IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA HOTEL SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI SOFYAN INN HOTEL UNISI YOGYAKARTA

Oleh:
Romi Padli
NIM.: 16913029

TESIS

Diajukan kepada
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA
2018

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA HOTEL SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI SOFYAN INN HOTEL UNISI YOGYAKARTA

Oleh:
Romi Padli
NIM.: 16913029

Pembimbing:
Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.

TESIS

Diajukan kepada
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA
2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Romi Padli
N I M	: 16913029
Konsentrasi	: Ekonomi Islam
Judul Penelitian	: **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA HOTEL SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI SOFYAN INN HOTEL UNISI YOGYAKARTA**

menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar kesarjanaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta. 19 April 2018

Yang menyatakan

Romi Padli

Pengesahan

Tim Penguji Ujian Tesis

Nota Dinas

PERSETUJUAN

Judul : IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA HOTEL SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI SOFYAN INN HOTEL UNISI YOGYAKARTA

Nama : Romi Padli

N I M : 16913029

Konsentrasi : Ekonomi Islam

disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 2 April 2018

(Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

Ibunda Husnalawani dan Ayahanda Muhammad Sahri
Istriku Susi Tri Nursyamsiah dan anak-anak kami:
Hafsha Sabiha Adhwa dan Muhammad Hamzah Al Aysar
Semoga Allah senantiasa melindungi mereka.
Amiin Yaa Robbal 'Aalamiin.

MOTTO

وَتَعَاوَنُواْ عَلَى الْبرِّ وَالتَّقْوَى وَلاَ تَعَاوَنُواْ عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُواْ اللّهَ

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.

(QS. Al Maidah [5] : 2)

PEDOMAN TRANSLITERASI
ARAB - LATIN

Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158/1987 dan no. 0543 b/U/1987. Tertanggal 22 Januari 1988

I. Konsonan Tunggal

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	NAMA
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā’	*b*	-
ت	Tā	*t*	-
ث	Sā’	*ṡ*	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	*j*	-
ح	Hā’	*ha’*	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā’	*kh*	-
د	Dāl	*d*	-
ذ	Żāl	*ż*	z (dengan titik di atas)
ر	Rā’	*r*	-
ز	Zā’	*z*	-
س	Sīn	*s*	-
ش	Syīn	*sy*	-
ص	Sād	*ṣ*	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	*ḍ*	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā’	*ṭ*	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā’	*ẓ*	z (dengan titik di bawah)
ع	‘Aīn	‘	koma terbalik di atas
غ	Gaīn	*g*	-

ف	Fā’	*f*	-
ق	Qāf	*q*	-
ك	Kāf	*k*	-
ل	Lām	*l*	-
م	Mīm	*m*	-
ن	Nūn	*n*	-
و	Wāwu	*w*	-
ه	Hā’	*h*	-
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Yā’	*y*	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	*muta’addidah*
عدة	ditulis	‘*iddah*

III. *Ta’ Marbūtah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	*ḥikmah*
زية	ditulis	*Jizyah*

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila *ta’ marbūṭah* diikuti dengan kata sandang *“al”* serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأ ولياء	ditulis	*karāmah al-auliyā’*

c. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	*Zakāt al-fiṭr*

IV. Vokal Pendek

----َ----	*faṭḥah*	ditulis	A
----ِ----	*kasrah*	ditulis	I
----ُ----	*dammah*	ditulis	U

V. Vokal Panjang

1	*faṭḥah* + *alif*	ditulis	Ā
	جا هلية	ditulis	*Jāhiliyah*
2	*faṭḥah* + *yā* mati	ditulis	*Ā*
	تنسى	ditulis	*Tansā*
3	*kasrah* + *yā* mati	ditulis	*Ī*
	كريم	ditulis	*Karīm*
4	*ḍammah* + *wawu* mati	ditulis	$\bar{U}$
	فروض	ditulis	*furūḍ*

VI. Vokal Rangkap

1	*faṭḥah* + *ya'* mati	ditulis	*Āi*
	بينكم	ditulis	*Bainakum*
2	*faṭḥah* + *wawu* mati	ditulis	*Au*
	قول	ditulis	*Qaul*

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	*a'antum*
أعدت	ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	ditulis	*la'in syakartum*

VIII. Kata Sandang *alif* + lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	*al-Qur'ān*
القياس	ditulis	*al-Qiyās*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruh *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

السماء	ditulis	*as-Samā'*
الشمس	ditulis	*asy-Syams*

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapan

ذوى الفروض	ditulis	*zawi al-furūḍ*
أهل السنة	ditulis	*ahl as-sunnah*

ABSTRAK
IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA HOTEL SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI SOFYAN INN HOTEL UNISI YOGYAKARTA

Romi Padli
16913029

Islam adalah agama yang mengajarkan keselamatan. Hotel syariah merupakan sebuah strategi yang menggabungkan antara bisnis hotel konvensional dengan memasukan nilai-nilai Islam di dalamnya mulai dari produk, pelayanan serta pengelolaannya. Konsep syariah dalam manajemen hotel merupakan sebuah inovasi baru, namun hal ini justru banyak diminati oleh masyarakat dan wisatawan yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan Implementasi Bauran Pemasaran pada Sofyan Inn Hotel Unisi dalam Perspektif Ekonomi Islam sebagai hotel syariah. Subjek dalam penelitian ini adalah implementasi bauran pemasaran dengan nara sumber *General Manager*, *Marketing Manager*, *Executif Secretary*, dan karyawan di Sofyan Inn hotel Unisi. Data dalam penelitian ini didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa Sofyan Inn Hotel Unisi dalam mengimplementasikan bauran pemasarannya lebih banyak memunculkan *brand* sofyan yang dijadikan strategi sebagai konsep hotel syariah karena telah diakui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Bauran pemasaran itu termaktub didalam aturan dan kebijakan hotel pada keseluruhan manajemennya. Sedangkan untuk penerapan prinsip-prinsip pemasaran Islam yang dilakukan oleh hotel unisi yaitu prinsip ikhtiar, kejujuran, maslahah, amanah, keadilan, ikhlas dan bertanggung jawab dalam aspek pelayanannya. Di hotel Unisi juga tidak ada praktik-praktik yang diharamkan. Oleh sebab itulah hotel dengan konsep seperti ini pada kenyataannya banyak sekali diminati oleh wisatawan, baik muslim maupun non muslim, hal ini dikarenakan aspek kenyamanan dan keamanan yang diberikan oleh hotel Unisi sebagai syariah.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Hotel Syariah, Ekonomi Islam, Unisi Yogyakarta*

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF MIX MARKETING AT SYARIAH HOTEL PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS STUDY SOFYAN INN HOTEL UNISI YOGYAKARTA

Romi Padli
16913029

Islam is a religion that teaches salvation. Sharia hotels are a strategy that combines conventional hotel business and Islamic values which ranges from products, services, and management. The concept of sharia in hotel management is a thoroughly new innovation. And this is actually much in demand by tourists who are of Muslim majority. This study aims to describe the implementation of Marketing Mix at Sofyan Inn Hotel Unisi in The Perspective of Islamic Economics as Sharia Hotel. The subject of this research involves implementation of marketing mix derived from General Manager, Marketing Manager, Executive Secretary, and employee at Sofyan Inn Hotel Unisi as data source. The data were collected from the observation, interview, and documentation.

On the basis of the research, it is revealed that in the implementation of its marketing mix, Sofyan In Hotel Unisi, accentuates on the branding of Sofyan as it becomes the strategy of the concept of Sharia hotels because it has been well recognized by Majelis Ulama Indonesia (MUI). The marketing mix is embodied in hotel rules and policies throughout its management. While the application of Islamic marketing principles undertaken by Unisi hotel is the endeavor, honesty, *maslahah*, *amanah* (trustworthy), justice, and responsible in the aspect of its service and also not to practice the forbidden. Hotels with such concept are in fact much in demand by tourists of both Muslims and non-Muslims. This is because of the security and comfort aspects provided by sharia hotels.

Keywords: Marketing Mix, Sharia Hotel, Islamic Economy, Unisi Yogyakarta

April 3, 2018

TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh.

اَلْحَمْدُ ِللهِ الَّذِيْ أَنْعَمَـنَا بِنِعْمَةِ اْلإِيْمَـانِ وَاْلإِسْلاَمِ. وَنُصَلِّـيْ وَنُسَلِّمُ عَلَى خَـيْرِ اْلأَنَامِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَـى اَلِهِ وَصَحـْبِهِ أَجْمَـعِـيْنَ اَشْهَـدُ أَنْ لاَ إِلَهَ إِلاَّ اللهُ وَأَشْهَـدُ أَنَّ مُحَـمَّـدًا عَبْـدُهُ وَرَسُـوْلُهُ

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu wata'ala atas limpahan rahmat, hidayah, dan 'inayah-Nya, serta shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad Salallahu'alaihi wassalam, sehingga penulisan Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan Tesis ini adalah sebagai persyaratan penyelesaian program Pascasarjana konsentrasi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, yang mengangkat tema Implementasi Bauran Pemasaran Pada Hotel Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta merupakan karya sederhana yang ditulis dalam rangka memberikan wacana keilmuan Ekonomi Islam dan sebagai kerangka teori Bauran Pemasaran pada Hotel Syariah serta dapat menjadi buah pemikiran yang mampu memperkaya khazanah pengetahuan Islam.

Penulisan Tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa pengarahan, dukungan, dan do'a. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Nandang Sutrisna, SH., M.Hum., LLM., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Tamyiz Mukharrom, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Hujair AH Sanaky, MSI. selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Dr. Yusdani, M.Ag. selaku Sekretaris Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, terima kasih banyak atas bimbingan dan arahannya kepada penulis untuk menyusun Tesis ini.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. selaku Pembimbing Penulis dalam Penyusunan Tesis.
6. Seluruh Dosen Magister Ilmu Agama Islam yang telah mentransfer berbagai ilmu pengetahuan, serta civitas akademika di lingkungan Fakultas Ilmu Agama Islam dengan keramahan dan ketulusannya telah membantu penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian Tesis ini.
7. Bapak Kukuh Wibawanto selaku General Manajer, Ibu Candra Selaku Manajer Marketing, Ibu Astri Dita Maharani selaku Executive Secretary, Sapta selaku Kitchen Staff, dan Wahyu selaku Resepsionis Sofyan Inn Hotel Unisi yang telah memberikan informasi tentang bauran pemasaran, terima kasih banyak atas informasi yang telah dibagikan, semoga bantuannya bernilai amal shaleh di hadapan Allah Azza wajalla.
8. Ayahandaku Muhammad Sahri yang telah mendidik dan memberi kepercayaan serta do'a sepanjang malam demi kesuksesan semua anak-anaknya.
9. Ibundaku tercinta Husnalawani yang selalu memberi motivasi dan mendukungku serta selalu mendo'akan agar selalu menjadi yang terbaik dalam setiap aktivitas dan kehidupanku.
10. Istriku tercinta Susi Tri Nursyamsiah, anak-anakku yang kami sayangi Hafsha Sabiha Adhwa dan Muhammad Hamzah Al Aysar yang selalu menemani dan mendukung dengan penuh kasih sayang dalam setiap kegiatan belajarku sehingga mendapatkan gelar Magister Ekonomi.
11. Kakak dan adik-adikku tercinta, Devi Susanti (ayuk), Heriyodi (adik), Edriyan (adik), Riskendi (adik) dan Husnia (adik), yang telah mendukung dan memberi motivasi dalam menjalankan kuliah di Magister Ilmu Agama Islam.

12. Teman-teman Organisasiku Da'i Hijrah Mahasiswa yang menjadi penopang terbentuknya karakter kepemimpinan dalam kepribadian hidupku.
13. Para dewan Guru dan Staff SDIT Hidayatullah yang telah memberi kesempatan dan dukungannya untuk memperdalam keilmuan dalam mengajar, semoga Allah Azza wajalla membalas kabaikan kalian.
14. DPPAI UII yang telah memberikan amanah bagiku untuk menjadi Mua'alim dalam membina mahasiswa pada program taklim fakultas sehingga saya dapat mengajarkan ilmu yang saya miliki.
15. Teman-teman Magister Ilmu Agama Islam konsentrasi Ekonomi Islam angkatan 2016.
16. Semua pihak-pihak lain yang belum sempat penulis sebutkan satu persatu. Semoga amal baik pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan Tesis ini mendapatkan imbalan yang jauh lebih baik dari Allah Azza wajalla. Aamiin…

Akhirnya penulis mengucapkan, *jazakumullah khairan katsiran* dan semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan dapat memberikan kontribusi lebih terhadap dinamika perkembangan ilmu pengetahuan Islam.

Wassalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh.

Yogyakarta, 2 April 2018

Penulis,

Romi Padli

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR i
HALAMAN SAMPUL DALAM ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS v
HALAMAN NOTA DINAS vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING vii
HALAMAN PERSEMBAHAN viii
HALAMAN MOTTO ix
PEDOMAN TRANSLITERASI x
ABSTRAK xiv
***ABSTRACT* ..... xv**
KATA PENGANTAR xvi
DAFTAR ISI xix
DAFTAR TABEL xxii
DAFTAR GAMBAR xxiii
DAFTAR LAMPIRAN xxiv

BAB I. PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitan 9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 9
D. Sistematika Pembahasan 10

BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI 12
A. Kajian Penelitian Terdahulu 12
B. Kerangka Teori 19
1. Hotel Syariah 19
a. Definisi Hotel 19
b. Penyelenggaraan dan Pengelolaan Hotel Syariah 21
c. Perbedaan Hotel Konvensional dan Syariah 23
d. Bisnis Hotel dalam Pandangan Islam 26
2. Bauran Pemasaran 29
a. *Product* 32
b. *Price* 33
c. *Place* 34
d. *Promotion* 36
e. *Physichal Evidence* 37
f. *Process* 39
g. *People of Participant* 40

3. Konsep Pemasaran dalam Islam 42
a. Karateristik Pemasaran Syariah 43
1) Teistis (*Rabbaniyah*) 44
2) Etis (*Akhlaqiyyah*) 44
3) Realistis (*Al-Waqiyyah*) 45
4) Humanitis (*Insaniyyah*) 46
b. Prinsip-prinsip Pemasaran 47
1) Ikhtiar 47
2) Maslahah 48
3) Amanah 49
4) Keadilan 50
5) Transparan 51
6) Kejujuran 53
7) Ikhlas 54

BAB III. METODE PENELITIAN 55
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan..... 55
B. Tempat dan Lokasi Penelitian 57
C. Informan Penelitian 57
D. Teknik Penentuan Informan 58
E. Teknik Pengumpulan Data 59
F. Keabsahan Data 61
G. Teknik Analisis Data 62

BAB IV. HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN 63
A. Hasil Penelitian 63
1. Profil Umum Sofyan Inn Hotel Unisi 63
2. Fasilitas 64
3. Penawaran Destinasi Wisata Terdekat 70
4. Struktur Organisasi Perusahaan 73
5. Norma-norma Karyawan 78
6. Data Kunjungan Tamu 79
B. Pembahasan 81
1. Implementasi Bauran Pemasaran Hotel Unisi Konsep 7P .. 81
a. *Product* 81
b. *Price* 83
c. *Place* 84
d. *Promotion* 85
e. *Process* 87
f. *Physical Evidence* 88
g. *People of Participant* 89
2. Perspektif Ekonomi Islam terhadap Bauran Pemasaran konsep 7P Sofyan Inn Hotel Unisi 91
a. Penawaran dan Penjualan Produk (*Product*) 91

1) Kamar Tamu 91
2) Restoran 92
b. Penentuan Harga (*Price*) 94
c. Pemilihan Lokasi Layanan (*Place*) 95
1) Memilih Lokasi yang Strategis 96
2) Kenyaman dan Keamanan Tamu 97
3) Maslahah 98
d. Penyebaran Informasi (*Promotion*) 99
1) Kerjasama dengan Perusahaan lain (*Al-Waqiyyah*) 100
2) Prinsip Promosi melalui Media Informasi 101
e. Konsep Pengelolaan (*Process*) 104
1) Manajamen Ibadah (*Rabbaniyyah*) 105
2) Penerimaan Tamu (*Al-Waqiyyah*) 106
f. *Physical Evidence* 107
g. *People of Participant* 108
1) Karyawan yang Ahli (*Insaniyyah*) 108
2) Norma Pelayanan 110
3) Busana Karyawan 110

BAB V. PENUTUP 113
A. Kesimpulan 113
B. Saran-saran 114

DAFTAR PUSTAKA 116

LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahu, 17

Tabel. 3. Perbedaan Hotel Konvensional dan Syariah, 26

Tabel 2. Data Pengunjung Tamu, 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan, 77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Tabel Wawancara Terkait Bauran Pemasaran, 119

Lampiran II Tabel Observasi objek terkait Bauran Pemasaran, 120

Lampiran III Lokasi Hotel dan Fasilitasnya, 121

Lampiran IV Surat Keterangan Cek Plagiasi, 124

Lampiran V Lembar Bukti Wawancara, 127