

---

## **STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PERHOTELAN SYARIAH DI MASA PANDEMI COVID 19**

**Yulinda Darwiyanti**

Program Studi S2 Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung  
[yulindadarwiyanti796@gmail.com](mailto:yulindadarwiyanti796@gmail.com)

**Abstrak:** Tulisan ini membahas tentang implementasi strategi pemasaran syariah 4P meliputi produk, tempat, harga dan promosi. Dalam perhotelan syariah sangat penting menerapkan strategi bauran pemasaran dalam usahanya agar mencapai target pasar. Hotel syariah saat ini berkembang sangat pesat namun banyak wisatawan yang kurang paham makna label syariah pada hotel tersebut. Banyak para wisatawan berpikir hotel syariah hanya sebatas tidak mengkonsumsi daging babi dan tidak minum alkohol. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan membahas mengenai strategi bauran pemasaran syariah 4P dalam hotel syariah. Dalam masa pandemi Covid 19 hotel syariah harus menerapkan strategi agar tetap buka. Penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *literatur review*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas dari produk yang baik, tempat yang strategis, harga yang sesuai dengan kualitas produk dan promosi berdasarkan nilai-nilai pemasaran syariah akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke hotel syariah. Selain itu dimasa pandemi Covid 19 penting pihak hotel menerapkan protokol kesehatan, strategi promosi dilakukan melalui media digital, website dan media sosial.

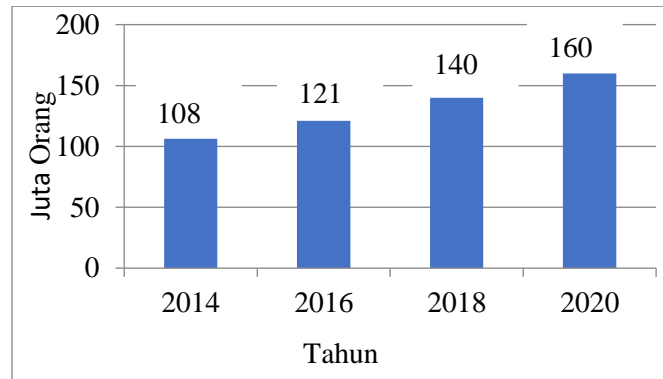
**Kata Kunci:** Implementasi, Strategi Pemasaran Syariah masa Covid- 19 dan Hotel Syariah.

---

### **PENDAHULUAN**

Beberapa tahun terakhir bisnis berbasis halal banyak diminati dan menjadi magnet dunia industri. Selain makanan halal dan kosmetik halal kini berkembang ke industri pariwisata. Para pengusaha baik Negara Islam maupun Negara non Islam mulai mengembangkan strategi untuk bersaing di segmen pasar baru. Diketahui bahwa industri pariwisata memiliki kontribusi terhadap perekonomian seperti meningkatkan pendapatan, lapangan kerja yang berkelanjutan dan pendapatan Negara dikawasan wisata. Hal ini menciptakan persaingan antar Negara dan bisnis untuk menarik wisatawan. Turis muslim menjadi target pasar yang bagus untuk industri pariwisata. Banyak Negara di dunia menciptakan pariwisata halal salah satunya konsep hotel syariah. Jumlah hotel dengan konsep wisata halal semakin meningkat baik di Negara Islam maupun Negara Barat.

Berdasarkan MasterCard-CrescentRating pada tahun 2019, mempublikasikan data yang menunjukkan bahwa grafik wisatawan muslim dunia mengalami pertumbuhan dan peningkatan diluar umroh dan haji. Data wisatawan muslim pada tahun 2014 sebesar 108 juta, pada tahun 2016 sebesar 121 juta, angka terus meningkat pada tahun 2018 menjadi 140 juta dan diproyeksikan tahun 2020 mencapai 160 juta. Data tersebut bisa dilihat pada gambar grafik berikut,



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Muslim di Dunia (2014-2020)

Laporan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa tren di industri halal dunia mengalami peningkatan, termasuk pada wisata halal. Melihat potensi pada sektor wisata halal perlu adanya strategi agar menarik wisatawan muslim untuk berkunjung ke wisata halal. Berbagai macam bisnis syariah banyak dilakukan pembisnis seperti lembaga keuangan bank, sector hotel, restoran, spa, *travel*, destinasi makanan produk halal, *fashion* dll. Hotel atau penginapan menjadi pilihan setiap orang ketika berkunjung ke tempat wisata,. Bagi wisatawan muslim penting memilih tempat yang nyaman dan tetap menjaga nilai keimanan dan ketaatan untuk mencegah kemaksiatan. Hotel dan restoran dituntut harus menyesuaikan kebutuhan wisatawan muslim yang berkunjung.

Meningkatnya bisnis berbasis syariah bidang perhotelan mengurangi *image* masyarakat yang menilai bahwa hotel tempat kemaksiatan dan kebathilan. Hotel atau penginapan dengan konsep syariah mengalami persaingan yang ketat, banyak Negara non Islam juga menerapkan hotel syariah, namun syariah tidak hanya pada label nya saja tapi berbagai aspek didalamnya harus sesuai prinsip syariah. Simbol-simbol Islam saat ini menjadi magnet yang kuat bagi penduduk muslim dunia. Pemerintah Korea Selatan yang terkenal dengan Negara non Islam, juga memanfaatkan wisata halal kepada umat Islam dan tidak mau tertinggal terjun dalam wisata halal dengan mengusung “*Muslim Friendly Korea*” kampanye ini dipromosikan karena banyaknya pengunjung turis muslim sekitar 750.000 yang datang ke Korea Selatan dan terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Korea selatan ini memang memiliki pesona dan memiliki tempat tersendiri khususnya para pecinta *K-pop* seluruh dunia yang ingin melihat langsung budaya Korea selatan. Penggemar *K-pop* yang rata-rata beragama Islam ini menjadi peluang emas untuk Negara tersebut membuka bisnis hotel syariah. Di Indonesia sendiri memiliki Hotel Sofyan yang menjadi pelopor pertama hotel syariah. Hotel Sofyan termasuk *icon* utama dan *role* model dalam perkembangan hotel berbasis syariah. Segala aspek dalam hotel syariah harus disesuaikan dengan prinsip dan pedoman Islam. Hotel syariah wajib menjalankan semua kegiatan berdasarkan prinsip syariah. Hal ini juga dilakukan hotel-hotel diseluruh yang menarik wisatawan Timur tengah pada teluk Arab yang menghabiskan \$ 20 miliar untuk liburan setiap tahun dan wisatawan Saudi mengeluarkan \$ 8,5 miliar. Eropa dan Inggris menjadi tujuan wisatawan pada musim panas. Peluang ini bisa dimanfaatkan oleh Negara eropa maupun inggris dalam hotel halal.

Adanya hotel syariah merupakan sebuah kemajuan kearah yang lebih baik. Namun yang menjadi permasalahannya banyak wisatawan yang kurang paham makna label syariah pada hotel tersebut. secara

umum para wisatawan berpikir hotel syariah hanya sebatas tidak mengonsumsi daging babi, tidak minum alkohol dan staff hotel yang memakai jilbab. Padahal banyak elemen yang harus sesuai dengan syariah seperti makanan harus halal mulai dari bahan, peralatan masak sampai proses pembuatan, tidak ada alkohol, mengumumkan waktu sholat, menyediakan fasilitas ibadah termasuk tempat wudhu, perlengkapan sholat, Al-qur'an, pelayanan yang baik, kolam renang harus dibuat terpisah antara pengunjung laki-laki dan perempuan bukan muhrim, pengawasan yang ketat setiap ada pengunjung dan masih banyak aspek lain yang perlu diperhatikan. Salah satu ukuran kualitas yang paling penting bagi konsumen adalah kepercayaan pada produsen yang mengikuti aturan penyembelihan, produksi, penyimpanan dan produk daging.

Pengembangan hotel syariah penting menerapkan pelayanan sesuai dengan syariah dan konsumen mendapatkan kepuasan. Syarat yang harus dipatuhi bagi pelaku bisnis jika ingin sukses dalam bersaing adalah mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan berdampak pada loyalitas pelanggan, akibatnya pelanggan memiliki komitmen yang tinggi untuk melakukan keputusan pembelian terus menerus. Terkait dengan hotel syariah perlu strategi pemasaran yang tepat sehingga mampu membidik target pasar. Selain itu hotel syariah juga harus menerapkan prinsip-prinsip syariah dan tidak sekedar berorientasi pada profit semata.

Berdasarkan DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia) No.108/DSN-MUI/IX/2016 menjelaskan pedoman terkait penyelenggaraan pariwisata harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang semua fasilitas di hotel syariah disediakan makanan, minuman yang halal, dan hiburan yang tidak boleh mengarah kepada kemaksiatan maupun kemusyrikan. Pedoman dalam penyelenggaraan usaha hotel syariah terdapat 2 kategori yaitu yang pertama kriteria mutlak dan yang kedua kriteria tidak mutlak dalam proses sertifikasi. Sertifikasi pada hotel syariah harus dilakukan audit untuk menilai kesesuaian dari produk, pengelolaan dan pelayanan dengan kriteria pada usaha hotel syariah berdasarkan Peraturan Menteri Wisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014. Dari pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa hotel syariah harus melalui pengujian yang ketat untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah. Para pelaku usaha hotel syariah harus berusaha mendapatkan sertifikat itu untuk memenuhi kualitas hotel syariah.

Sertifikat halal menjadi konsep pemasaran sekaligus menjadi tolak ukur bagi pengusaha. Hal ini menjadi alat pemasaran dalam mempromosikan produk yang tidak hanya mengaku hotel syariah tetapi memang benar komitmen terhadap perintah agama, sebab ini menjadi hal yang penting. Para wisatawan perlu berhati-hati memilih hotel yang berlabel syariah, bisa saja itu hanya taktik pihak hotel untuk menarik pengunjung muslim tetapi pada implementasinya sangat jauh dari prinsip syariah

Dalam pengelolaan hotel sesuai dengan ajaran Islam mengedepankan hotel yang jauh dari perzinahan, membagi hasil pendapatan hotel pada lembaga amal zakat. Dan yang terpenting menerapkan strategi pemasaran dengan konsep pemasaran 4P *marketing mix* dengan menekankan pada kualitas produk, terjangkaunya harga untuk bersaing, strategisnya lokasi dan promosi melalui *offline* maupun *online*. Kinerja marketing sebagai *front* (garda) terdepan suatu bisnis. Dalam marketing syariah harus disertai keikhlasan dan nilai ibadah dihadapan Allah SWT. Usaha yang berlandaskan prinsip Islam akan tumbuh menjadi bisnis besar yang bernilai tinggi tidak hanya dalam pandangan masyarakat tetapi yang lebih penting mendapatkan keberkahan. Jika perusahaan menerapkan prinsip tersebut maka akan menyelamatkan persaingan dunia bisnis baik duniawi maupun akhirat. Untuk pemasaran produk banyak pelaku bisnis mengeluarkan dana besar agar tercapainya target dan mengabaikan apakah produk yang dipasarkan berdasarkan etika dan sesuai prinsip Islam. Agama Islam berupaya menegakkan usaha yang berdasarkan kejujuran, keadilan, kebenaran dan mengharamkan segala bentuk kecurangan.

Munculnya Covid 19 di Indonesia berdampak pada sektor ekonomi seperti pada pariwisata perhotelan. Anjuran Pemerintah untuk dirumah saja untuk terhindari dari virus tersebut berpengaruh pada industri pariwisata perhotelan. Jumlah pengunjung akan berkurang dan mengalami penurunan dalam bisnis perhotelan. Menteri Kesehatan menetapkan PSBB kepada Pemerintah Daerah diatur dalam UU Nomor 6 Tahun 2018 berisi tentang Keekarantinaan Kesehatan. Selain Menteri Kesehatan, Pemerintah Republik Indonesia juga menetapkan peraturan terkait PSBB yang diatur Nomor 21 Tahun 2020 berisi tentang penetapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan pada 31 Maret 2020 semua aktivitas dibatasi seperti libur sekolah, tempat kerja dibatasi, kegiatan keagamaan dibatasi dan fasilitas umum.

Dampak wabah ini, Perhimpunan hotel dan Restoran di Indonesia mencatat 1.642 hotel di Indonesia tutup akibat covid-19. Hotel di Jawa Barat menurut Haryadi Sukamdani paling banyak dibandingkan dengan daerah lain yaitu sebanyak 501 hotel. Berikutnya 281 di hotel Bali dan disusul 100 hotel di Jakarta.

Strategi pada hotel syariah harus dilaksanakan agar tetap memiliki kelanjutan dan tidak tutup di masa pandemi. Dengan menerapkan protokol kesehatan ini bisa dimanfaatkan oleh pihak hotel, seperti memberikan fasilitas kesehatan, tempat cuci tangan, masker dan fasilitas yang bersih. Jika hotel mematuhi protokol kesehatan ini dapat meningkatkan pengunjung hotel merasa aman, nyaman dan percaya.

Dengan permasalahan ini peneliti tertarik melakukan penelitian pada hotel syariah di masa pandemi covid 19 dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Pada Perhotelan Syariah di masa covid 19”.

## Literatur Review

Berikut beberapa penelitian terdahulu dari jurnal penelitian ilmiah sebagai literatur dan pendukung dalam penulisan penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang dicantumkan berhubungan dengan judul yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan Battour dkk, bertujuan pada implikasi ketaatan terhadap syariah dalam industri pariwisata dan perhotelan dari Negara muslim di Asia dan Timur Tengah. Jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya adalah pengembangan wisata berorientasi Islam memunculkan konsep “Shariah Compliant” yang mengacu pada pertimbangan Islam bebas alkohol, bebas judi, dan ketersediaan makanan halal. Almulla Hotel berencana mendirikan 150 hotel berdasarkan syariah diseluruh dunia tahun 2013. Target pertama Negara Arab Saudi, UEA, Yordania, Mesir, Malaysia dan diikuti oleh Thailand, Malaysia dianggap sebagai Negara pertama yang berhasil memasarkan dengan kuat adat istiadat dan tradisi Islam. Hotel Internasional Malaysia menyediakan makanan halal yang disembelih sesuai dengan syariah dan bebas lemak babi. Selain itu, mereka menyediakan karyawan Muslim yang berbicara bahasa Arab. Jika dihubungkan dengan *marketing mix* yang menjadi tujuan dari penelitian ini, peneliti mencoba mengelompokkan strategi yang ada di Almulla Hotel. a). Strategi produk: tidak ada alkohol yang disajikan ditempat, tidak ada hiburan seperti klub malam, menyajikan makanan halal dan daging babi tidak boleh disajikan, staf pria khusus bagi pria lajang dan staf wanita ditujukan untuk pengunjung wanita dan keluarga, adanya tokoh agama yang menyelenggarakan seminar dan sesi dakwah, disediakan Al-Qur’an, sajadah, tasbih di setiap kamar atau dimeja depan, penanda yang menunjukkan arah Makkah, staf untuk mayoritas muslim, fasilitas kesehatan terpisah antara pria dan wanita seperti gym, ruang sholat terpisah, Saluran TV konservatif, pertimbangan pipa toilet tidak menghadap Makkah, tidak ada foto yang menggambarkan bentuk manusia, tempat tidur tidak ditempatkan kearah Makkah, wanita dilarang check-in di hotel tanpa kehadiran anggota keluarga laki-laki. Pada tahun 2008 di Mesir Syekh Saudi Abdel Aziz Ibrahim pemilik

---

hotel Grand Hyatt mengganti minuman alkohol dengan jus. Strategi tempat/lokasi: lokasi hotel tidak dekat dengan lingkungan negatif seperti klub malam.

Penelitian oleh Memis, penelitian ini terkait Hotel Birun Kumbet yang merupakan satu-satunya hotel yang melaksanakan kegiatan wisata halal di situs pencarian liburan Islami (islamitati.com, islamiotel.com dan konsazakarotelim.com) di wilayah Laut Hitam Timur. Penelitian kualitatif dan metode pengumpulan observasi, wawancara serta telaah dokumen yang digunakan penelitian ini. Hasil dari penelitian menunjukkan Birun Kumbet adalah hotel bintang 4 di Desa Kumbet. Dalam hal prinsip syariah hotel Birun Kumbet menawarkan kolam renang berada dalam ruangan terpisah dan tertutup serta bak mandi air panas dan kegiatan spa di waktu berbeda untuk pria dan wanita. Penulis berpikir ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan hotel Birun dalam hal ini strategi produk/pelayanan yang berkualitas. Fasilitas yang ada di hotel Birun seperti semua makanan dan minuman halal, hanya produk merek halal yang digunakan, tidak ada layanan alkohol, terdapat ruang sholat terpisah antara pria dan wanita dan ada juga fasilitas untuk turis muslim melakukan doa bersama, ruang sholat yang dilengkapi al-Qur'an bagi wisatawan untuk membacanya kapanpun mereka mau, tidak ada gambar atau lukisan yang menggambarkan sosok manusia atau hewan, tempat tidur dan WC kamar diatur agar tidak menghadap ke kiblat, kamar ada fasilitas TV yang konservatif dan tidak memiliki klub malam, bar dan aktivitas perjudian.

Penelitian yang dilakukan Ratnasari, penelitian ini bertujuan meningkatkan pariwisata yang berbasis nilai serta mengidentifikasi apakah nilai sebagai dasar pengelolaan pariwisata memfasilitasi keunggulan produk pariwisata. Penelitian ini menggunakan studi kasus kualitatif deskriptif dengan kepala dinas pariwisata pada daerah yang memiliki potensi menerapkan konsep pemasaran Islam. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan pemasaran halal tidak hanya terkait tentang produk saja tetapi perlu memperhatikan harga, tempat dan promosi. Dari hasil penelitian tersebut penulis hanya mengambil terkait dengan pariwisata hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agen perjalanan harus bisa menyiapkan jadwal sholat dan menyediakan makanan halal selama perjalanan, hotel perlu menyiapkan segala kebutuhan traveler muslim dengan menunjukkan arah kiblat, selain itu tersedia fasilitas kolam renang, spa, rekreasi serta pantai yang memisahkan antara perempuan dan laki-laki, memberikan fasilitas suasana kekeluargaan dan fasilitas ibadah. Strategi promosi yang ditawarkan dengan beberapa paket wisata mengunjungi warisan Islam, menjelajahi sejarah lokal dan budaya Islam.

Penelitian oleh Mohsin, penelitian ini menghasilkan kesadaran dan rekomendasi yang dapat diterapkan pelaku industri agar menarik wisatawan Islam. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan data sekunder. Hasil pembahasan terkait hotel syariah sekaligus sebagai strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Rekomendasi hotel syariah dalam penelitian ini: fasilitas makanan dan minuman harus ada sertifikasi halal untuk memastikan kepatuhan dan kepercayaan seperti tidak ada alkohol di mini bar dan dikamar, menyediakan al-Qur'an dikamar dan pemberian panah arah ke arah Makkah untuk sholat wajib, organisasi Islam aktif mensponsori dan berpartisipasi dalam memperkenalkan perhotelan yang ramah halal, pelatihan dan pembinaan pada staff hotel di Negara non muslim dengan mengajarkan praktik dan aturan Islam, tidak menyajikan daging babi, dan sebagai strategi promosi dengan mengadakan perayaan festival dan acara Islam ke segmen pariwisata untuk membangkitkan kepercayaan wisatawan yang mencari wisata halal.

Penelitian yang dilakukan Sholahuddin dan Wardani, penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada hotel syariah Solo. Penelitian ini menggunakan kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan

berpengaruh signifikan. Pada kualitas pelayanan menunjukkan semakin meningkat tingkat pelayanan berbanding lurus pula pada kepuasan konsumen artinya mengalami peningkatan. Selanjutnya pada variabel harga menunjukkan variabel harga yang meningkat akan berpengaruh pula pada hotel yang menawarkan segala bentuk fasilitas dan pelayanan. Penawaran yang lengkap yang diberikan hotel Solo maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan. Dan pada variabel fasilitas juga berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan di hotel Solo, hal ini dianggap penting bahwa fasilitas yang memadai akan memberikan kepuasan pelanggan. Strategi harga yang bisa penulis ambil dari penelitian ini adalah harga menyesuaikan dengan fasilitas yang ditawarkan.

Penelitian yang dilakukan Jurattanasan dan Jaroenwisan, Penelitian ini bertujuan mempelajari atribut hotel Syariah Compliant di Negara-negara Muslim. Metode penelitian yang digunakan *research* dari tinjauan pustaka dan penelitian terkait. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa fitur hotel Syariah Compliant terdiri dari 16 fitur sebagai berikut: tidak ada alkohol, hanya makanan halal, layanan televisi konservatif, mayoritas staf beragama Islam, Al-Qur'an & sajadah tersedia di setiap kamar, fasilitas rekreasi terpisah untuk pria & wanita, pembuat/ ada penanda di kamar yang menunjukkan arah Mekah, tidak ada hiburan seperti klub malam, tempat tidur & toilet tidak boleh ditempatkan menghadap ke arah Mekah, seni di hotel tidak boleh menggambarkan bentuk manusia, kloset di kamar mandi, hiburan yang sesuai, hotel yang dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam dan hotel harus mengikuti prinsip zakat. Dari hasil penelitian yang dilakukan Aomarun itu menunjukkan bahwa hotel yang berlabel halal tidak hanya pada merek dan makanan yang halal tetapi sumber keuangan atau pembiayaan juga harus mengikuti peraturan keuangan Islam yang bebas MAGHRIB (Maysir, Gharar dan Riba).

Penelitian yang dilakukan Auliya, penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena penurunan periode menginap wisma di Indonesia bulan Juni 2018 dibandingkan dengan periode menginap bulan Juni 2017. Penelitian dengan penelitian kuantitatif dengan variabel bebas kelengkapan atribut syariah dan citra hotel. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS 3.0, sampel yang digunakan konsumen hotel syariah di Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut, kelengkapan atribut syariah dan variabel citra hotel berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke hotel syariah. Dari hasil penelitian tersebut penulis mengambil kesimpulan bahwa konsumen mencari tempat yang mengedepankan prinsip syariah mulai dari kelengkapan atribut syariah sampai pada pelayanan. Ini menjadi strategi bagi para pelaku industri hotel syariah untuk mengedepankan prinsip syariah dan bukan hanya menjual label syariah saja tapi semua elemen juga harus sesuai dengan syariah.

Penelitian selanjutnya dari Nurhidayati, penelitian ini untuk mengetahui karakteristik hotel syariah serta menganalisis prospek bisnis hotel syariah. Penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian memaparkan bahwa karakteristik hotel syariah meliputi: (1) Aspek fisik: interior dan eksterior hotel menggunakan atribut Islam (Kaligrafi, bangunan berpilar menyerupai masjid, bangunan tanpa figur manusia atau binatang dan ornamen yang di atasnya merupakan simbol Islam, (2) sumber daya manusia: untuk pegawai perempuan memakai kerudung/hijab, pakaian pelindung dan longgar, menggunakan riasan sederhana dan tidak menggunakan perhiasan berlebihan serta untuk pegawai laki-laki menggunakan pakaian sopan berlempang panjang dan topi muslim, (3) pelayanan: sapaan menggunakan sapaan Islami, (4) fasilitas: restoran halal, filter pornografi di channel TV, tidak ada fasilitas musik room, klub malam, bar dengan alkohol, prostitusi, perjudian dan fasilitas yang diharamkan dalam Islam, kolam tertutup (dalam ruangan) dan terpisah antara pria dan wanita, dimainkan musik Islami, (5) kebijakan: hanya mengizinkan tamu dan mukhrim untuk tinggal dalam satu kamar, pembayaran Islami bank (bank syariah),

(6) Manajerial: pembayaran gaji karyawan tepat waktu, bekerjasama dengan bank syariah. Menurut penulis ini adalah strategi tempat yang dilakukan oleh pihak hotel syariah, sebab dalam penelitian tersebut lokasi hotel syariah di Surabaya yang merupakan pusat penyebaran agama Islam di Provinsi Jawa Timur. Kebutuhan para peziarah yang bermalam di sekitar wisata religi menjadi peluang untuk mendirikan hotel syariah. Selain strategi produk yang ditawarkan, lokasi/tempat pun juga ikut mendukung menarik wisatawan.

Penelitian yang dilakukan Printianto, penelitian ini untuk menganalisis pada penerapan 6 prinsip syariah pada hotel Unisi di Yogyakarta Indonesia dan untuk mengetahui peluang dan tantangan penerapan syariah di hotel Unisi. Prinsip syariah dalam hotel tidak hanya dalam hal konsumsi makanan dan minuman halal tetapi mencakup semua kegiatan operasional hotel seperti aspek hiburan, aspek kegiatan usaha, aspek etika, aspek batas hubungan, serta aspek tata letak secara keseluruhan. Penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian hotel Unisi telah menerapkan 5 prinsip syariah dibidang perhotelan syariah sedangkan prinsip lainnya adalah prinsip *entertainment* tidak dapat diteliti karena tidak tersedia di hotel Unisi. Melihat perkembangan peluang wisata syariah yang sudah menjadi gaya hidup maka peluang untuk mengembangkan bisnis usaha hotel syariah sangat besar, oleh karena itu peneliti merekomendasikan agar melakukan sertifikasi jasa perhotelan untuk menangkap target pasar. Penulis menggolongkan dari hasil penelitian tersebut dilihat dari Strategi tempat/lokasi : hotel Unisi terletak dikawasan wisata Yogyakarta, hotel Unisi berlokasi strategis di pusat pariwisata dan perbelanjaan di Yogyakarta. Sedangkan pada strategi produk yang ditawarkan di hotel Unisi: perluasan parker dan lobby, menambahkan ruang untuk restoran mengantisipasi penumpukan tamu, pada Sumber Daya Manusia mengutamakan pelayanan prima sesuai standar syariah, menyediakan ruang pertemuan, tersedia area merokok atas permintaan tamu hotel, adanya dekorasi bernuansa Islami di setiap koridor dan kamar tidur tanpa mengurangi standar estetika hotel, produk dan pengolahan makanan dan minuman yang dijual tetap menjaga kehalalannya. Kemudian pada strategi promosi pada hotel Unisi: pemasaran melalui media elektronik seperti radio, web dll. Dan yang lebih bagus lagi hotel Unisi merupakan salah satu unit usaha Badan Wakaf UII. Basis keuangan hotel Unisi berdasarkan ekonomi syariah, dimana arus kas dilakukan melalui perbankan syariah untuk menghindari kerugian. Kemudian penerapan tata ruang hotel Unisi berbasis syariah didasarkan pada ketentuan fatwa MUI yang disesuaikan dengan landasan kehidupan umat Islam, mulai dari arah kiblat, penataan ruang hingga kebersihan dari najis disetiap tempat, ruang dan area.

Penelitian oleh Sarinastiti dan Uljanatunnisa, penelitian ini mengidentifikasi serta menganalisis penguatan strategi e-branding Syariah Hotel industri perhotelan Indonesia. Penelitian kualitatif digunakan pada penelitian ini. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa hotel bernuansa Islami menurut MUI syariah hotel termasuk secara manajemen dan operasionalnya memiliki aturan yang kaku yaitu harus mematuhi aturan Islam, sedangkan Hotel Ramah Muslim memperkuat strategi e-branding hotel syariah yang meliputi: (1) penguatan nama domain, identitas merek, dan desain web, (2) kemitraan dengan berbagai agen perjalanan online, (3) pemasangan media iklan dan promosi, (4) memperkuat interaksi melalui jaringan media sosial, muslim agama tidak perlu diferensiasi di hotel syariah dengan hotel ramah muslim dan persepsi bahwa hotel syariah hanya menerima wisatawan muslim padahal hotel syariah menerima wisatawan secara universal seperti hotel konvensional. Penelitian ini bagi penulis melakukan *marketing mix* terutama pada strategi promosi. E-branding melalui media online dalam industri perhotelan syariah terbukti mampu membangun citra positif dan tidak hanya wisatawan muslim saja yang sudah

mengenal hotel syariah, namun beberapa wisatawan non muslim juga memiliki brand awareness dengan adanya hotel syariah.

Penelitian Rochmaniah dkk, penelitian ini mengenai komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kamar hotel di hotel Reddoorsz syariah Buduran masa pandemi Covid-19. Strategi yang dilakukan yang pertama melakukan periklanan digital melalui media sosial seperti twitter, instagram, youtube dll. Cara kedua, melakukan promosi dengan cara membagikan voucher diskon kepada pengunjung dan mengadakan acara atau even tertentu yang pengunjung terlibat dalam even tersebut, seperti mengundang pengunjung dalam merayakan ulang tahun hotel, pembagian voucher kuliner pada penjualan perorangan dan pengunjung yang datang langsung ke hotel serta dapat melakukan promosi dengan calon pembeli lewat telepon serta membagikan brosur ketika ada even. Dengan strategi tersebut memang pengunjung tidak sebanyak sebelum pandemi tetapi jika pihak hotel Reddoorsz terus melakukan promosi dan memberikan diskon yang banyak dan menarik maka masyarakat juga akan tertarik berkunjung ke hotel Reddoorsz.

Penelitian dari Nuruddin dkk, penelitian bertujuan mengetahui strategi bertahan pada hotel di Bali masa pandemi covid 19. Ada enam strategi yang pertama, sementara waktu karyawan hotel diberhentikan. Kedua, fasilitas hotel dibatasi tujuannya menekan biaya operasional. Ketiga, efisiensi pada pengeluaran hotel. Keempat, penjualan kepada mantan kamar hotel atau kenalan secara online dengan produk non kamar. Kelima, melakukan *pay now stay later*. Keenam, menolak pengembalian uang *booking* kamar dengan mengganti *reschedule* kunjungan. Harapan kepada Pemerintah dalam masa pandemi covid 19 ini agar adanya subsidi gaji bagi karyawan hotel, pemberhentian karyawan sama halnya dengan menambah jumlah pengangguran selain itu karyawan hotel sebagai penyumbang devisa Negara, pengurangan dan penghapusan beban pajak serta kegiatan pemerintah dilaksanakan di hotel agar dapat memancing pengunjung atau wisatawan datang ke hotel setelah virus covid 19 berakhir.

Penelitian Diayudha, penelitian ini untuk mengetahui langkah-langkah apa saja yang diambil untuk menyelamatkan Industri Perhotelan di Indonesia masa pandemi Covid-19. Bagi pemilik hotel/pengusaha hotel dan sisi Pemerintah ini menjadi hal yang terpenting. Dari sisi pengusaha langkah yang diambil antara lain: a). Mengajukan pinjaman kepada Bank dengan beban bunga dan pinjaman yang tidak tinggi agar tidak membebani pengusaha hotel, karena masa pandemi ini bisa dilakukan penundaan sementara untuk pembayaran pinjaman. b). Melakukan pengurangan karyawan secara sementara. c). mematuhi protokol kesehatan sesuai anjuran Pemerintah. d). untuk karyawan hotel difasilitasi tempat tinggal agar tidak keluar masuk hotel. e). pemilik hotel harus memperhitungkan masalah pendapatan dan beban jika ingin usaha hotel tetap buka dimasa pandemi. Dari sisi Pemerintah yaitu: a). membantu karyawan hotel dalam bentuk kartu prakerja atau jaminan untuk membantu meringankan karyawan di masa pandemi Covid-19. b). membuat kebijakan dan peraturan jika hotel kembali dibuka khususnya pada ruangan pertemuan. c). Pemerintah harus melihat dari sisi pemilik hotel dan karyawan karena ini menyangkut keberlangsungan hotel melalui PHRI.

## METODE

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian *literatur review*. Studi *literatur review* merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan sumber atau data yang terkait dengan topik yang diteliti seperti dari jurnal,

---

internet, buku maupun sumber lainnya.<sup>1</sup> Analisis deskriptif dalam penelitian ini menguraikan secara tertib dan teratur pada data yang diperoleh serta memberikan penjelasan dan pemahaman secara baik oleh pembaca.

## PEMBAHASAN

Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya pada bukunya menunjukkan tentang konsep syariah *marketing* dengan proses bisnis yang menerapkan nilai-nilai Islam. Keadilan dan kejujuran menjadi hal yang terdepan dalam nilai-nilai Islam pada bisnis. Pemasaran syariah berkaitan dengan proses penciptaan, perubahan *value* serta penawaran yang ditujukan pada *stakeholder* dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.<sup>2</sup>

Kemudian dalam proses penyusunan strategi pemasaran perlu dipertimbangkan sebagai berikut:

a. Unsur strategi pemasaran

1) Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah cara/ tindakan mengidentifikasi kelompok pembeli atau kelompok konsumen secara terpisah.

2) *Targeting*

*Targeting* dapat diartikan sebagai suatu tindakan dalam memilih satu atau lebih segmen pasar yang ingin dimasuki oleh perusahaan.

3) *Positioning*

*Positioning* penting menentukan posisi produk sehingga target pasar/nasabah yang menjadi sasaran tawaran serta citra khas dari perusahaan.

b. Unsur taktik pemasaran

1) Diferensiasi

Perusahaan harus melihat dari berbagai aspek dalam membangun sebuah strategi terkait pemasaran, sebab diferensiasi menjadi pembeda antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya.

2) Marketing mix (bauran pemasaran)

Bauran pemasaran juga penting terkait dengan strategi pemasaran berkaitan dengan 4 P (Produk, Tempat, Harga dan Promosi).

c. Unsur nilai pemasaran

1) Brand atau merek

Nama yang dimiliki perusahaan mempunyai nilai yang melekat yang akan menjadi brand bagi perusahaan tersebut.

2) *Service* atau pelayanan

Pelayanan menjadi hal yang sangat sensitif saat ini. Pelayanan terhadap konsumen perlu ditingkatkan untuk menjaga reputasi perusahaan.

3) Proses

---

Setiap karyawan pada perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memuaskan para konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan prinsip perusahaan.<sup>3</sup>

Bauran pemasaran sebagai alat pemasaran yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran dan memenuhi target pasarnya. Adapun Bauran Pemasaran meliputi empat komponen yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan yaitu produk, harga, tempat dan promosi (*Product, Price, Place, Promotion*). Produk dan harga harus didesain secara integratif.

1) Produk (*Product*)

Produk yang dipasarkan dan yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar/konsumen agar ketika produk dijual ada yang mau beli.

2) Harga (*Price*)

Melalui tawar-menawar antar penjual dan pembeli menetapkan suatu harga yang menjadi kesepakatan. Dalam bauran pemasaran harga termasuk fleksibel yang dapat berubah dengan cepat.

3) Promosi (*Promotion*)

Alat komunikasi antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan produknya dipasar.

4) Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Sarana distribusi yang ditujukan kepada konsumen dari penjual. Distribusi ini mencakup tempat/lokasi, pergudangan, transportasi dll.

Nilai-nilai Pemasaran Syariah antara lain:

1) Benar (*Siddiq*)

Siddiq berarti kejujuran/kebenaran baik ucapan, perbuatan dan keyakinan sesuai dengan ajaran Islam. Bagi orang yang beriman kita diperintahkan untuk berlaku jujur dalam setiap perkataan maupun perbuatan. Nilai-nilai Islam seperti ikhlas dan jujur memiliki nilai integritas.

2) Amanah atau dapat dipercaya

Kepercayaan, transparan, tanggung jawab dan tepat waktu merupakan nilai-nilai dasar dalam berbisnis..

3) Komunikasi atau *Tabligh*

Komunikasi dalam bisnis menjadi nilai dasar yang harus dimiliki pengusaha. Jika penjual memiliki sifat yang cerdas dalam menyampaikan argumentatif dan persuasif maka mempunyai kendali dan supervisi.

4) Cerdas atau *Fathonah*

Pembisnis dalam menjalankan usahanya harus memiliki sifat cerdas atau *fathonah*.

5) Berani atau *Syaja'ah*

Pembisnis dalam usaha harus memiliki sifat berani sebagai nilai dasar bisnis.

Berdasarkan studi literatur di atas penulis mengkombinasikan antara teori bauran pemasaran 4P dan 5 nilai-nilai pemasaran dari buku dan hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

### 1) Produk atau *Product*

Produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perhotelan syariah harus memenuhi prinsip-prinsip syariah secara keseluruhan. Para pelaku bisnis syariah harus jujur agar usaha yang dijalankan berkah dan mendapatkan keridhaan Allah SWT. Produk atau jasa yang diberikan juga harus amanah dan tidak melakukan penipuan. Seorang pembisnis yang amanah dalam usaha akan bertanggung jawab. Para pelaku bisnis syariah juga harus menyampaikan secara terbuka dan tidak boleh menyembunyikan kebenaran, misalnya dalam hotel syariah setiap ada pengunjung yang datang memberikan pelayanan yang terbaik dan staff memberikan informasi terkait produk juga harus jujur.

Mengenai strategi produk pada hotel syariah dengan nilai-nilai syariah bisa dilihat pada Penelitian yang dilakukan Battour, Memis, Ririn, Mohsin : tidak ada alkohol yang disajikan ditempat, tidak ada hiburan seperti klub malam, menyajikan makanan halal dan daging babi tidak boleh disajikan, staf pria untuk pengunjung khusus pria lajang serta staf wanita untuk pengunjung khusus wanita dan keluarga, adanya tokoh agama yang menyelenggarakan seminar dan sesi dakwah, disediakan Al-Qur'an, sajadah, tasbeih disetiap kamar atau dimeja depan, penanda yang menunjukkan arah Makkah, staf untuk mayoritas muslim, fasilitas kesehatan terpisah antara pria dan wanita seperti gym, ruang sholat terpisah, Saluran TV konservatif, pertimbangan pipa toilet tidak menghadap Makkah, tidak ada foto yang menggambarkan bentuk manusia, tempat tidur tidak ditempatkan kearah Makkah, wanita dilarang check-in di hotel tanpa kehadiran anggota keluarga laki-laki.



Gambar 2. Protokol Kesehatan Memakai Masker pengunjung Hotel Mercure Grand Mirama Surabaya Tahun 2021

### 2) Tempat atau *Place*

Lokasi suatu usaha menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan berada pada nuansa religi akan meningkatkan minat pengunjung untuk datang kehotel syariah.

### 3) Harga atau *Price*

Faktor bauran pemasaran harga menjadi pertimbangan dalam menjual suatu produk. Biasanya harga mengikuti kualitas produk yang ditawarkan. Dalam menentukan harga harus di dasari pada kejujuran, amanah (artinya staff harus amanah terhadap pelanggan yang hadir sewaktu membayar), berani dalam bersaing terkait dengan harga pada usaha lain.

### 4) Promosi atau *Promotion*

Promosi menjadi hal yang perlu kehati-hatian, berdasarkan nilai-nilai syariah harus berlandaskan kejujuran, amanah, tablig, cerdas dan berani. Promosi harus dilakukan terus menerus untuk memperkenalkan kepada masyarakat bahwa hotel syariah menyediakan fasilitas yang sesuai dengan umat muslim. Hasil penelitian menunjukkan Strategi promosi yang ditawarkan dengan beberapa paket wisata mengunjungi warisan Islam, menjelajahi sejarah local dan budaya Islam, strategi promosi dengan mengadakan perayaan festival dan acara Islam ke segmen pariwisata untuk membangkitkan kepercayaan wisatawan yang mencari wisata halal, strategi promosi pada hotel Unisi: pemasaran melalui media elektronik seperti radio, web dll. Dan yang lebih bagusnya lagi hotel Unisi merupakan salah satu unis usaha Badan Wakaf UII. Basis keuangan hotel Unisi berdasarkan ekonomi syariah, dimana arus kas dilakukan melalui perbankan syariah untuk menghindari kerugian. Kemudian penerapan tata ruang hotel Unisi berbasis syariah didasarkan pada ketentuan fatwa MUI yang disesuaikan dengan landasan kehidupan umat Islam, mulai dari arah kiblat, penataan ruang hingga kebersihan dari najis disetiap tepat, ruang dan area, strategi E-branding melalui media online dalam industri perhotelan syariah terbukti mampu membangun citra positif dan tidak hanya wisatawan muslim saja yang sudah mengenal hotel syariah, namun beberapa wisatawan non muslim juga memiliki brand awareness dengan adanya hotel syariah. Dalam masa pandemi sesuai penelitian dari Rochmaniah adalah strategi yang dilakukan yang pertama melakukan periklanan digital melalui media sosial seperti twitter, instagram, youtube dll. Cara kedua, melakukan promosi dengan cara membagikan voucher diskon kepada pengunjung dan mengadakan acara atau even tertentu yang pengunjung terlibat dalam even tersebut, seperti mengundang pengunjung dalam merayakan ulang tahun hotel, pembagian voucher kuliner pada penjualan perorangan dan pengunjung yang datang langsung ke hotel serta dapat melakukan promosi dengan calon pembeli lewat telepon serta membagikan brosur ketika ada even. Dengan strategi tersebut memang pengunjung tidak sebanyak sebelum pandemi tetapi jika pihak hotel Reddoorsz terus melakukan promosi dan memberikan diskon yang banyak dan menarik maka masyarakat juga akan tertarik berkunjung ke hotel Reddoorsz.

## **KESIMPULAN**

Implementasi strategi bauran pemasaran syariah (4P) meliputi produk, lokasi atau tempat, harga dan promosi serta nilai-nilai pemasaran syariah seperti kejujuran, amanah, tablig, cerdas dan berani. Bauran pemasaran sangat penting diterapkan dalam hotel syariah, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu menunjukkan semakin baik kualitas produk, tempat yang strategis, harga yang sesuai kualitas produk dan promosi berdasarkan nilai-nilai pemasaran syariah akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke hotel syariah. Dimasa pandemi Covid- 19 untuk para pengusaha atau pemilik hotel, strategi yang bisa diambil dengan memberikan diskon/potongan harga, mengadakan even yang melibatkan pengunjung, promosi pada media sosial dan platform digital lainnya seperti instagram, facebook, youtube, twitter dll. Selain itu, sementara waktu karyawan hotel diberhentikan, fasilitas hotel dibatasi tujuannya menekan biaya penjualan kepada mantan kamar hotel atau kenalan secara online dengan produk non kamar. Jika

---

hotel dibuka kembali pemilik hotel harus mematuhi protokol kesehatan sesuai anjuran Pemerintah. Harapan kepada Pemerintah dalam masa pandemi covid 19 ini agar adanya subsidi gaji bagi karyawan hotel, pemberhentian karyawan sama halnya dengan menambah jumlah pengangguran dan memperhatikan keberlangsungan hotel jika hotel dibuka kembali harus adanya kebijakan yang tepat. Dari sisi konsumen ingin agar hotel yang buka saat pandemi harus mematuhi protokol kesehatan agar tetap aman dan nyaman. Ini perlu menjadi pertimbangan pihak hotel jika ingin membuka hotel saat pandemi semua fasilitas hotel, karyawan dan kebersihan harus dijamin aman.

### REFERENSI

- Abdullah, Johari Bin dkk. 2015. *Succes Strategi In Islamic Marketing Mix*, International Journal Of Business and Society, Vol. 16 No. 3.
- Auliya, Zakky Fahma. 2019. *Factors Affecting Interest In Revisiting Shariah Hotel*, Jurnal Al Qardh Vol 4.
- Battour, Mohamed M. 2010. *Halal Tourism Practices As A Marketing Type: The Example Of Birun Kumbet Mountain Hotel*, TURAN-CSR International Scientific Peer-Reviewed, Refereed Journal, Vol.9 Issue 35.
- Diayudha, Lanang. *Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif*, Jurnal FAME Vol. 3 No. 1
- Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/IX/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah.
- Jurattanasan, Aomarun dan Kaedsiri Jaroenwisn. 2014. *The Attribution Of Shariah Compliant Hotel In Muslim Countries*, Review Of Integrative Business & Economics Research Vol.3.
- Memis, Salih. 2017. *Halal Tourism Practices As A Marketing Type: The Example Of Birun Kumbet Mountain Hotel*, TURAN-CSR International Scientific Peer-Reviewed, Refereed Journal, Vol.9 Issue 35.
- Mohsin, Asad dkk. 2016. *Halal Tourism:Emerging Oppoturnities*, Tourism Management Perspectives
- Nisa, Fitria Khairum dan Firman Kurniawan Sujono. 2017. *Islamic Branding as Communication Strategy Of Halal Tourism Promotion in on-Muslim Country*, Yogyakarta 10-11 October.

- 
- Nurhidayati, Sri Endah dkk. 2017. *The Prospects Of Sharia Hotel Business In Indonesia(Case Study In Surabaya City)*, Asia Pacific Journal Of Advanced Business and Social Studies Vol. 3Issue 2.
- Nuruddin dkk, *Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19*, Journal of Bali Studies, Volume 10 Nomor 02 Oktober 2020.
- Pratama, A., Putri, R. A., & Salamsjah, S. (2024). Antecedents of continuance intention in users of the Shopee online shopping application in Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Printianto, Indi dkk. 2019. *The Implementation Of Sharia Principles Concept Of Hotel: Unisi Hotel Yogyakarta*, *Advance in Social Science Education and Humanities Research*, Volume 259.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Kompas Media.
- Ratnasari, Ririn Tri. 2020. *Halal Tourism Based On Value Creation*, Al-Uqud:Journal Of Islamic Economics, Vol. 4 Issue 2.
- Rochmaniah, Ainur dkk, *Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Okupansi Kamar di Hotel Reddoorsz pada Masa Pandemi Covid-19*.Jurnal Ilmu Komunikasi/ojs.umsida.ac.id/index.php/.
- Sarinastiti, Eska Nia dan Uljanatunnisa. 2020. , *Strengthening e-Branding Strategy Of Sharia Hotel In Indonesia Hotel Industry*, International Journal Of Applied Sciences In Tourism and Events Vol. 4 No. 1.
- Sholahuddin, Muhammad dan Ary Kususma Wardani. 2017. *Customer Satisfaction In Sharia Hotel*, Seminar Nasional Riset Manajemen&Bisnis.
- Sula, Muhammad Syakir dan Hermawan Kertajaya. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Syaodih, Nana. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Taja Kompas, *Agen Perjalanan Respons Pertumbuhan Wisata Halal*, <https://www.kompas.id/baca/adv-post/agen-perjalanan-respons-pertumbuhan-wisata-halal/>.Diakses pada 29 Maret 2021.