaran syariah ini di terima oleh customer”

Dalam perkembangannya, dari segi harga sudah dilakukan trik atau cara untuk dapat menarik pelanggan, namun dari segi fasilitas penginapan *Guest House The Wahidah Syariah* ini masih kurang memadai, sehingga perlu di evaluasi lagi dan di tingkatkan lagi dari segi fasilitasnya. Informan Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House The Wahidah Syariah* menyatakan bahwa:

“Selain itu menginap disini juga mendapatkan potongan harga jika menginap lebih dari tiga hari, ini suatu hal yang membuat saya tambah tertarik menginap disini”

Hal ini sejalan dengan pendapat Rezky Ambaryanti (25 tahun), selaku tamu yang menginap harian di *Guest House The Wahidah Syariah* yang menyatakan bahwa:

“menginap disini karena tempatnya yang strategis dan harganya yang terjangkau”

*Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi dalam menarik pelanggan dengan cara memberikan harga promo, semacam diskon. Hal ini sejalan dengan hasil dokumentasi peneliti, di mana terlihat adanya potongan harga sehingga menjadikan daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang hendak menginap. Namun bagi

pelanggan yang tidak hanya mementingkan harga diskon saja akan tetapi juga fasilitas yang diperoleh, hal ini menjadikan kekurangan bagi pihak penginapan karena kurang tanggap terhadap perubahan dan bisa membuat pelanggan merasa kurang puas bahkan kecewa dengan fasilitas yang kurang memadai (Dokumentasi tanggap terhadap perubahan).

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, pihak *Guest House The Wahidah Syariah* kurang tanggap terhadap perubahan karena fasilitas yang kurang memadai dibandingkan dengan penginapan yang lain. Contohnya seperti tidak disediakan *meeting room* dan *uniform* kepada para karyawannya agar terlihat lebih rapi dan bisa menambah *performance* dalam melayani para pengunjung, serta kurang menambahkan dekorasi yang bernuansa islami, untuk bisa lebih menarik minat pengunjung. Jika menjalankan suatu bisnis maka diperlukan sebuah evaluasi untuk mengetahui bagaimana perkembangan bisnisnya apakah sudah berjalan dengan baik atau masih ada kekurangan yang belum dibenahi. Dalam menghadapi perubahan di dalam dunia bisnis harus cepat tanggap dan responsif terhadap perubahan yang terjadi, agar bisnisnya bisa terus bertahan dan menjadi lebih baik (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

d. Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Bisnis yang baik adalah bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan dan uang saja namun termasuk di dalamnya terdapat kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Proses penerapan strategi pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menggunakan prinsip berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, seperti pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa dalam pemasaran syariah, tidak diperbolehkan menjual barang yang kualitasnya buruk dengan harga yang melambung tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran syariah adalah pemasaran yang harus mengutamakan kejujuran dan kemlasahatan bersama, dimana harga harus sesuai dengan kualitas barang/produk. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Ada dua tipe kamar yaitu business room dan executive room dengan harga Rp.150.000,- yang business room dan Rp.200.000,- untuk yang executive room. Harga tersebut bisa berubah mengikuti situasi dan kondisi. Fasilitas yang didapatkan pada business room yaitu Televisi, Ac, Alat Sholat, Pembuat kopi/teh (hiter), air minum kemasan, meja tulis, free newspaper, almari, brankas dalam kamar, dilengkapi dengan kamar mandi pribadi, lengkap dengan air panas, shower, dan toiletries. Sedangkan yang executive room dari keseluruhan fasilitasnya sama saja dengan yang business room bedanya kalau yang executive room lebih lengkap lagi seperti ada tambahan lemari es (kulkas), sofa, Hair dryer, view kamar yang berbeda, dan pastinya luas kamar yang berbeda juga (lebih luas yang executive room)”

Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Jadi kami juga mengupayakan untuk sebisa mungkin tidak mengecewakan pelanggan yang datang dengan memberikan pelayanan serta fasilitas yang sudah kami terakan di aplikasi traveloka tersebut”

“Kami tetap berusaha berbuat yang terbaik untuk customer/pelanggan baik itu dari sisi produk maupun harga, serta pelayanan kami terhadap pelanggan”

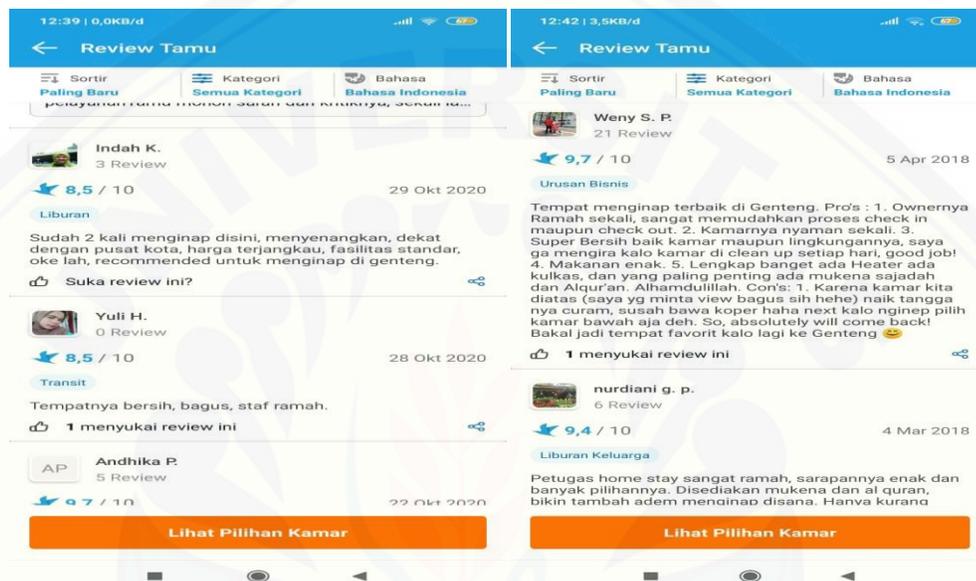
Pendapat Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House The Wahidah Syariah* yang menyatakan bahwa:

“Fasilitas yang diberikan juga setara dengan hotel namun disini memiliki harga yang terjangkau. Pesan saya hanya pertahankan konsep syariah ini agar bisa selalu membuat nyaman para tamu yang akan menginap di *Guest House The Wahidah Syariah* ini, terutama bagi para tamu muslim yang pastinya membutuhkan semua fasilitas ini”

Pendapat Rezky Ambaryanti (25 tahun), selaku tamu yang menginap harian di *Guest House The Wahidah Syariah* sejalan dengan pendapat Nurdila Triastuti M.Psi yang menyatakan bahwa:

“Penginapan ini menerapkan konsep syariah sehingga kebutuhan beribadah juga disediakan disini lengkap dengan sajadah, mukena, al-qur'an. Karyawannya juga sangat ramah dan fasilitas yang didapat setara dengan hotel hanya saja harganya lebih terjangkau di *Guest House The Wahidah Syariah* ini”

Hal ini sejalan dengan hasil dokumentasi peneliti, di mana terlihat adanya upaya dari pihak *Guest House* untuk memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang terbaik yang diberikan oleh pihak penginapan. Hal ini dilakukan untuk menarik minat pelanggan agar tertarik menginap di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*. Berikut *review* salah satu pelanggan di aplikasi traveloka (Dokumentasi *review* pelanggan).



Gambar 4.4 Dokumentasi *Review* Pelanggan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, terlihat bahwa *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* telah melakukan yang terbaik dari sisi produk dan harga, contohnya seperti selalu menjaga kebersihan setiap kamar dan lingkungan penginapan, serta memberikan harga yang terjangkau untuk pelanggannya. Hal ini nampaknya membuat para pelanggan tertarik untuk menginap di *Guest House* ini karena harganya yang terjangkau (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

e. Rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi)

Dalam bermuamalah yang baik yang sesuai dengan ketentuan syariat islam harus ada hak yang dimiliki oleh masing-masing pihak yang terlibat dalam bertransaksi jual beli untuk melanjutkan transaksi tersebut atau membatalkannya. Proses penerapan strategi pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng* menggunakan prinsip rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi), seperti pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa marketer yang mendapatkan pelanggan haruslah menjaga hubungan yang baik, agar pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Didalam agama Islam kalau sedang melakukan transaksi bermuamalah harus berdasarkan rela sama rela, sehingga *khiyar* diperbolehkan dalam agama Islam. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Pasangan yang mengatakan sudah menikah harus menunjukkan identitas diri seperti KTP suami-istri dengan alamat yang sama / fotokopi Buku Nikah / foto-foto pernikahan pada saat registrasi (check-in). Dan pihak hotel berhak untuk membatalkan/menolak reservasi jika tamu tidak dapat/menolak menunjukkan kartu identitas yang diminta. Jadi saya sangat memfilter hal ini untuk membangun image yang baik sesuai dengan syariah, jadi tidak hanya title namun bukti yang nyata. Selain itu jika ada pasangan yang telah memesan kamar dan telah terlanjur membayar uang muka dan ternyata pasangan tersebut tidak bisa menunjukkan bukti-bukti suami-istri maka dengan terpaksa pihak penginapan membatalkan pesanan tersebut dan mengembalikan uang muka yang telah dibayarkan tersebut”

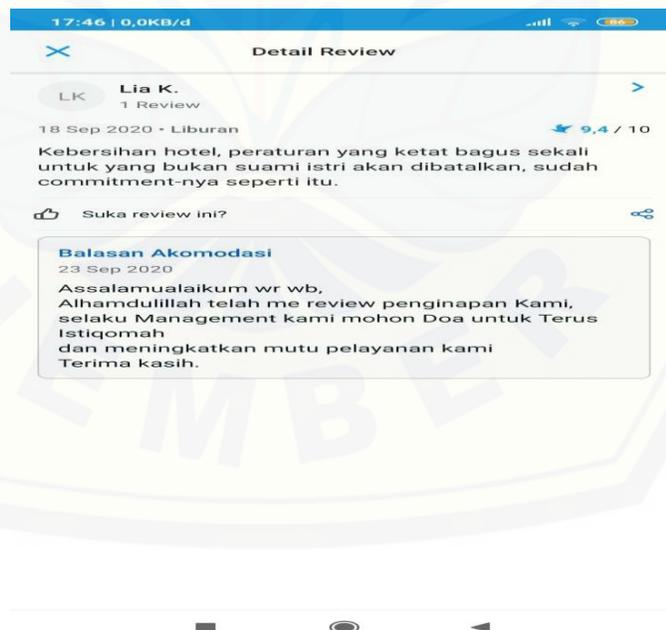
Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Lalu jika pelanggan merasa penginapannya kurang sesuai dengan yang diharapkan bisa membatalkan reservasinya, begitupun sebaliknya pihak penginapan juga berhak membatalkan reservasi yang dibuat oleh pasangan non menikah dalam satu kamar, jadi kita sama-sama enak dan tidak dirugikan”

Pendapat informan sebelumnya juga didukung oleh pendapat informan Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Lumayan sering ya mbak, bahkan dulu saya pernah memesan room untuk stay disini selama 3 harian, namun karena mendapat kabar dari orang rumah bahwa ibu saya sedang sakit dan saya harus pulang ke malang waktu itu, jadinya saya membatalkan reservasinya untuk yang 1 malam padahal sudah saya bayar semua hotelnya, dan alhamdulillahnya pihak penginapan mengembalikan uang saya untuk yang 1 malam itu. Hal ini membuat saya terkesan dan merekomkan hotel ini ke teman sejawat saya”

Hal ini sejalan dengan hasil dokumentasi peneliti, di mana terlihat kondisi yang sedemikian rupa, pada saat peneliti sedang mengamati di bagian resepsionis bahwa pihak *Guest House* mendata identitas tamu terlebih dahulu untuk kemudian di filter apakah tamu yang datang sudah sesuai dengan kebijakan penginapan atau belum. Jika belum pihak penginapan akan menolak reservasinya, hal ini dilakukan untuk menjaga nama baik penginapan *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi*. Berikut *review* salah satu pelanggan di aplikasi traveloka (Dokumentasi *review* pelanggan).



Gambar 4.5 Dokumentasi *Review* Pelanggan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, terlihat bahwa *Guest House* the wahidah Syariah Genteng Banyuwangi telah menerapkan hak *khiyar* di dalam transaksinya dan benar-benar memilah para pengunjung yang hendak menginap di *Guest House* ini (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

f. Tidak Curang (*Tadlis*)

Bersikap jujur dan tidak curang adalah suatu hal yang terpuji dan merupakan faktor utama untuk menuju kesuksesan dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha, dengan sikap jujur tersebut akan membuat kepercayaan bagi pelanggan untuk membeli sebuah produk maupun jasa. Jika berbuat curang terhadap pelanggan maka otomatis pelanggan tidak akan percaya lagi terhadap produk yang dipasarkan, selain itu akan membuat bisnis terhambat karena berkurangnya pelanggan. Proses penerapan strategi pemasaran syariah di *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menggunakan prinsip tidak curang (*tadlis*), seperti pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa dalam pemasaran syariah berbuat curang seperti menipu (*tadlis*) sangatlah dilarang dalam kegiatan transaksi jual-beli oleh pihak *marketer* kepada pelanggannya. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Iya pasti, saya berkerja dengan jujur, adil, dan tidak curang. Contohnya seperti luas kamar itu kan berbeda ya antara tipe business room dengan eksekutif room, itu saya terakan semua masing-masing mendapatkan fasilitas kamar yang luasnya berapa, jadi tidak hanya foto kamarnya saja yang kami terakan di aplikasi namun luas kamarnya berapa juga saya terakan secara detail. Dan seperti yang sudah saya sampaikan tadi bila ada tamu berpasangan yang sudah membayar namun tidak bisa menunjukkan bukti-bukti pernikahan maka akan saya kembalikan seluruh uangnya yang sudah dibayarkan. Hal ini akan terus saya lakukan agar mendapatkan keberkahan dari Allah Swt dan tetap istiqomah dengan konsep syariah agar selalu terjaga dengan benar konsep syariahnya”.

Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Iya mampu, karena berbuat jujur, adil dan tidak curang itu sangatlah penting. Jadi semisal ada pelanggan yang datang dan memesan lewat aplikasi disitu kan sudah tertera foto kamarnya seperti apa, luasnya berapa, dan mendapatkan fasilitas apa saja, jadi kami juga mengupayakan untuk sebisa mungkin tidak mengecewakan pelanggan yang datang dengan memberikan pelayanan serta fasilitas yang sudah kami terakan di aplikasi traveloka tersebut”

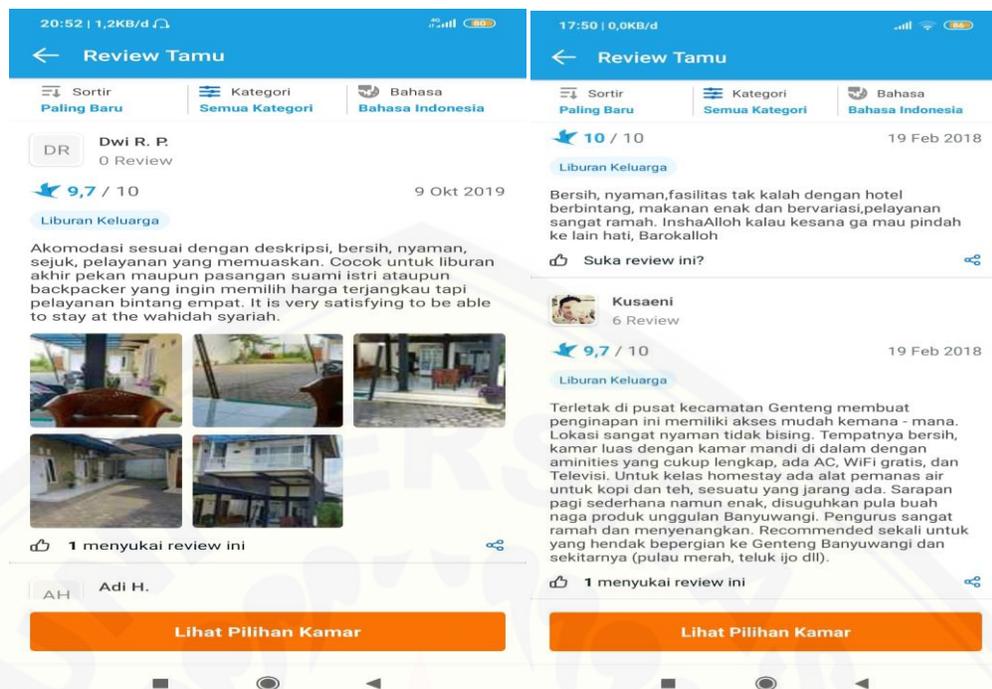
Pendapat informan sebelumnya juga didukung oleh pendapat informan Aji Amirudin (30 tahun), selaku *House Keeper* di *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Iya, saya berkerja dengan jujur, adil dan tidak curang. Contohnya seperti setiap tamu yang selesai menginap langsung saya bersihkan kamarnya dan mengganti sepreinya serta menyediakan air mineral, teh/kopi dan juga toiletries yang baru. Hal ini saya lakukan agar para tamu yang hendak menginap dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan”

Pendapat Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House* The Wahidah Syariah yang menyatakan bahwa:

“Ternyata sesuai dengan review yang saya lihat di aplikasi bahwa pelayanannya memang bagus dan sangat memuaskan”

Hal ini sejalan dengan hasil dokumentasi peneliti, di mana terlihat pelayanan yang baik dan memuaskan, karena *House Keeper* yang selalu menjaga kebersihan di setiap area penginapan, selain itu pelanggan juga mendapatkan fasilitas room yang sesuai dengan gambar yang dipilih pada aplikasi traveloka. Berikut *review* salah satu pelanggan di aplikasi traveloka. Berikut *review* salah satu pelanggan di aplikasi traveloka (Dokumentasi *review* pelanggan).



Gambar 4.6 Dokumentasi *Review* Pelanggan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, di mana terlihat pelayanan yang baik salah satunya karyawan bagian resepsionis beserta *House Keeper* yang melayani para pelanggan dengan baik, dan tidak curang dalam pelayanannya maupun dalam transaksinya. Seperti selalu menjaga kebersihan di setiap area penginapan, selain itu pelanggan juga mendapatkan fasilitas room yang sesuai dengan gambar yang dipilih pada aplikasi traveloka. Hal ini nampaknya membuat pelanggan nyaman dan percaya menginap di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* ini (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

#### 4.2.3. Alasan Menggunakan Strategi Pemasaran Syariah pada *Guest House The Wahidah Syariah*

Dalam pemasaran syariah bisnis yang disertai keikhlasan dan semata-mata hanya ingin beribadah kepada Allah Swt ini akan menjadi modal dasar bagi para pebisnis untuk tumbuh dan berkembang menjadi bisnis yang besar, yang mempunyai spiritual brand, keunggulan, dan keunian yang tak tertandingi. Seperti pendapat yang dikemukakan oleh Kartajaya dan Sula (2006) bahwa pemasaran syariah memiliki

salah satu cirri khas tersendiri yang tidak diterapkan dalam pemasaran konvensional yaitu sifatnya yang *religious (diniyyah)*. Karakter seperti ini terbentuk dengan sendirinya tanpa adanya keterpaksaan, namun berawal dari kesadaran masing-masing seseorang akan nilai-nilai *religious*, yang dinilai penting dalam menjalankan kegiatan pemasaran agar tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Karena bisnis syariah merupakan bisnis yang mementingkan kemaslahatan bersama, dapat dipercaya, dan tidak ada tipu daya didalamnya. Informan Farid Miharja S.T (48 tahun), selaku General Manager di Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa:

“Karena yang pertama secara prinsip saya mencari keberkahannya. Yang kedua memang dengan menggunakan strategi pemasaran syariah ini saya mencari pangsa tersendiri. Dengan menerapkan konsep syariah sehingga timbul nuansa yang berbeda dibandingkan dengan penginapan konvensional. Nuansa tersebut dapat menciptakan rasa aman, nyaman dan tenang bagi para tamu, terutama tamu beragama muslim. Walaupun dari sisi fasilitas kami kurang memadai dibandingkan dengan penginapan berbintang lainnya akan tetapi yang saya jadikan kunci utama yaitu kenyamanan bagi para tamu, seperti hal yang kita ketahui bahwa penginapan syariah ada batasan-batasan tertentu. Hal ini juga dibuktikan dengan aplikasi traveloka bahwa Guest House The Wahidah Syariah mendapat review terbaik di wilayah Genteng Banyuwangi. Coba mbak dicek, bisa dilihat di traveloka penginapan daerah Genteng Banyuwangi masih kena di Guest House The Wahidah Syariah. Alhamdulillah dengan menggunakan strategi pemasaran syariah ini di terima oleh customer”.

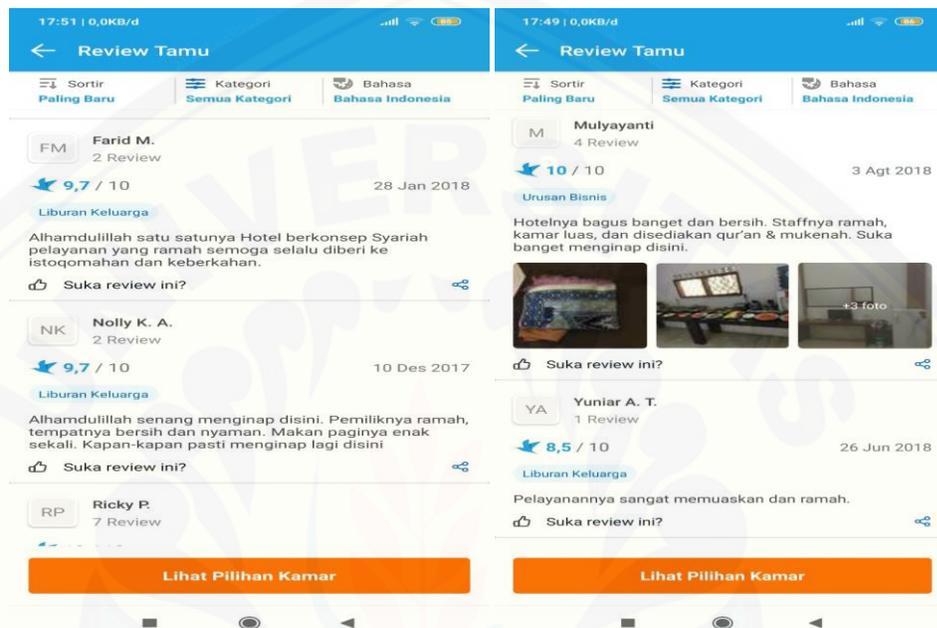
Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Jefri (29 tahun), selaku karyawan di bagian resepsionis pada *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Salah satunya untuk menciptakan daya tarik tersendiri serta bertujuan untuk mencari keberkahan dengan rezeki yang halal”

Pendapat informan sebelumnya juga didukung oleh pendapat informan Nurdila Triastuti M.Psi (41 tahun), selaku tamu yang menginap Part Time di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* menyatakan bahwa:

“Nuansa ketenangan memberikan tingkat kenyamanan yang berlebih menjadikan waktu istirahat saya lebih optimal”

Hal ini sejalan dengan dokumentasi yang ditemukan peneliti, di mana terlihat bahwa pengunjung yang datang merasa nyaman dengan penginapan berkonsep syariah ini terutama bagi yang beragama muslim, karena tidak semua penginapan menyediakan kebutuhan para umat muslim. Berikut review salah satu pelanggan di aplikasi traveloka (Dokumentasi *Review* Pelanggan).



Gambar 4.7 Dokumentasi *Review* Pelanggan

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, terlihat bahwa *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi ini telah konsisten dalam menerapkan strategi pemasaran syariah guna mencari keberkahan dari Allah Swt serta penginapan dengan konsep syariah ini tetap terjaga kehalalannya (Catatan Penelitian, 01/01/2021).

### 4.3. Pembahasan

4.3.1. Strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh *Guest House* The Wahidah Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh *Guest House* The Wahidah Syariah menunjukkan bahwa pemilik *Guest House* The Wahidah Syariah memanfaatkan

teknologi untuk dijadikan sebagai media pemasaran syariah, untuk penerapannya telah sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kartajaya (2010) bahwa pendekatan bisnis telah mengalami pergeseran dari rasional, emosional, dan kini menuju spiritual. Pemasaran berorientasi pada hubungan bagaimana caranya membuat konsumen tetap kembali dan membeli lebih banyak. Pada fase ini pemasaran bergerak mengundang konsumen untuk berpartisipasi di dalam pengembangan produk dan komunikasi agar terus berkembang dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis.

Pemilik *Guest House The Wahidah Syariah* juga menggunakan strategi pemasaran syariah bertahan menggunakan 6 prinsip pemasaran syariah sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) yakni prinsip memiliki kepribadian spiritual (Taqwa) merupakan segala aktivitas bisnis hendaklah sejalan dengan moral dan etika agar tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Umat muslim di syariatkan untuk mencari kebahagiaan akherat dengan cara yang sebaik-baiknya yang dianjurkan dalam syariat Islam dengan mensyukuri nikmat Allah Swt yang telah di berikan. Prinsip berlaku adil (*Al-Adl*) menyatakan bahwa Allah Swt mengingatkan kepada hambanya untuk senantiasa menghindari perbuatan dzalim kepada sesama manusia dalam bermuamalah dan harus berbuat adil dalam melakukan kegiatan bisnis. Oleh karena itu umat muslim dilarang melakukan transaksi yang bersifat gharar. Gharar artinya seluruh bentuk jual-beli yang didalamnya mengandung unsure-unsur ketidakjelasan, keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain. Prinsip tanggap terhadap perubahan menyatakan bahwa selalu ada perubahan dalam menjalankan suatu bisnis, sehingga langkah yang harus diambil adalah meningkatkan pelayanan yang lebih baik dan menjaga kualitas agar perusahaan mampu bertahan dan terus berkembang mengikuti kebutuhan para pelanggan/konsumen. Prinsip berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga menyatakan bahwa dalam pemasaran syariah, tidak diperbolehkan menjual barang yang kualitasnya buruk dengan harga yang melambung tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran syariah adalah pemasaran yang harus mengutamakan kejujuran dan kemaslahatan bersama, dimana harga harus

sesuai dengan kualitas barang/produk. Prinsip rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi) menyatakan bahwa *marketer* yang mendapatkan pelanggan haruslah menjaga hubungan yang baik, agar pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Di dalam agama Islam kalau sedang melakukan transaksi bermuamalah harus berdasarkan rela sama rela, sehingga *khiyar* diperbolehkan dalam agama Islam. Prinsip tidak curang (*Tadlis*) menyatakan bahwa dalam pemasaran syariah berbuat curang seperti menipu (*tadlis*) sangatlah dilarang dalam kegiatan transaksi jual-beli oleh pihak *marketer* kepada pelanggannya.

#### 4.3.2. Penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* menunjukkan bahwa proses pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi sudah sesuai dengan indikator prinsip memiliki kepribadian spiritual (Taqwa) misalnya pada saat melayani pelanggan/*customer* namun sudah tiba waktunya untuk sholat maka para karyawan mengutamakan melaksanakan kewajiban sholat terlebih dahulu baru kemudian melayani pelanggan/*customer* lagi. Selain itu karyawan juga senantiasa menjaga attitude dalam melayani tamu yang hendak menginap di *Guest House The Wahidah Syariah* ini agar pelanggan merasa nyaman dan senang menginap di penginapan ini. hal ini juga sejalan dengan pendapat salah satu pelanggan yang mengatakan bahwa pelayanannya baik dan nyaman dengan nuansa yang religi. Hal ini juga didukung oleh pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa segala aktivitas bisnis hendaklah sejalan dengan moral dan etika agar tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* menunjukkan bahwa proses pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah*

Syariah Genteng Banyuwangi sudah sesuai dengan indikator berlaku adil (*Al-Adl*) misalnya pihak penginapan mengembalikan uang yang telah dibayarkan pelanggan diawal jika pelanggan tersebut tidak sesuai dengan ketentuan syariah dan ada keperluan penting yang tidak bisa ditolerir. Hal ini juga didukung oleh pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa Allah Swt mengingatkan kepada hambanya untuk senantiasa menghindari perbuatan dzalim kepada sesama manusia dalam bermuamalah dan harus berbuat adil dalam melakukan kegiatan bisnis. Hal ini

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* menunjukkan bahwa proses pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* belum sesuai dengan indikator tanggap terhadap perubahan misalnya dari sisi fasilitas kurang memadai dibandingkan dengan penginapan berbintang lainnya. Contohnya seperti tidak disediakannya *meeting room* dan *uniform* untuk para karyawan dan kurang menambah dekorasi yang bernuansa islami. Hal ini menjadikan kekurangan bagi pihak *Guest House The Wahidah Syariah Genteng* dalam memberikan fasilitas yang baik kepada karyawan dan seluruh konsumennya. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa selalu ada perubahan dalam menjalankan suatu bisnis, sehingga langkah yang harus diambil adalah meningkatkan pelayanan yang lebih baik dan menjaga kualitas agar perusahaan mampu bertahan dan terus berkembang mengikuti kebutuhan para pelanggan/*customer*. Dalam menjalankan sebuah bisnis maka diperlukan adanya evaluasi untuk mengetahui apakah bisnisnya sudah berjalan dengan baik atau belum, jika masih ada kekurangan yang belum dibenahi sebaiknya segera di tanggap karena dalam dunia bisnis harus *responsive* terhadap perubahan yang terjadi, agar bisnisnya mampu terus berkembang dan bertahan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* menunjukkan bahwa proses pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* sudah sesuai dengan indikator berbuat yang terbaik

dari sisi produk dan harga misalnya seperti pendapat salah satu pelanggan yang mengatakan bahwa kamarnya nyaman dan bersih. Hal ini juga didukung oleh pelanggan lainnya yang menyatakan bahwa sudah 2 kali menginap disini, dengan harga yang terjangkau. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa dalam pemasaran syariah, tidak diperbolehkan menjual barang yang kualitasnya buruk dengan harga yang melambung tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran syariah adalah pemasaran yang harus mengutamakan kejujuran dan kemaslahatan bersama, dimana harga harus sesuai dengan kualitas barang/produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* menunjukkan bahwa proses pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi sudah sesuai dengan indikator rela sama rela dan adanya hak *khiyar* (Hak pembatalan terhadap transaksi) misalnya jika ada pasangan yang telah memesan kamar dan telah terlanjur membayar uang muka dan ternyata pasangan tersebut tidak bisa menunjukkan bukti-bukti suami-istri maka dengan terpaksa pihak penginapan membatalkan pesanan tersebut dan mengembalikan uang muka yang telah dibayarkan pasangan tersebut. Hal ini dianggap adil dan tidak ada yang dirugikan karena pasangan tersebut mendapatkan uangnya kembali serta pihak penginapan tetap terjaga konsep syariahnya yang telah diterapkan. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa marketer yang mendapatkan pelanggan haruslah menjaga hubungan yang baik, agar pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Didalam agama Islam kalau sedang melakukan transaksi bermuamalah harus berdasarkan rela sama rela, sehingga *khiyar* diperbolehkan dalam agama Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah* menunjukkan bahwa proses pemasaran syariah di *Guest House The Wahidah Syariah* Genteng Banyuwangi sudah sesuai dengan indikator tidak curang (*tadlis*) misalnya pada saat tamu yang selesai menginap pihak *house keeper* segera mengganti

seprei dan membersihkan kamar yang habis dipakai. Hal ini sejalan dengan hasil pengamatan peneliti pada saat dilapangan terlihat bahwa penginapan ini sesuai dengan deskripsi yang ada di aplikasi traveloka, mulai dari luasnya kamar serta mendapatkan fasilitas seperti apa saja. Sehingga pelanggan yang menginap di penginapan ini merasa sudah sesuai dengan gambar yang dipilih pada saat memesan kamar di aplikasi traveloka. Hal ini juga sejalan dengan pendapat pelanggan bahwa penginapan ini ternyata sesuai dengan review yang dilihat pada aplikasi traveloka. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Gymnastiar dan Kartajaya (2004:46) bahwa dalam pemasaran syariah berbuat curang seperti menipu (*tadlis*) sangatlah dilarang dalam kegiatan transaksi jual-beli oleh pihak *marketer* kepada pelanggannya.

Tingkat kesesuaian penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh *Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi* merujuk pada tabel 4.2 :

Tabel 4.1 Uji Keabsahan Data

No.	Indikator	Kesesuaian	
		Sesuai	Tidak Sesuai
1	Memiliki Kepribadian Spiritual (Taqwa)	√	
2	Berlaku Adil ( <i>Al-Adl</i> )	√	
3	Tanggap Terhadap Perubahan		√
4	Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga	√	
5	Rela sama rela dan adanya hak <i>khiyar</i> pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi)	√	
6	Tidak Curang ( <i>Tadlis</i> )	√	

Sumber: Data diolah, 2021.

#### 4.3.3. Penggunaan strategi pemasaran syariah pada pengelolaan *Guest House* The Wahidah Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa alasan menggunakan strategi pemasaran syariah di *Guest House* The Wahidah Syariah menunjukkan bahwa pemilik *Guest House* The Wahidah Syariah konsisten menerapkan strategi pemasaran syariah guna mencari keberkahan dari Allah serta penginapan dengan konsep syariah tetap terjaga. Hal ini dapat ditunjukkan jika ada pasangan yang telah memesan kamar dan telah terlanjur membayar uang muka dan ternyata pasangan tersebut tidak bisa menunjukkan bukti-bukti suami-istri maka dengan terpaksa pihak penginapan membatalkan pesanan tersebut dan mengembalikan uang muka yang telah dibayarkan tersebut. Selain itu pemilik *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng juga menolak tamu dari mancanegara karena kebanyakan pasangan dari luar negeri merupakan pasangan yang belum menikah sehingga tidak dapat menunjukkan buku nikah/bukti-bukti lainnya yang menunjukkan bahwa mereka resmi menikah.

Kemudian *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng tidak hanya dari segi bentuk fisik bangunannya saja yang islami tetapi pada sisi produk yang dimiliki *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng terkait semua aspek manajemen dari atasan hingga bawahan selalu di anjurkan memiliki perilaku yang baik dan simpatik (*shidq*), sopan, ramah, berbicara dengan tutur kata yang baik dan senantiasa selalu cepat tanggap dalam memberikan pelayanan tamu sehingga tamu merasa puas dan memiliki kesan yang baik. Sehingga sampai saat ini *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng sudah berjalan 7 tahun dan terbukti masih tetap bertahan dan tetap eksis dalam persaingan bisnis jasa penginapan atau hotel lainnya.

Dalam hal ini juga sesuai dengan landasan pemasaran syariah dimana Islam menganjurkan dalam sisi produk harus mempunyai manfaat bagi para konsumen atau tamu. Marketer harus memberikan penjelasan mengenai manfaat produk atau manfaat proses produksi dijalankan dengan benar. Dalam Al Quran di jelaskan pada ayat berikut ini:

مُفْسِدِينَ الْأَرْضِ فِي تَعْتَوَا وَلَا أَشْيَاءَهُمُ النَّاسَ تَبَخَسُوا وَلَا

Artinya: Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan. (QS Al- Syu'ara [26]:183).

Ayat tersebut mengajarkan dalam berbisnis janganlah merugikan salah satu pihak harus adanya konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan dihadapkan hukum harus diimbangi dengan keadilan ekonomi. Tanpa pengimbangan tersebut, keadilan akan kehilangan makna dengan keadilan ekonomi, setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusinya dan setiap individu harus terbebas dari eksploitasi individu lainnya.

#### 4.4. Keterbatasan

Dalam pelaksanaan penelitian ada beberapa hal yang menjadi keterbatasan peneliti dalam perolehan data secara keseluruhan. Karena disini, peneliti tidak dapat menemui beberapa narasumber secara langsung karena adanya pandemi Covid-19.

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang tujuan penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengelola *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi menggunakan strategi pemasaran syariah bertahan, yaitu bertahan pada 6 prinsip pemasaran syariah. Seperti memiliki kepribadian spiritual (Taqwa), berlaku adil (*Al-Adl*), tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi), dan tidak curang (*Tadlis*).
2. *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng menerapkan 6 prinsip pemasaran syariah, yaitu memiliki kepribadian spiritual (Taqwa), berlaku adil (*Al-Adl*), berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (Hak pembatalan terhadap transaksi), dan tidak curang (*Tadlis*). Namun penerapan pemasaran syariah *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi belum sesuai dengan prinsip tanggap terhadap perubahan karena fasilitas yang disediakan masih tergolong kurang memadai bila dibandingkan dengan kompetitor.
3. Pemilik *Guest House* The Wahidah Syariah konsisten menerapkan strategi pemasaran syariah untuk mencari keberkahan dari Allah Swt.

## 5.2. Saran

Berdasarkan keterbatasan diatas, maka peneliti dapat menambahkan saran yakni:

1. Bagi *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi

Untuk pihak *Guest House* The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi yang telah menggunakan 6 prinsip dalam strategi pemasaran syariahnya sebaiknya ditingkatkan lagi dari segi fasilitas dan konsep syariahnya,

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali informasi lebih dalam lagi tentang strategi pemasaran syariah, sehingga data yang diperoleh dapat lebih akurat dan memperbanyak narasumber.

3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat terutama yang berkeyakinan muslim agar lebih selektif dalam memilih tempat penginapan, kini saatnya berhijrah ke tempat penginapan yang berkonsep syariah seperti di *Guest House* The Wahidah Syariah yang telah menerapkan konsep syariah yang terjaga kehalalannya dan pastinya membuat pengunjung lebih merasa nyaman, aman, dan tentram. Karena disediakan kebutuhan para umat muslim yang tidak disediakan dalam penginapan konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D., dkk. 2015. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah. Kementerian Pariwisata*. Jakarta: kementerian Pariwisata. Hal 1-2
- Atmoko. T. P.H. 2015. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. Vol.1(2).
- BN. Marbun.1998. *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan.
- Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Danang.S. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Departemen Agama RI.2005. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Syigma
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori Dan Soal*. Bandung: Gramedia.
- Fakhr, M. & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Medan: *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol. 14(02).ISSN 1693- 7619.
- Gymnasiar.A., Kertajaya.H. 2004. *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta: Mark Plus & CO.
- Hasan, I. 2002. *Pokok-pokok materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Ghalia.
- Ismayanti, Muslimin.K.2017. Analisis Pengelolaan Hotel Al-Badar Syariah di Kota Makassar. *Jurnal LAA MAISYIR* Vol. 4 (1): 19-37.
- Kertajaya.H., Sula.M.S. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kertajaya.H.,Sula.M.S.2014. *Syariah Marketing*. Bandung. Mizan Media Utama

- Kotler, Philip, Amstrong.G. 2014. *Principles Ofrta Marketing*. 12<sup>th</sup> Edition, Jakarta: Erlangga.
- Lovelock.C. 2004.*Service Marketing People, Technology, Strategy, Prentice Hall*, United States of America.
- Moleong, L. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nandasari. 2018. Analisis Harga dan Promosi Terhadap Banyaknya Pelanggan The Fit Lab di Hotel Tara Yogyakarta. Yogyakarta :*Skripsi*. UNY
- Nurhidayati.F. 2018. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Berbasis Syariah Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada PT Wiyati Developer Mandiri Pada Perumahan Sambibulu Regency di Sidoarjo).*Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* : Universitas Brawijaya.
- Oematan. F. 2017. Analisis Bauran Pemasaran Di Hotel Sasando Kupang.*Jurnal Agora*, Vol.5 (3).
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025. 2 Desember 2011. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014. Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah.9 Januari 2014.Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 74.
- Prastowo.A. 2011.*Metode Penelitian Kualitatif dan Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta.

- Putriansyah.2016. 3 Perbedaan Antara Hotel dan Guest House.[https://kreditgogo.com/artikel/Traveling/3-Perbedaan-Antara-Hotel-dan-Guest House.html](https://kreditgogo.com/artikel/Traveling/3-Perbedaan-Antara-Hotel-dan-Guest-House.html) [diakses pada 28 Juli 2020]
- Rangkuti Freddy. 2017. *Customer Care Excellent (Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima)*. Jakarta : Gramedia.
- Rismayanti.P. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan. Yogyakarta :*Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga.
- Sari.E.E. 2018.Analisis Strategi Pemasaran Hotel Ibrahim Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel Ibrahim Syariah Semarang.*Skripsi*.UIN Walisongo
- Siagian.S.P. 2011.*Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sofyan.R. 2011.*Bisnis Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solihin.A.I. 2010.*Buku Pintar Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Subagyo, J. 2006. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto.H. 2019.Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan).*Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* Vol. 4 (3).

Syahatah.H. 2001.*Pokok-Pokok Pikiran Aturan Akuntansi Islam*. Jakarta: Akbar Media Eka Sarana.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009.Kepariwisataan.16 Januari 2009.Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11.

Tjiptono.F. 2014.*Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta

Wirausaha Sukses. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Yulianto. R. 2014. Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Syariah (Pendekatan Marketing Mix): Studi pada Hotel Grand Kalpataru Syariah Malang. *Skripsi*.UIN Maulana Malik Ibrahim.

## LAMPIRAN

Tabel 1. Data Pengunjung Tahun 2020 di Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi

No	Nama Tamu	Tanggal Check-in	Tanggal Check-out	ID Reservasi	Tipe Kamar
1	Anis Wijayanti	1-Jan-20	2-Jan-20	1045741046	Business room
2	Rita Fahriah	1-Jan-20	2-Jan-20	1045707231	Business room
3	Chairil Bariyah	3-Jan-20	4-Jan-20	1045582345	Business room
4	Dinda	7-Jan-20	8-Jan-20	1045565953	Business room
5	Fachrudin	10-Jan-20	11-Jan-20	1045206925	Business room
6	Farida Esterlina	14-Jan-20	15-Jan-20	1045497274	Business room
7	Abi Suryo	16-Jan-20	17-Jan-20	1045153055	Business room
8	Muchammad Ali	20-Jan-20	21-Jan-20	1045187597	Business room
9	Fajar Islami	28-Jan-20	29-Jan-20	1045245006	Business room
10	Ella	23-Oct-20	24-Oct-20	1046512816	Business room
11	Agnes Agustin	25-Oct-20	26-Oct-20	1046564377	Business room
12	Edi Suprayitno	25-Oct-20	27-Oct-20	1046566340	Executive room
13	Gemilang Dewa A.	27-Oct-20	28-Oct-20	1046581048	Business room
14	Agus Andriawan	27-Oct-20	28-Oct-20	1046617303	Business room
15	Yuli Hartiningsih	27-Oct-20	28-Oct-20	1046648433	Executive room
16	Nico Fifanta	3-Nov-20	5-Nov-20	1046850261	Executive room
17	Nico Fifanta	5-Nov-20	6-Nov-20	1046886404	Business room
18	Bambang Sulistiono	5-Nov-20	6-Nov-20	1046931508	Business room
19	Iwan P.	6-Nov-20	7-Nov-20	1046934578	Business room
20	Indah Safitri	6-Nov-20	8-Nov-20	1046971719	Business room
21	Suwarni	7-Nov-20	8-Nov-20	1047010048	Executive room
22	Indah Safitri	8-Nov-20	9-Nov-20	1047024472	Executive room
23	Putri	10-Nov-20	11-Nov-20	1047116844	Executive room
24	Edy Wijaya	11-Nov-20	12-Oct-20	1047166583	Business room
25	Nur Izzati	11-Nov-20	13-Nov-20	1047055184	Business room
26	Iwan P.	12-Nov-20	13-Nov-20	1047198995	Business room
27	Anggie	13-Nov-20	15-Nov-20	1047136949	Business room
28	Hamid Alkaf	14-Nov-20	15-Nov-20	1047243151	Business room
29	Abraham Muji	15-Nov-20	16-Nov-20	1047363628	Business room
30	Abraham Muji	16-Nov-20	18-Nov-20	1047329353	Executive

<b>No</b>	<b>Nama Tamu</b>	<b>Tanggal Check-in</b>	<b>Tanggal Check-out</b>	<b>ID Reservasi</b>	<b>Tipe Kamar</b>
					room
31	Abraham Muji	18-Nov-20	19-Nov-20	1047296928	Executive room
32	Nico Fifanta	18-Nov-20	19-Nov-20	1047374938	Business room
33	Timor Hanggono	18-Nov-20	19-Nov-20	1047375034	Business room
34	Mukmin Aziz	18-Nov-20	19-Nov-20	1047388440	Business room
35	Fadhilla Dyma	19-Nov-20	20-Nov-20	1047369210	Executive room
36	Muhammad Munir	20-Nov-20	21-Nov-20	1047388440	Business room
37	Intan Putri	22-Nov-20	23-Nov-20	1047483553	Business room
38	Yonas Surya Yahya	22-Nov-20	23-Nov-20	1047488765	Executive room
39	Rielya Bagus Ariesta	27-Nov-20	28-Nov-20	1047638279	Executive room
40	Abdul Hadi	1-Dec-20	3-Dec-20	1047497335	Executive room
41	Ghani Wardhani	5-Dec-20	6-Dec-20	1047881953	Executive room
42	Iwan P.	9-Dec-20	10-Dec-20	1047984789	Executive room
43	Luluk Trisnawati	16-Dec-20	17-Dec-20	1047902553	Business room
44	Sahid	19-Dec-20	20-Dec-20	1048329020	Business room
45	Normahati	20-Dec-20	21-Dec-20	1048334502	Business room
46	Iwan P.	23-Dec-20	25-Dec-20	1048405481	Business room
47	Ali Saputro	24-Dec-20	25-Dec-20	1048405482	Business room
48	Wahyu Tirta Nugraha	27-Dec-20	28-Dec-20	1048568929	Business room
49	Imam Purwa S.	27-Dec-20	28-Dec-20	1048550697	Executive room
50	Nesia Hardiyanti	27-Dec-20	28-Dec-20	1048548901	Executive room
51	Rakhmat Hidayat	27-Dec-20	28-Dec-20	1047941622	Executive room
52	Rilya Bagus A.	27-Dec-20	28-Dec-20	1047638279	Business room
53	Sandra Silvera	28-Dec-20	29-Dec-20	1047490242	Business room
54	Netti Indrawati	29-Dec-20	1-Jan-21	1047564094	Business room

## Lampiran 2. Pedoman Wawancara

### Pedoman Wawancara Penelitian

#### 1. Identitas Informan Penelitian

Nama informan :  
Umur :  
Alamat :  
Jenis Kelamin :  
Agama :  
Tanggal dan Waktu Penelitian :

#### 2. Pertanyaan Untuk Informan General Manager (Pemilik Penginapan Guest House The Wahidah Syariah Genteng Banyuwangi)

- a. Apakah strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh Guest House The Wahidah Syariah?
- b. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh Guest House The Wahidah Syariah?
- c. Mengapa menggunakan strategi pemasaran syariah tersebut pada pengelolaan Guest House The Wahidah Syariah?
- d. Berapakah harga setiap kamar, dan mendapatkan fasilitas apa saja menginap di Guest House The Wahidah Syariah?
- e. Apa saja kelebihan penginapan Guest House The Wahidah Syariah dibandingkan penginapan yang lain?
- f. Dipromosikan melalui apa saja Guest House The Wahidah Syariah?
- g. Bagaimana cara menciptakan daya tarik bagi tamu agar menginap di Guest House The Wahidah Syariah?
- h. Bagaimana cara menghadapi persaingan antar bisnis? apalagi di wilayah Genteng Banyuwangi mayoritas berdiri penginapan konvensional sedangkan Guest House The Wahidah Syariah menggunakan konsep syariah sendiri.
- i. Apakah mampu berkerja dengan jujur, adil, dan tidak curang?

- j. Apakah mampu tidak mengesampingkan kewajiban beribadah ketika sedang sibuk bekerja?
- k. Bagaimana sejarah berdirinya penginapan Guest House The Wahidah Syariah?



## Pedoman Wawancara Penelitian

### 1. Identitas Informan Penelitian

Nama Informan :  
Umur :  
Alamat :  
Jenis Kelamin :  
Agama :  
Tanggal dan Waktu Penelitian :

### 2. Pertanyaan Untuk Informan Karyawan yang Bertugas Sebagai Front Office (Resepsionis) dan Housekeeper (Tata Graha) pada Guest House The Wahidah Syariah

- a. Apakah tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh front office pada Guest House The Wahidah Syariah?
- b. Apakah tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh Housekeeper pada Guest House The Wahidah Syariah?
- c. Strategi pemasaran syariah apa yang digunakan pada Guest House The Wahidah Syariah?
- d. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah pada Guest House The Wahidah Syariah?
- e. Mengapa menggunakan strategi pemasaran syariah tersebut?
- f. Apa visi dan misi yang dimiliki oleh Guest House The Wahidah Syariah?
- g. Apakah mampu berkerja dengan jujur, adil dan tidak curang?
- h. Apakah mampu tidak mengesampingkan kewajiban beribadah ketika sedang sibuk berkerja?

## Pedoman Wawancara Penelitian

### 1. Identitas Informan Penelitian

Nama Informan :

Umur :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Agama :

Tanggal dan Waktu Penelitian :

### 2. Pertanyaan Untuk Informan Tamu yang Menginap secara Part Time dan Harian pada Guest House The Wahidah Syariah

a. Bagaimana kesan dan pesan anda mengenai Guest House The Wahidah Syariah?

b. Apakah anda merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang telah diberikan oleh Guest House The Wahidah Syariah?

c. Apakah Guest House The Wahidah Syariah telah menerapkan prinsip syariah dengan benar dan sesuai?

d. Dari manakah anda mengetahui Guest House The Wahidah Syariah?

## Lampiran 3. Daftar Informan Wawancara

1. Nama : Farid Miharja S.T  
Umur : 48 Tahun  
Jabatan : General Manager (Pemilik Guest House The Wahidah Syariah)  
Alamat : Jl. Hasanudin Nomor 79 Kecamatan Genteng Banyuwangi
  
2. Nama : Muhammad Jefri  
Umur : 29 Tahun  
Jabatan : Front Office (Resepsionis)  
Alamat : Dsn. Jenisari, Dsa. Genteng Kulon, Rt.02/Rw.02, Kec.Genteng
  
3. Nama : Aji Amirudin  
Umur : 30 Tahun  
Jabatan : House Keeper (Tata Graha)  
Alamat : Dsn. Ringinsari, Dsa. Genteng Kulon, Rt.05/Rw.04, Kec.Genteng
  
4. Nama : Nurdila Triastuti M.Psi  
Umur : 35 Tahun  
Jabatan : Tamu yang Menginap Part Time  
Alamat : Jl. Warinoi Ti. V, Bunulrejo, Kec. Blimbing, Kota Malang
  
5. Nama : Rezky Ambaryanti  
Umur : 25 Tahun  
Jabatan : Tamu yang Menginap Harian  
Alamat : Perum Griya Mangli Indah Blok DR 42, Jember

## Lampiran 4. Daftar Hadir Wawancara

1. Informan 1 : Farid Miharja S.T (General Manager (Pemilik Guest House The Wahidah Syariah)

P= Peneliti

I= Informan

P: Assalamualaikum Bapak, permisi mohon maaf mengganggu waktunya, saya virlyia dari universitas jember. Saya ijin mau mewawancarai Bapak, jika diperkenankan boleh saya minta waktunya sebentar pak?

I: Waalaikumsalam, oh ya mbak silahkan.

P: Bapak, pertama-tama yang mau saya tanyakan dahulu Guest House The Wahidah Syariah ini menggunakan strategi pemasaran syariah apa ya pak?

I: Pemasaran syariah yang dijalankan saat ini menggunakan aplikasi online seperti traveloka, selain itu juga menggunakan sosial media seperti facebook dan instagram. Sekarang dunia milenial ya mbak serba internet jadi strategi saat ini yang bisa kita jalankan dengan cepat yaitu mempromosikan penginapan melalui aplikasi traveloka dan media sosial. Disini bedanya dengan penginapan yang bukan syariah, kalau di The Wahidah Syariah di aplikasi untuk mempromosikan penginapannya sudah tertera peraturan dan kebijakan sendiri sesuai dengan konsep syariah.

P: Oh, jadi begitu nggeh pak, lalu bagaimana cara menerapkan strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh Guest House The Wahidah Syariah?

I: Iya mbak jadi strategi pemasaran syariah ini dibuktikan secara nyata ya bukan hanya nama syariah semata, akan tetapi menyeluruh. Konsep syariah ini juga saya terapkan ke karyawan saya dalam menerima tamu yang diperbolehkan seperti apa. Di aplikasi juga saya terakan bahwa penginapan ini memiliki peraturan dan kebijakan sendiri sesuai dengan konsep syariah, untuk tidak menerima reservasi yang dibuat oleh pasangan non-menikah dalam satu kamar. Selain itu kami juga menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah diantaranya taqwa pada Tuhan Yang Maha Esa,

berbuat adil pada pelanggan, tidak curang, adanya hak khiyar, tanggap pada perubahan yang baru, dan tetap berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga. Pasangan yang mengatakan sudah menikah harus menunjukkan identitas diri seperti KTP suami-istri dengan alamat yang sama / fotokopi Buku Nikah / foto-foto pernikahan pada saat registrasi (check-in). Dan pihak hotel berhak untuk membatalkan/menolak reservasi jika tamu tidak dapat/menolak menunjukkan kartu identitas yang diminta. Jadi saya sangat memfilter hal ini untuk membangun image yang baik sesuai dengan syariah, jadi tidak hanya title namun bukti yang nyata. Selain itu jika ada pasangan yang telah memesan kamar dan telah terlanjur membayar uang muka dan ternyata pasangan tersebut tidak bisa menunjukkan bukti-bukti suami-istri maka dengan terpaksa pihak penginapan membatalkan pesanan tersebut dan mengembalikan uang muka yang telah dibayarkan tersebut. Jadi keunikan inilah yang dimiliki oleh Guest House The Wahidah Syariah dimana umumnya penginapan lain jika tamu membatalkan pesanan kamar atau dibatalkan secara terpaksa karena tidak mengikuti peraturan maka uangnya akan hangus. Hal ini jika dipandang dari segi bisnis merupakan suatu kerugian akan tetapi saya bismillah untuk tidak mengambil uang itu dan tetap konsisten dengan konsep syariah yang sudah saya terapkan tersebut untuk mencari keberkahan dari Allah serta penginapan dengan konsep syariah ini tetap terjaga. Insyaallah saya berharap dengan niat saya itu akan diganti sama Allah.

P: Baik Bapak, mengapa Bapak tidak memilih menggunakan strategi pemasaran konvensional saja pak seperti kebanyakan penginapan lainnya, mengapa Bapak lebih memilih menggunakan strategi pemasaran syariah tersebut pada pengelolaan Guest House The Wahidah Syariah?

I: Karena yang pertama secara prinsip saya mencari keberkahannya. Yang kedua memang dengan menggunakan strategi pemasaran syariah ini saya mencari pangsa tersendiri. Dengan menerapkan konsep syariah sehingga timbul nuansa yang berbeda dibandingkan dengan penginapan konvensional. Nuansa tersebut dapat menciptakan rasa aman, nyaman dan tenang bagi para tamu, terutama tamu beragama muslim. Walaupun dari sisi fasilitas kami kurang memadai dibandingkan dengan penginapan

berbintang lainnya akan tetapi yang saya jadikan kunci utama yaitu kenyamanan bagi para tamu, seperti hal yang kita ketahui bahwa penginapan syariah ada batasan-batasan tertentu. Hal ini juga dibuktikan dengan aplikasi traveloka bahwa Guest House The Wahidah Syariah mendapat review terbaik di wilayah Genteng Banyuwangi. Coba mbak dicek, bisa dilihat di traveloka penginapan daerah Genteng Banyuwangi masih kena di Guest House The Wahidah Syariah. Alhamdulillah dengan menggunakan strategi pemasaran syariah ini di terima oleh customer.

P: Alhamdulillah nggeh pak, lalu berapakah harga setiap kamar dan mendapatkan fasilitas apa saja ya pak?

I: Ada dua tipe kamar yaitu business room dan executive room dengan harga Rp.150.000,- yang business room dan Rp.200.000,- untuk yang executive room. Harga tersebut bisa berubah mengikuti situasi dan kondisi. Fasilitas yang didapatkan pada business room yaitu Televisi, Ac, Alat Sholat, Pembuat kopi/teh (hiter), air minum kemasan, meja tulis, free newspaper, almari, brankas dalam kamar, dilengkapi dengan kamar mandi pribadi, lengkap dengan air panas, shower, dan toiletries. Sedangkan yang executive room dari keseluruhan fasilitasnya sama saja dengan yang business room bedanya kalau yang executive room lebih lengkap lagi seperti ada tambahan lemari es (kulkas), sofa, Hair dryer, view kamar yang berbeda, dan pastinya luas kamar yang berbeda juga (lebih luas yang executive room).

P: Baik Bapak, lalu apa sajakah kelebihan penginapan Guest House The Wahidah Syariah dibandingkan dengan penginapan yang lain?

I: Kami mengandalkan konsep syariah yang telah diterapkan, karena penginapan Guest House The Wahidah Syariah ini merupakan satu-satunya penginapan yang menggunakan konsep syariah di wilayah Genteng Banyuwangi. Daerah Genteng bukan termasuk daerah wisata sehingga mengandalkan letak lokasi yang strategis. Guest House The Wahidah Syariah ini terletak didaerah yang mayoritas Islamnya kuat, lingkungannya lingkungan pesantren dan disini banyak organisasi-organisasi Islam yang kuat, mereka banyak melakukan kajian-kajian dan alhamdulillahnya para

ustadnya sering diinapkan di Guest House The Wahidah Syariah. Terdapat tiga pondok dan satu rumah sakit umum yang berlokasi sangat dekat dengan penginapan ini yaitu Pondok Pesantren Bustanul Makmur, Pondok Putri Al-Azhar, Pondok Pesantren Imam Syafii dan RSUD Genteng. Hal tersebut menjadikan tamu yang sering menginap di penginapan ini yaitu para ustad, wali santri, alumni pondok, Dokter, serta petugas kesehatan lainnya yang sedang dinas di RSUD Genteng.

P: Baik pak, di promosikan melalui apa saja Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: Seperti yang sudah saya katakan diawal tadi bahwa promosi dilakukan menggunakan aplikasi online seperti traveloka, pegi-peggi dan agoda serta menggunakan media sosial berupa instagram dan facebook. Dulu sempat ramai Guest House The Wahidah Syariah di aplikasi agoda, namun di agoda yang ramai pesannya dari luar negeri jadi sekarang saya berhenti karena tamu bule kebanyakan kami cancel akhirnya. Karena kebanyakan pasangan dari luar negeri merupakan pasangan yang belum menikah sehingga tidak dapat menunjukkan buku nikah/bukti-bukti lainnya yang menunjukkan bahwa mereka resmi menikah. Penginapan Guest House The Wahidah Syariah ini sangat menjunjung tinggi konsep syariah yang telah diterapkan sehingga terpaksa pemesanan dibatalkan dan saat ini yang aktif digunakan hanya traveloka, pegi-peggi, instagram dan facebook. Terkadang saya juga memasarkannya lewat face to face saat menghadiri acara pengajian atau reuni.

P: Oh nggeh pak, lalu bagaimana cara menciptakan daya tarik bagi tamu agar menginap di Guest House The Wahidah Syariah?

I: cara untuk memikat daya tarik salah satunya dengan memberikan promo berupa diskon. Hal ini dilakukan karena kebanyakan para tamu yang menginap bukan dari tamu wisata melainkan tamu pekerja seperti Guru-guru STM dan dokter serta petugas kesehatan yang ditugaskan di RSUD Genteng yang hanya untuk sementara waktu. Umumnya tamu pekerja tidak terlalu mementingkan fasilitas namun yang dipentingkan adalah harga. Tamu pekerja yang menginap sekitar dua minggu sampai

satu bulan maka akan diberikan harga khusus dengan potongan harga yang telah disepakati.

P: Baik pak, lalu bagaimana cara menghadapi persaingan antar bisnis? Apalagi di wilayah Genteng Banyuwangi mayoritas berdiri penginapan konvensional sedangkan Guest House The Wahidah Syariah menggunakan konsep syariah sendiri.

I: Iya jadi kami tetap istiqomah di konsep syariah itu, tidak goyah ya. Jadi konsep syariah yang sudah diterapkan pada Guest House The Wahidah Syariah ini merupakan suatu nilai tambah yang luar biasa, jadi apabila ada persaingan dalam bisnis itu suatu hal yang wajar dalam suatu usaha penginapan. Akan tetapi tetap ada perbedaan dan tidak bisa disamakan antara penginapan syariah dengan penginapan konvensional. hal yang kami utamakan yaitu kenyamanan para tamu serta selalu berinovasi dengan penerapan konsep syariah yang benar maka akan mendapat keberkahan dari Allah Swt.

P: Baik Bapak, apakah mampu berkerja dengan jujur, adil, dan tidak curang?

I: Iya pasti, saya berkerja dengan jujur, adil, dan tidak curang. Contohnya seperti luas kamar itu kan berbeda ya antara tipe business room dengan eksekutif room, itu saya terakan semua masing-masing mendapatkan fasilitas kamar yang luasnya berapa, jadi tidak hanya foto kamarnya saja yang kami terakan di aplikasi namun luas kamarnya berapa juga saya terakan secara detail. Dan seperti yang sudah saya sampaikan tadi bila ada tamu berpasangan yang sudah membayar namun tidak bisa menunjukkan bukti-bukti pernikahan maka akan saya kembalikan seluruh uangnya yang sudah dibayarkan. Hal ini akan terus saya lakukan agar mendapatkan keberkahan dari Allah Swt dan tetap istiqomah dengan konsep syariah agar selalu terjaga dengan benar konsep syariahnya.

P: Baik Bapak, kemudian apakah mampu tidak mengesampingkan kewajiban beribadah ketika sedang sibuk berkerja?

I: Tentunya, karena beribadah merupakan hal utama yang paling penting. Hal ini juga saya terapkan di karyawan saya.

P: Oh nggeh Bapak, Oiya kalau boleh tau awal berdirinya Guest House The Wahidah Syariah ini bagaimana nggeh pak?

I: Iya jadi awal berdirinya pada bulan januari tahun 2014. Guest House The Wahidah Syariah ini sebelumnya bernama Griya Kos Gucci Syariah, konsepnya tetap menggunakan syariah. Namun dulunya memang saya setting sebuah rumah kos yang segmentasinya menengah ke atas. Hal ini karena tujuan sasaran konsumen saya adalah dokter-dokter dari luar kota yang ditugaskan di RSUD Genteng sini, mengingat lokasi dari rumah kos tersebut jaraknya sangat berdekatan dengan RSUD Genteng. Akan tetapi dalam hal ini mengalami kendala karena hanya mengandalkan dokter-dokter dari luar kota yang menginap di penginapan ini. Wilayah Genteng merupakan wilayah yang berada pada jalur antar kota serta bukan tergolong daerah wisata, maka saya berinovasi untuk mempromosikan penginapan ini melalui aplikasi dan media sosial. Selain itu untuk menjadikan penginapan ini mudah dikenal sehingga namanya juga saya ganti menjadi “The Wahidah Syariah” yang terinovasi dari nama ibu kandung saya yaitu “Wahidah”. Pada tahun 2015 penginapan ini resmi berganti nama menjadi Guest House The Wahidah Syariah. Setelah saya ganti nama dan saya promosikan melalui aplikasi ternyata alhamdulillah disitu segmen syariah di Banyuwangi belum ada. Jadi dengan konsep syariah tersebut saya sudah mempunyai pelanggan sendiri, dalam artian kalau ada tamu-tamu dari luar kota yang menginginkan nuansa homy yang nyaman dan juga halal pastinya itu mereka mempercayakan ke penginapan kami. Termasuk tamu-tamu dari organisasi Islam yang ada kajian-kajian diwilayah sini mereka alhamdulillah menginapnya dipercayakan ke kami. Termasuk orang tua santri yang berada di pondok-pondok itu kebanyakan mereka nginepnya juga disini, jadi alhamdulillah.

2. Informan 2 : Muhammad Jefri (Front Office/Resepsionis)

P= Peneliti

I= Informan

P: Assalamualaikum pak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya virlya dari universitas jember mau melakukan wawancara jika diperkenankan

I: Waalaikumsalam, iya silahkan mbak

P: Baik pak, Apakah tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh front office pada Guest House The Wahidah Syariah ini ya pak?

I: Pastinya bahwa kebijakan yang telah ditentukan oleh pihak penginapan harus dijalankan dengan sebaik mungkin salah satunya adalah menyambut kedatangan tamu dengan memberikan salam, menyampaikan informasi yang dibutuhkan tamu dengan ramah dan sopan. Hal ini dilakukan untuk tercapainya pelayanan yang maksimal. Selain itu front office harus melaksanakan prosedur check-in dan check-out sesuai dengan peraturan yang berlaku. Front office harus mencatat identitas data diri dari setiap tamu yang menginap kemudian tamu diharuskan menyerahkan kartu identitas diri dengan tujuan keamanan dan menyerahkan kembali ketika tamu hendak check-out. Front office juga melakukan fotocopy KTP milik tamu untuk bukti kalau tamu sedang menginap di penginapan ini. Kemudian front office juga melakukan cetak pembayaran dan menunjukkan kamar yang akan ditempati oleh tamu. Check-in di Guest House The Wahidah Syariah dilakukan pukul 14.00 dan check-out sebelum pukul 12.00.

P: Baik bapak, lalu strategi pemasaran syariah apa ya pak yang digunakan oleh Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: kami memasarkannya melalui media sosial dan aplikasi traveloka, disitu sudah tertera jelas keterangannya bahwa pasangan non menikah dilarang menginap dalam satu kamar. Kami menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah sesuai dengan ketentuan islam, pak farid menekankan kepada kami para karyawannya untuk senantiasa taqwa kepada Allah, berbuat adil kepada pelanggan, tidak curang,

pelanggan boleh membatalkan transaksinya jika tidak sesuai, tanggap terhadap perubahan dan tetap berbuat baik dalam melayani customer/pelanggan.

P: Baik pak, lalu bagaimana cara menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah tersebut pada Guest House The Wahidah Syariah?

I: Yang pertama taqwa artinya kita sebagai umat muslim harus menjalankan perintahnya dan menjauhi larangannya, contoh pada saat melayani pelanggan tetapi sudah tiba waktunya untuk sholat maka harus mengutamakan melaksanakan kewajiban sholat dahulu baru setelah itu kembali melayani pelanggan. Lalu jika pelanggan merasa penginapannya kurang sesuai dengan yang diharapkan bisa membatalkan reservasinya, begitupun sebaliknya pihak penginapan juga berhak membatalkan reservasi yang dibuat oleh pasangan non menikah dalam satu kamar, jadi kita sama-sama enak dan tidak dirugikan. Kami tetap berusaha berbuat yang terbaik untuk customer/pelanggan baik itu dari sisi produk maupun harga, serta pelayanan kami terhadap pelanggan.

P: Baik bapak, lalu mengapa memilih strategi pemasaran syariah ini pada Guest House The Wahidah Syariah?

I: Salah satunya untuk menciptakan daya tarik tersendiri serta bertujuan untuk mencari keberkahan dengan rezeki yang halal.

P: Baik pak, kemudian apa visi dan misi yang dimiliki oleh Guest House The Wahidah Syariah?

I: Visinya menjadi penginapan yang mengutamakan kenyamanan dengan kaidah Islam, misinya memberikan pelayanan dengan kesejukan, ramah, sopan, menebar salam, dan bersahabat.

P: lalu apakah mampu berkerja dengan jujur, adil, dan tidak curang?

I: Iya mampu, karena berbuat jujur, adil dan tidak curang itu sangatlah penting. Jadi semisal ada pelanggan yang datang dan memesan lewat aplikasi disitu kan sudah tertera foto kamarnya seperti apa, luasnya berapa, dan mendapatkan fasilitas apa saja, jadi kami juga mengupayakan untuk sebisa mungkin tidak mengecewakan pelanggan

yang datang dengan memberikan pelayanan serta fasilitas yang sudah kami terakan di aplikasi traveloka tersebut.

P: Kemudian, apakah Bapak mampu tidak mengesampingkan kewajiban beribadah ketika sedang sibuk berkerja?

I: Iya tentu, karena sesibuk apapun tetap beribadah yang paling diutamakan.

3. Informan 3 : Aji Amirudin (Housekeeper/Tata Graha)

P= Peneliti

I= Informan

P: Assalamualaikum pak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya virlya dari universitas jember mau melakukan wawancara jika diperkenankan

I: Waalaikumsalam, iya silahkan mbak

P: Baik pak, Apakah tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh Housekeeper pada Guest House The Wahidah Syariah?

I: Tugas yang harus dilakukan yaitu menjaga kamar harus selalu bersih, rapi, dan wangi. Hal yang biasa dilakukan lainnya yaitu memastikan kebersihan sarung bantal, handuk, sprej serta ketersediaan air mineral, teh/kopi dan juga toiletries. Selain itu juga melakukan pembersihan lantai, mengganti gordena secara berkala, dan memberikan parfum didalam kamar. Hal ini dilakukan agar para tamu yang hendak menginap dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan.

P: Baik bapak, lalu strategi pemasaran syariah apa ya pak yang digunakan oleh Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: Strateginya dengan tetap konsisten dalam menerapkan konsep syariah pada Guest House The Wahidah Syariah dalam mempromosikan serta memasarkannya.

P: Baik pak, lalu bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah tersebut pada Guest House The Wahidah Syariah?

I: Sebisa mungkin menjaga attitude dalam melayani tamu yang hendak menginap di sini, agar tamu merasa nyaman dan betah menginap di Guest House The Wahidah Syariah.

P: Baik pak, selanjutnya apakah mampu berkerja dengan jujur, adil, dan tidak curang?

I: Iya, saya berkerja dengan jujur, adil dan tidak curang. Contohnya seperti setiap tamu yang selesai menginap langsung saya bersihkan kamarnya dan mengganti sepreinya serta menyediakan air mineral, teh/kopi dan juga toiletries yang baru. Hal ini saya lakukan agar para tamu yang hendak menginap dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan.

P: Kemudian, apakah Bapak mampu tidak mengesampingkan kewajiban beribadah ketika sedang sibuk berkerja?

I: Iya, meskipun terkadang waktunya agak molor.

4. Informan 4 : Nurdila Triastuti M.Psi (Tamu yang menginap Part Time)

P= Peneliti

I= Informan

P: Assalamualaikum Ibu, permisi mohon maaf mengganggu waktunya, saya virlya dari universitas jember. Jika diperkenankan bolehkah saya mewawancarai ibu?

I: Waalaikumsalam, oh ya mbak silahkan, saya jawab setau saya saja ya tapi.

P: Baik bu, tidak apa-apa. Sebelumnya saya minta identitasnya ya bu seperti nama, umur, alamat, serta agama bu?

I: Saya Nurdila Triastuti, umur 41 tahun, alamat saya di Jl. Warinoi Tim. V, Bunulrejo, Kec. Blimbing, Kota Malang. Dan saya beragama muslim.

P: Baik Ibu, asli kota malang ya bu? Kalau boleh tau mengapa ibu memilih menginap di Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: Iya mbak saya asli malang, kebetulan waktu saya cari-cari penginapan yang dekat dengan RSUD Genteng sini saya menemukan Guest House The Wahidah Syariah ini yang review nya cukup bagus dan menarik perhatian saya.

P: Baik bu, selanjutnya bagaimana kesan dan pesan anda mengenai Guest House The Wahidah Syariah ini bu?

I: Ternyata sesuai dengan review yang saya lihat di aplikasi bahwa pelayanannya memang bagus dan sangat memuaskan. Seluruh karyawannya memberikan pelayanan yang ramah dan sopan. Nuansa ketenangan memberikan tingkat kenyamanan yang berlebih menjadikan waktu istirahat saya lebih optimal. Hal ini dikarenakan Guest House The Wahidah Syariah merupakan penginapan yang menerapkan konsep syariah dimana sangat selektif dalam menerima tamu yang akan menginap dan disediakan peralatan sholat, sangat berbeda dengan penginapan konvensional yang pernah saya temui. Umumnya penginapan konvensional menerima seluruh pengunjung yang akan menginap sehingga terasa sangat ramai dan gaduh. Selain itu menginap disini juga mendapatkan potongan harga jika menginap lebih dari tiga hari, ini suatu hal yang membuat saya tambah tertarik menginap disini. Fasilitas yang diberikan juga setara dengan hotel namun disini memiliki harga yang terjangkau. Pesan saya hanya pertahankan konsep syariah ini agar bisa selalu membuat nyaman para tamu yang akan menginap di Guest House The Wahidah Syariah ini, terutama bagi para tamu muslim yang pastinya membutuhkan semua fasilitas ini.

P: Baik bu, Apakah ibu sudah merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang telah diberikan oleh Guest House The Wahidah Syariah?

I: Ya tentu saya puas dengan pelayanannya, saya sering menginap disini jika ditugaskan di RSUD Genteng, karena lokasinya yang sangat berdekatan dengan Rumah Sakit sehingga memudahkan saya untuk menjalankan tugas di RSUD Genteng ini.

P: Baik bu, sekitar berapa hari ibu menginap di Guest House The Wahidah Syariah ini bu?

I: Lumayan sering ya mbak, bahkan dulu saya pernah memesan room untuk stay disini selama 3 harian, namun karena mendapat kabar dari orang rumah bahwa ibu saya sedang sakit dan saya harus pulang ke malang waktu itu, jadinya saya membatalkan reservasinya untuk yang 1 malam padahal sudah saya bayar semua hotelnya, dan alhamdulillah pihak penginapan mengembalikan uang saya untuk yang 1 malam itu. Hal ini membuat saya terkesan dan merekomkan hotel ini ke teman sejawat saya.

P: Baik bu, lalu bagaimana dengan penerapan konsep syariah di penginapan ini apakah sudah benar-benar diterapkan sesuai dengan ketentuan syariat islam?

I: Sepengetahuan saya sudah ya mbak, mungkin perlu ditingkatkan lagi dari segi pelayanan dan fasilitas penginapan agar lebih menarik dan membuat pelanggan lebih nyaman menginap disini.

P: Baik bu, selanjutnya kalau saya boleh tau, dari manakah ibu mengetahui Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: Saya tau lewat aplikasi traveloka, saya melihat rata-rata review nya dari orang yang pernah menginap disini bagus dan sesuai dengan konsep syariah yang diterapkan.

5. Informan 5 : Rezky Ambaryanti (Tamunya yang menginap harian)

P= Peneliti

I= Informan

P: Assalamualaikum mbak, boleh saya minta waktunya sebentar untuk wawancara?

I: Waalaikumsalam iya silahkan

P: Sebelumnya saya minta identitasnya ya mbak seperti nama, umur, alamat, serta agama?

I: Nama saya rezky ambaryanti, umur 25 tahun, alamat perum Griya Mangli Indah Blok DR 42, Jember, dan saya beragama Islam.

P: Baik mbak, selanjutnya bagaimana kesan dan pesan mbak rezky mengenai Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: Guest House The Wahidah Syariah ini merupakan penginapan langganan saya apabila ada kegiatan di Banyuwangi, salah satunya seperti menghadiri acara alumni di Pondok Putri Al-Azhar. Saya sering menginap disini karena pelayanannya yang baik dan sangat nyaman dengan nuansa yang tenang dan religi. Penginapan ini menerapkan konsep syariah sehingga kebutuhan beribadah juga disediakan disini lengkap dengan sajadah, mukena, al-qur'an. Karyawannya juga sangat ramah dan fasilitas yang didapat setara dengan hotel hanya saja harganya lebih terjangkau di Guest House The Wahidah Syariah ini.

P: Baik mbak, lalu bagaimana dengan penerapan konsep syariah di penginapan ini apakah sudah benar-benar diterapkan sesuai dengan ketentuan syariat islam?

I: Yang saya ketahui menurut penglihatan saya sudah diterapkan seperti adanya alat sholat dikamar dan melihat review nya di traveloka penginapan ini bagus dan nyaman serta pegawainya terkenal ramah-ramah.

P: Baik mbak, selanjutnya kalau saya boleh tau, dari manakah mbak rezky mengetahui Guest House The Wahidah Syariah ini?

I: Kebetulan saya tau dari bude saya yang pernah menginap disini, beliau menyarankan saya untuk menginap disini karena tempatnya yang strategis dan harganya yang terjangkau, selain itu saya juga mencari tau informasi tentang penginapan ini melalui aplikasi traveloka.

## Lampiran 5. Bukti Peraturan dan Kebijakan Menginap di Guest House The Wahidah Syariah



20:35 | 0,0KB/d 📶 🌐 76

## Detail Hotel TUTUP

Deskripsi	Kebijakan
<p>rekomendasi untuk Anda, seorang backpacker yang tak hanya mengutamakan budget, tapi juga kenyamanan saat beristirahat setelah menempuh petualangan seharian penuh.</p> <p>Bagi Anda yang menginginkan kualitas pelayanan oke dengan harga yang ramah di kantong, The Wahidah Syariah adalah pilihan yang tepat. Karena meski murah, akomodasi ini menyediakan fasilitas memadai dan pelayanan yang tetap terjaga mutunya.</p> <p>The Wahidah Syariah memiliki segala fasilitas penunjang bisnis untuk Anda dan kolega.</p> <p>The Wahidah Syariah adalah tempat bermalam yang tepat bagi Anda yang berlibur bersama keluarga. Nikmati segala fasilitas hiburan untuk Anda dan keluarga.</p> <p>Jika Anda berniat menginap dalam jangka waktu yang lama, The Wahidah Syariah adalah pilihan tepat. Berbagai fasilitas yang tersedia dan kualitas pelayanan yang baik akan membuat Anda merasa sedang berada di rumah sendiri.</p> <p>Resepsionis siap 24 jam untuk melayani proses check-in, check-out dan kebutuhan Anda yang lain. Jangan ragu untuk menghubungi resepsionis, kami siap melayani Anda.</p> <p>WiFi tersedia di seluruh area publik properti untuk membantu Anda tetap terhubung dengan keluarga dan teman.</p> <p>The Wahidah Syariah adalah akomodasi dengan fasilitas baik dan kualitas pelayanan memuaskan menurut sebagian besar tamu.</p> <p>Pelayanan yang baik dengan harga terjangkau akan membuat Anda merasa nyaman menginap di The Wahidah Syariah.</p>	

■ ● ◀

**Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian**

Melakukan wawancara dengan Bapak Farid Miharja S.T selaku General Manager (Pemilik Guest House The Wahidah Syariah).



