STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Diajukan Sebagai Salah Satu syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)

OLEH:
YUPAN CANRI YAWAN
NIM : 1711130170

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU,2022 M/1442 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini atas nama Yupan Canri Yawan NIM.1711130170 dengan judul "**Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam**". Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh kerna itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu.

Bengkulu 10 Januari 2022 M
Dzhulhijjah 1442 H

Pembimbing I	Pembimbing II
9/3/22	2/3-2022
Andang Sunarto,M.PH.D	**Nonic Afrianty,ME**
NIP.197611242006040102	NIP.199304242018012002

Scanned by TapScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam"**, oleh Yupan Canri Yawan NIM 1711130170, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 16 Febuari 2022 M / 5 Jumadil Akhir 1443 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 16 Febuari 2022 M
Jumadil Akhir 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	**Sekretaris**
Eka Sri Wahyuni, MM	**Nonie Afrianty,M.E**
NIP. 197705092008012014	**NIP.199304242018012002**
Penguji I	**Penguji II**
Eka Sri Wahyuni, MM	**Badarudin Nurhab, MM**
NIP. 197705092008012014	**NIP.198508072015031005**

Mengetahui,
Dekan

Dr. H. Suparti, M.A
NIP. 196504101993031007

Scanned by TapScanner

MOTTO

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.

(QS. An-Nisa: 9)

Hablumminallah wa Hablumminannas

(Yupan Canri Yawan)

Scanned by TapScanner

Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan

- Allah SWT, yang tak pernah sedikitpun meninggalkan hamba-nya serta junjungan besar Nabi Muhammad SAW.
- Orang tua dan seluruh keluarga, yang sudah mendukungku hingga aku sampai di titik ini dan tak pernah lelah memberikan semangat,doa serta restu untuk kesuksesanku.
- Untuk kedua pembimbing ku Ibu Nonie Afrianty, M.E dan Bapak Andang Sunarto, M. Ph.D yang selalu meberi arahan tak kenal lelah dalam penulisan skripsi ini
- Serta orang-orang yang sudah menjadi bagian dalam perjalanan ini ayuk, Elpi bang, Soni, ayuk Anisa dan kakak Alan Andrian dan semuah pihak yang terlibat yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu.
- Teman seperjuangan Artun , ici, rizando, Eksan, ariza, taufik, Mesinah dan teman-teman PPL dan KKN, yang telah memotivasi dan mendukung dalam menyelesaikan kripsi ini
- Sahabatku Artun yang menjadi bagian dari perjuangan skripsi ini orang yang Sering aku repotkan. Terima kasih atas motivasi, dukungan serta bantuanya dalam segala hal.
- Almamater kebanggan yang telah menempuhku.

Scanned by TapScanner

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BENGKULU (UIN)
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51267-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Yupan Canri Yawan

NIM : 1711130170

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 3 Febuari 2022M
Akhir 1443 H

METERAI TEMPEL

Yupan Canri Yawan
NIM. 1711130170

Scanned by TapScanner

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh
Yupan Canri Yawan
Nim: 1711130170

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis di tinjau dari etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan informan terdiri dari 6 orang. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis di antaranya adalah a) Kelengkapan produk penginapan di Hotel Latansa Nuansa Syariah masih terbilang kurang atau belum optimal b) Hasil ini terlihat dari Promosi yang di terapkan hotel latansa masih melalui media sosial *faceebook instagram* dan *traveloka* c) Adapun penetapan harga yang di terapkan yakni di lihat dari fasilitas dan kelas- kelas kamar yakni kamar ber Ac Rp. 250.000 dan untuk kamar non Ac Rp.200.000 d) Distribusi yang di terapkan hotel yakni masih melaui media sosial *facebook instagram* dan *traveloka* strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di tinjau dari etika bisnis Islam antara lain a) keadilan yang di terapkan Hotel Latansa yakni memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin b) kehendak bebas yang di terapkan hotel yakni dengan menjaga mutu pelayanan c) Tanggung jawab yang di terapkan hotel yakni dengan tanggung jawab 100 persen dengan memberikan keamanan dan kenyamanan d) kebenaran yang di terapkan hotel yakni dengan memberikan pelayanan denga ramah tama sopan dan santun.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islam

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT. Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Sterategi Pemasaran Hotel Latansa Nuasa Syariah Kota Bengkulu Dalam Mengahadapi Persaingan Bisnis Ditinjau dari Etikas Bisnis Islam.''

Penulis menyadari dan mengakui skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, kerna kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata. Kerna itulah penulis mengharapkan adanya kritikan dan saran-saran perbaikan dari pada pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis hanya mampu berdo'a dan berharap semoga beliau-beliau yang telah berjasa selalu di berikan rahmat dan karunia oleh Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati dan rasa sadar skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun izinkanlah penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun kepentingan lainya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa motiovasi, semangat dan lain sebagainya. Dengan demikian, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd. Selaku . Rektor Universitas Islam Negeri Bengkulu (UIN) Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas guna dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. H.Supardi,M.A Selaku . Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu.
3. Yenti Sumarni,S.E.,MM Selaku Ketua Jurusan Ekonomi telah memberikan bimbingan, saran, motivasi, semangat arahan dengan penuh kesabaran.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu (UIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan sebagian ilmunya dengan penuh keikhlasan.
5. Staf dan karyawan Fakultas Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu (UIN) Bengkulu

yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal Administrasi.

6. Semuah pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.Dalam penyelesain dan penyusunan skripsi ini, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran para pembaca demi perbaikan karya- karya selanjutnya.

Bengkulu 13 Januari 2022
Dzhulhijah1442 H

Penulis

Yupan Canri Yawan
Nim: 1711130170

DAFTAR ISI

Halaman judul

Kata Pengantar.....ii

Daftar isi iii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian.....8

D. Kegunaan Penelitian.....8

E. Penelitian Terdahulu.....8

1. Jenis Penelitian.....15

2. Waktu Dan lokasi Penelitian.....15

3. Informan Penelitian.....16

4. Sumber Dan Tiknik Pengumulan Data 16

a. Sumber Data.....16

b. Teknik Pengumpulan Data.....17

5. Teknik Analisis Data.....18

6. Sistematika Penulisan 19

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran 21

a. Pengertian Strategi.....21

b. Pengertian Pemasaran.....26

c. Pengertian Strategi Pemasaran 30

d. Indikator Strategi Pemasaran.....33

B. Etika Bisnis islam.....34

a. Pengertian Etika Bisnis Islam 36
b. Ruang lingkup Etika Bisnis Islam 36
c. Indikator Etika Bisnis Islam 39
C. Persaingan Dalam Islam 40
a. Pengertian Persaingan 40
b. Persaingan Dalam Islam 40
c. Indikator Usaha Dalam Ajaran Islam 42
D. Kerangka Konseptual 45
BAB III GAMABARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 46
A. Profil Hotel Latasa Nuansa Syariah Kota Bengkulu 46
B. Visi dan Misi Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu 47
C. Fasilitas Sarana Prasarana Hotel 48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 51
A. Hasil Penelitian 51
B. Pembahasan 62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **71**
A. Kesimpulan 71
B. Saran 73
DAFTAR PUSTAKA 74
LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan gejala ekonomi karena adanya permintaan dari pihak wisatawan dan penawaran dari pemberi jasa pariwisata (biro perjalanan, penginapan, rumah makan) atas produk dan berbagai fasilitas terkait. Bila dicermati kegiatan pariwisata melalui pendekatan psikologis, maka pariwisata berkaitan dengan motivasi, kepribadian, nilai dan pengalaman yang memberikan bentuk dan pola interaksi wisatawan terhadap lingkungan (alam, budaya yang spesifik sebagai atraksi wisata).

Di indonesia, pariwisata didefinisikan dalam undang-undang republik indonesia No. 9, tahun 1990 yang menyebutkan bahwa kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Selanjutnya disebutkan bahwa usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan

menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau megusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut.[1]

Salah satu sarana penting untuk memenuhi kebutuhan orang yang berpergian lebih dari sehari adalah hotel. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.[2]

Sedangkan pengertian hotel yang dimuat oleh *Grolier Electronic Publishing Inc*, menyebutkan bahwa hotel adalah usaha komersil yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Selanjutnya dijelaskan oleh *United State Lodging Industry* bahwa, yang utama hotel terbagi menjadi empat

---

[1] Agus Sulatiyono, *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi Manajemen Penyelenggaraan Hotel, (*Bandung : Alfabeta, 1999), h. 4

[2] Agus Sulatiyono, *Seri Manajemen...*, h. 5

jenis, yaitu: 1. *Transient Hotel* adalah hotel yang letak dan lokasinnya di tengah kota dengan jenis tamu yang menginap sebagian besar adalah untuk urusan bisnis dan turis. 2. *Residential Hotel* adalah hotel yang pada dasarnya merupakan rumah-secara bulanan atau tahunan. *Residential* hotel juga menyediakan kemudahan-kemudahan seperti layaknya hotel, seperti restoran, pelayanan makanan yang diantar ke kamar, dan pelayanan kebersihan kamar 3. *Resort hotel* adalah hotel yang pada umunya berlokasi ditempat-tempat wisata, dan menyediakan tempat-tempat rekreasi dan juga ruang serta fasilitas kofrensi untuk tamutamunya.

Dengan mengacu pada pengertian-pengertian diatas, dan untuk menertibkan perhotelan di indonesia, Pemerintah menurunkan peraturan yang dituangkan dalam Surat Keputusan Menparpostel (Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi) No.KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel. Bab 1, Pasal 1, Ayat (b) dalam SK (Surat Keputusan) tersebut

menyebutkan bahwa hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil.[3]

Kata akomodasi yang diserap ke dalam bahasa Indonesia dari kata bahasa inggris *Accommodation* memiliki beberapa makna. SK mencantuman dalam Bab 1, Pasal 1, Ayat (a) bahwa akomodasi adalah wahana untuk menyediakan pelayanan jasa penginapan, yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Perkembangan hotel modern (dibangun dan dikelola dengan menggunakan konsep-konsep manajemen hotel modern) di Indonesia diawali dengan dibukanya hotel indonesia di Jakarta pada tahun 1962. Pengelolaan akomodasi secara komersial di indonesia sudah dimulai dari sejak zaman belanda, walaupun pada waktu itu secara pengelolaannya masih menggunakan konsep pengelolaan

[3] Agus Sulatiyono, *Seri Manajemen* …, h.6

penginapan, dan belum menggunakan konsep pengelolaan hotel seperti sekarang. Setelah kemerdekaan republik indonesia, para pengusaha nasional (termasuk pengusaha akomodasi dan penginapan) pada waktu itu membentuk suatu asoisasi yang disebut dengan organisasi perusahaan sejenis (OPS).

Keputusan *Menparpostel* menyebutkan sebagai suatu usaha akomodasi yang dikomersilkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut.Kamar tidur (kamar tamu), makanan dan minuman dan pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti, tempat-tempat rekreasi, fasilitas olah raga, fasilitas dobi *(laundry*) dan lain sebagainya.

Hotel merupakan usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya, dengan menyediakan fasilitas yang dapat dipergunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Di samping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha ataupun para wisatawan pada waktu melakukan

perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, dan membutuhkan tempat menginap, makan dan minum serta hiburan.

Pada saat ini hotel sudah berkembang menjadi sebuah bisnis yang sangat menjanjikan, dimana semua masyarakat modern yang pergi keluar kota untuk urusan pekerjaan atau hiburan sangat membutuhkan jasa penginapan atau hotel. Atas dasar pejualan tahunan, jumlah karyawan dan modal yang diinvestasikan, industri perhotelan merupakan industri yang cukup menguntungkan. Industri perhotelan yang meningkat merupakan dampak dari volume penjualan komersial yang meningkat. Hotel-hotel transit sangat merasakan manfaat bisnis ini[4]

Pentingnya hotel sebagai faktor yang menunjang kesejahteraan masyarakat secara umum telah diabaikan. Sering kali hotel lokal menjadi majikan tunggal terbesar dalam wilayah yag bersangkutan. Penting pula peran pemerintah dalam meningkatkan kesadaran dan kebutuhan

[4] Dwi Prastowo Darmito dan Aji Suryo, *Analisis Laporan Keuangan Hotel*, (Jakarta : Andi offset 2002), h. 13

akan adanya rumah-rumah penginapan (hotel). Hal ini menjadi penting bahwa untuk menghilangkan persepsi buruk masyarakat terhadap dunia perhotelan, terutama tentang sisi atau kehidupan malam di hotel. Hal tersebut tentu akan membawa dampak yang baik bagi kemajuan dunia perhotelan terutama dalam mengantisipasi perkembangan era wisata dan pendayagunaan dalam di lingkungan sekitar.

Kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif bersama MUI telah meluncurkan wisata syariah di indonesia. Ada empat produk dalam wisata syariah yang diprioritaskan, yaitu hotel, restoran, travel agent dan usaha SPA. Potensi wisata syariah sangat besar, sebuah terobosan studi baru, "Global Muslim *Lifestyle Travel Market: Landscape & Consumer Needs*," menunjukkan bahwa belanja wisatawan muslim secara global senilai 126.1 juta dolar AS (sekitar 1.53 triliun rupiah) pada 2011 dan diperkirakan terus meningkat 4,8 persen hingga 2020. Ini merupakan

perkembangan ekonomi dan bisnis syariah kontemporer yang semakin meningkat.[5]

Hotel syariah secara umum tidak berbeda dengan hotel- hotel yang lain. Tetap tunduk dengan peraturan pemerintah, tetap buka 24 jam. Pemasarannya pun terbuka bagi semua kalangan baik muslim maupun non muslim. Penyajian makanan dan dan minuman menggunakan bahan-bahan halal yang berguna bagi kesehatan dan sajian minuman dihindarkan dari kandungan alkohol. Pengembangan wisata syariah yang dirintis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif layak didukung, untuk itu dukungan dari masyarakat sangat diperlukan karena konsep hotel syariah ini bisa jadi sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai luhur agama dan adat. Memang diakui, sampai sejauh ini, standar hotel syariah yang baku belum ada, dan belum pula dibuat oleh lembaga-lembaga ke islaman yang terdapat di negeri ini, seperti MUI, Departemen Agama, maupun oleh ormas-

[5] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi* , (Bandung : Alfabeta 2014) , h. 5

ormas islam, dan lain-lain terdapat rambu-rambu syariah yang bersifat umum dalam menjalankan muamalah atau bisnis, usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan, yakni: 1. Tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, atau menyewakan produk atau jasa yang secara keseluruhan maupun sebagiannya dilarang dalam ketentuan syariah seperti dalam hal makanan, mengandung unsur babi, minuman khamar, perjudian, perzinaan, dan lain-lain, yang semacam itu. 2. Transaksi dilakukan berdasarkan jasa atau produk yang nyata, benar-benar ada. Tidak bersifat meragukan. 3. Tidak mengandung unsur kezhaliman, kemudharatan, kemungkaran, kemaksiatan maupun kesesatan yang terlarang dalam kaidah syariah; baik secara langsung maupun tidak langsung. 4. Tidak ada pula unsur penipuan, kecurangan, kebohongan, ketidak jelasan (gharar), resiko yang berlebihan dan membahayakan. 5. Ada komitmen menyeluruh dan konsekuen dalam

menjalankan perjanjian yang disepakati antar pihak-pihak terkait.[6]

Konsep hotel syariah berkembang menjadi *trend* di bisnis perhotelan saat ini, di kota-kota besar sudah banyak berdirinya hotel syariah. Hotel berkonsep syariah sendiri memang masih barang langka. Padahal, untuk kebutuhan para umat muslim, hotel syariah sangat diperlukan. Sebab, hotel syariah mengikuti ketentuan islam. Misalnya, setiap makanan bersertifikasi halal dan bumbu yang dianjurkan adalah bumbu alami. Selain itu, setiap makanan dan minuman tidak mengandung alkohol.

Di Kota Bengkulu terdapat Hotel Latansa Nuansa Syariah. Hotel ini menggunakan label syariah pada bisnisnya. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Hotel Latansa Nuansa belum menunjukan adanya karakteristik nuansa syariah seperti resepsionis yang tidak memberikan salam kepada tamu. Selain itu, pada restaurant yang

---

[6] Ruswandi, *Hotel Dengan Kaidah Syari'ah.(http://mentoringku.wordpres.com/ hotel-dengan-kaidah-syariah* diakses pada 27 september 2008)

disediakan juga belum memiliki sertifikasi halal. Hal yang paling utama seperti itu belum di miliki oleh Hotel Latansa Nuansa Syariah sebagai salah satu kriteria yang harus dimiliki oleh hotel syariah. Terdapat mushola di dalam Hotel Latansa Nuansa Syariah, yang digunakan sebagai tempat ibadah oleh tamu, pengunjung, dan orang sekitar hotel, akan tetapi mushola yang terdapat di Hotel Latansa Nuansa Syariah belum di kembangkan dengan baik oleh pengelola sehingga belum memenuhi kriteria mushola yang terdapat di hotel syariah seperti kebersihan dan kelengkapan alat ibadah.[7]

Melihat hal tersebut, maka perlu diketahui strategi pemasaran apa yang dilakukan agar dapat meghadapi persaingan bisnis dimana Hotel Latansa Nuansa Syariah ini memiliki karakteristik adanya label nuansa syariah. Sehingga pemasaran yang diterapkannya menarik untuk ditinjau dari etika bisnis Islam. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul **Strategi**

[7] Arif Kusmaja, *Selaku HRD wawancara, tanggal 28 Maret 2021*

Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah sebagai berikut sebagai fokus utama penelitian :

1. Bagaiman strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis?
2. Bagaimana strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu ditinjau dari etika bisnis Islam?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan di Hotel Latansa Nuansa Syariah kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Hotel Latansa Nuansa Syariah kota Bengkulu ditinjau

dari etika bisnis Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dibagi dua, yaitu :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dan pengetahun mengenai strategi pemasaran.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:
   a. Pemilik Hotel Latansa

      Sebagai masukan untuk evaluasi strategi pemasaran yang diterapkan sesuai dengan etika bisnis Islam
   b. Bagi Karyawan

      Menjadi informasi untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing.
   c. Bagi Peneliti Lanjutan

      Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

E. Penelitian Terdahulu

Terkait dengan pembahasan strategi pemasaran telah ada beberapa peneliti yang membahas tentang strategi pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan Didin Samsudin bertujuan untuk mengetahui persepsi tamu hotel dalam lima aspek pengalaman pemasaran rasa merasakan, berpikir bertindak, dan hubungan sosial terhadap loyalitas pelanggan di hotel syariah, metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian yang dilakukan Didin Samsudin tahun (2018) indeks perjalanan muslim global Indonesia peringkat kedua dalam pariwisata halal dunia tujuan indonesia telah dinominasikan 12 dari 16 nominasi yang ada penghargaan pariwisata halal dunia tahun 2016. penandaan *exsprimental* merupakan pandangan *kontemporer* dalam menyampaikan pesan kepada pelanggan tentang produk dan layanan dengan menitik beratkan pada kualitas pengalaman interaktif fisik dan

nyata. pendekatan ini relatif berbeda dengan pandangan tradisional dalam pemasaran untuk mengekspor produk dengan menggunakan media periklanan seperti pesan cetak atau elektronik. Ada lima elemen *experiential marketing* dalam menilai pengalaman pelanggan, yaitu indera, perasaan, pikiran, tindakan dan hubungan sosial kita perspektif yang lebih luas telah diadopsi oleh Andreani (2009) yang berpendapat bahwa penandaan *exsprimental* lebih dari sekedar memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mendapatkan pengalaman emosional dan rasional dalam mengkonsumsi produk atau jasa. Ada beberapa tujuan yang dapat dicapai oleh seorang pemasar dalam melibatkan perasaan dan emosi pelanggan, seringkali aspek emosional ini memberikan dampak yang efektif dalam proses pemasaran dalam menjual produk atau memberikan jasa dan pada akhirnya meningkatkan kesadaran merek, ekuitas merek dan pelanggan loyalitas.[8]

---

[8] Didin Samsudin,*'' Pengaruh Exrintal Pemasarann Terhdap*

Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Pengaruh pemasaran dalam menjual produk atau memberikan jasa dan meningkatkan kesadaran merek *ekuitas* merek dan loyalitas pelangan . perbedaannya penelitian ini meneliti tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis dan penelitian yang dilakukan oleh Didin Samsudin meneliti tentanng pengaruh pemasaran dari pengalaman pada pelangan Loyalitas Hotel.

2. Penelitian Dilakukan Nur Hidayati bertujuan untuk mengetahui upaya pengembangan strategi Hotel Muslim Kediri. Tujuan nya untuk mengetahui upaya pengembangan strategi yang di lakukan oleh hotel muslim bersaing dengan hotel lainya. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif hasil dari penelitian ini adalah usaha jasa hotel syariah di indonesia dari tahun ke tahun mengalami perkembangan

---

Loyalitas Pelanggan Di Hotel Syariah,'' jurnal internasional , Vol 3,No 2,2020.

dan peningkatan. Hal ini terlihat dari beberapa kota mulai berdiri hotel syariah. Termasuk hotel muslim yang ada di kediri. Lokasi yang strategis tidak berate menjadikan hotel muslim terhindar dari persaingan bisnis. upaya meningkatkan pelanggan harus di lakukan hotel muslim agar bisa bersaing dengan hotel-hotel lainya di kediri. Oleh sebab itu penelitian ini di lakukan, untuk membahas upaya pengembangan strategi hotel muslim. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan deskriptif analisis untuk menetukan *alternative* upaya pengembangan strategi hotel muslim. Hasil penelitian diperoleh beberapa pengembangan strategi Hotel Muslim Kediri, antara lain. (1) meningkatkan variasi produk, menetapkan harga yang terjangkau, meningkatkan pelayanan yang lebih bagus, (2) meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM yang lebih berkompeten, meningkatkan fasilitas, menambah modal, (3) mempertahankan ciri khas produk dengan berbasis ekonomi syariah menjalin kerjasama

dengan pondok pesantren dan instansi pemerintah (4) melakukan upaya pengembangan, strategi promosi disemuah media dan meningkatkan pangsa pasar. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai instansi, pemerintah dan swasta.[9]

Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama mengunakan metode kualitatif. upaya dalam pengembangan strategi hotel jasa dan produk dalam menetapkan harga yang terjangkau meningkatkan pelayanan yang lebih bagus ,dan kualitas dan kuantititas SDM yang lebih berkompeten. sedangkan perbedaan penelitan saya meneliti tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Sedangkan penelitian terdahulu yaitu tentang bagaimana upaya pengembangan sterategi hotel jasa hotel syariah di indonesia

[9] N Hidayati, lina Saptaria,'' Upaya Pengembangan Strategi Hotel Kediri Universitas Islam Kediri,'' *Jurnal Nasional*, No.2 2019. h.157

3. Penelitian dilakukan Mira Santika bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada Hotel Matama Syariah Padang Sidimpuan adalah berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di lihat bahwa penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada Hotel Matama Syariah Padang Sidimpuan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif berdasarkan hasil penelitian dapat di ambil kesimpulan yaitu sebagai berikut. Penerapan strategi yang di lakukan oleh hotel matama syariah harus lebih di tingkatkan lagi sebagaimana fungsinya yaitu menarik minat pelangan meningkatkan *revenue* dan jumlah pengunjung serta memberikan candra mata untuk setiap pelanggan yang ingin chek-out dan ada baiknya menambah jumlah kamar jenis *family suite.* Sebaiknya hotel matama syariah memberikan informasi yang lebih banyak lagi dan lebih detail tentang produk-produk yang di tawarkan

kepada pelangan, kerna tidak semuah calon pelangan mengetahui produk-produk ditawarkan tersebut. Dalam penetapan harga pada hotel matama syariah terbilang mahal akan tetapi sesuai dengan fasilitas pelayanan,dan kualitas yang di berikan oleh hotel matama syariah. maka dari itu pihak dari hotel matama syariah harus mempertahankan dan konsisten terhadap pelayanan yang di berikan agar kedepan nya jumlah pelanggan dapat meningkat. Kegiatan promosi yang di lakukan oleh hotel matama syariah masih kurang di ketahui dari media promosi dari *website* atau *agent of trivel* spanduk atau surat kabar.

Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu sama-sama mengunakan metode kualitatif. Penerapan strategi pemasaran sedangkan harus lebih di tingkatkan lagi sebagaimana fungsinya yaitu menarik minat pelanggan meningkatkan jumlah pengunjung serta memberikan candara mata untuk setiap pelanggan. Perbedaan penelitan yang di lakukan oleh

hotel matama syariah saya meneliti tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variable dependen yaitu sama-sama menganalisis tentang strategi pemasaran.[10]

4. Penelitian dilakukan Mirna Wati bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran di Al-Badar Hotel Syariah Kota Makasar metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang di lakukan oleh Hotel Al-Badar Syariah Kota Makasar yaitu Hotel Al-Badar Syariah menawarkan prinsip jasa penginapan kepada masyarakat kota makassar. Dalam memilih lokasi mereka memilih lokasi yang sangat strategis untuk di jadikan sebagai tempat pusat bisnis. Dalam penetapa harga pihak Hotel Al-Badar Syariah mempertimbangkan harga hotel-hotel lain yang ada

[10] M Santika strategy,” *pemasaran dalam meningkatkan jumlah pelanggan hotel Matama Syariah Padang sidimpuan*’’, Skripsi sarjana, program studi ekonomi syariah.2019

dikota makasar agar pelanggan atau tamu tidak pindah ke hotel lain. Promosi yang di lakukan terbagi atas dua cara ,yaitu online dan offline strategi pemasaran hotel yang di lakukan Hotel Al-Badar Syriah kota Makassar di tinjau dari manajemen syariah yaitu terletak pada sistem pelayanan yang diberikan kepada tamu sesuai dengan akad perjanjian yang di lakukan saat ingin memesan kamar hotel. Dalam prinsip amanah dan tangguang jawab yang diterapakan di Hotel Al-Badar Syariah di lakukan oleh pihak pengelola hotel dalam mempertangung jawab kan tugas nya kepada *owner* atau deriksi. Disamping itu juga kepada tamu hotel dalam prinsip komunikasi yang diterapkan dalam bentuk mendiskusikan masalah yang ada dalam sistem managemen hotel sehingga tercipta suatu solusi.[11]

Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu sama-sama mengunakan metode

[11] M Mirnawati*,'' Strategi Pemasaran Al-Badar Hotel Syariah Makasa r(Analisis Manajemen Syariah" ,* skripsi sarjana,program studi ekonomi syariah. (2020)

kualitatif strategi pemasaran hotel yang di lakukan Hotel Al-Badar Syariah Kota Makassar di tinjau dari manajemen syariah yaitu terletak pada sistem pelayanan yang diberikan kepada tamu sesuai dengan akad perjanjian yang di lakukan saat ingin memesan kamar hotel perbedaan penelitan saya meneliti tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran yang di terapkan Hotel Al-Badar Syariah Kota Makassar apakah sudah sesuai dengan manajemen syariah.

5. Penelitian dilakukan Sri Rahmawati bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pengelolahan Hotel Latansa Kota Bengkulu untuk mengetahui sestem pengelolahan Hotel Latansa Syariah di Kota Bengkulu dan untuk mengetahui persepsi konsumen metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sistem pengelolahan Hotel Latansa di Kota Bengkulu sudah sesuai dengan

kriteria perhotelan syariah. Hotel Latansa Syariah Kota Bengkulu sudah perpanutan dengan peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas penulis menyarankan agar Hotel Latansa Nuansa Syariah selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung hotel agar selalu menggunakan jasa Hotel Latansa Syariah.dan hendak nya Hotel Latansa Syariah hendak nya mengajukan sertifikasi hotel syariah kepada DSN – MUI dengan segera menerapkan seluruh konsep hotel syariah supaya menjadi usaha hotel yang sempurna dan menjadi pelapor pertama berkembangnya usaha hotel syariah di Kota Bengkulu.[12]

Persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu sama-sama mengunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitan saya meneliti tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis.

[12] S Ramayanti, *''persepsi konsumen terhadap pengelolaan hotel latansa Kota Bengkulu''*, Skripsi sarjana,fakultas ekonomi syariah, 2017.

Sedangkan penelitian terdahulu pandangan konsumen (tamu hotel) terhadap pengguna Hotel Latansa Kota Bengkulu.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ialah studi yang mendiskripsikan atau menjabarkan situasi dalam bentuk transkip dalam wawancara, dokumen tertulis, yang tidak dijelaskan melalui angka. Penelitian yang bersifat metode kualitatif adalah metode yang mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.[13]

Penulis menggunakan metode kualitatif sebab (1) lebih mudah mengadakan penyesuaian dengan kenyataan

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung : Alfabeta,2014), h. 12-13

yang berdemensi ganda, (2) lebih mudah menyajikan secara langsung hakekat hubungan antara peneliti dan subjek penelitian, (3) memiliki kepekaan dan daya penyesuaian diri dengan banyak pengaruh yang timbul dari pola-pola nilai yang dihadapi.

2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

a. Penelitian ini akan dilakukan di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu yang berlokasi Jl.Tribrata No.2 Cempaka Permai (Simpang Empat POLDA) Kota Bengkulu Telp.(0736) 52549.

b. Adapun waktu penelitian dimulai dari tangal 13 Desember sampai dengan 20 Desember 2021.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian ini merupakan seseorang yang memberikan kontribusi berupa komentar-komentar dalam penelitian. Kualitatif,informan penelitian adalah

informan yang memahami informasi tentang objek penelitian.[14]

Informan penelitian merupakan seseorang yang memberikan kontribusi berupa komentar-komentar dalam penelitian. dalam penelitian kualitatif, informasi penelitian adalah imforman yang memahami informasi tentang objek penelitian.Informan pada penelitian ini adalah pihak hotel dan yang ada di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu. Teknik penentuan informan pada penelitian ini adalah dengan *purposive* sampling dengan kriteria:

a. Karyawan yang sudah lama bekerja yaitu lebih dari 3 (tiga) tahun
b. Karyawan yang memiliki tugas dalam memasarkan Hotel Latansa Nuansa Syariah
c. Supervisor yang memiliki tanggung jawab mengawasi karyawan

[14] Lexy J. *Moleyong,Metodologi penelitian kualitatif,(* Bandung : Remaja Rosdakarya,2002),h.166

d. Manajer yang memiliki kewenangan untuk pemasaran.

Berdasarkan kriteria di atas maka informan penelitian berjumlah 6 orang yang terdiri dari 4 orang karyawan, 1 orang supervisor dan 1 orang manajer.

4. Sumber Data

a. Data Primer meliputi informasi langsung yang diperoleh dari para pelaku yang terlibat dalam penerapan strategi pemasaran khususnya pada Hotel Latansah Nuansa Syariah Kota Bengkulu.

b. Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data melalui dokumentasi atau buku-buku ilmiah dan dokumen-dokumen resmi.[15]

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif yaitu dengan menghimpun data menggunakan metode

[15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi.* (Bandung : Alfabeta,2014) h,433

sebagai berikut:[16]

a. Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada pimpinan dan karyawan di lokasi penelitian tentang strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, maupun membantu mengerti perilaku manusia. Metode observasi yang dilakukan adalah observasi langung yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang tejadi.

b. Wawancara yaitu komunikasi dengan informan untuk menggali keterangan informan mengenai strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview)* yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan

[16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi.* (Bandung : Alfabeta,2014) h,308

cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan. Metode yang digunakan yaitu berdasarkan pertanyaan yang sudah dibakukan. Dalam hal ini pewawancara mengajukan pertanyaan berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan atau dibakukan.

c. Dukumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mensistematiskan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami, supaya peneliti bisa menyajikan apa yang didapatkan pada informan. Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikan data yang terkumpul baik dari catatan lapangan gambar, foto atau

dokumen berupa laporan.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan merealisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan. Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data.[17]

a. Reduksi Data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.

[17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi.* (Bandung : Alfabeta,2014), h.334

b. Penyajian Data

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif dan bagan. dengan mendisplaykan data, maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.

c. Kesimpulan Atau Varifikasi Data

Dari data yang didapat oleh peneliti dilangan peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu kabur, tetapi lama kelamaan akan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru. Adapun teknik verifikasi yang di gunakan yaitu verifikasi sumber dan dokumen.

7. Sistematika Penulisan

BAB 1 Pendahuluan Yang Terdiri Dari: Latar Belakang Masalah Rumusan Masalah,Tinjaun Penelitian Kegunaan Penelitian Penelitian Terdahulu Metode Penelitian Jenis Penelitian Lokasi Dan Waktu Penelitian Fukos penelitian jenis Dan Sumber data Teknik pengumpulan data Tiknik Dan Analisis data.

BAB II Pengertian Srategi Pengertian Pemasaran Pengertian Strategi Pemasaran Indikator Strategi Pemasaran Pengertian Etika Bisnis Islam Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam Indikator Etika Bisnis Islam Persaingan Dalam Islam Pengertian Persaingan Persaingan Dalam Islam Indikator Usaha Dalam Ajaran Islam.

BAB III Gambaran umum objek Penelitian Profil Hotel Visi dan Misi Fasilitas Sarana Prasarana.

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan, bab ini berisikan uraian tentang temuan dari penelitian yang dilakukan mengenai strategi pemasaran Hotel Latansa

Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis di tinjau dari etika bisnis Islam.

BAB V Merupakan bab penutup, yang meliputi kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi Adalah Konsepsi kami tentang strategi adalah lebih sejalan dengan arti aslinya strategi berasal dari kata yunani *Strategos*, yang berati jenderal oleh kerna itu, kata strategi secara hara- fiah berati, seni para jendral, kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajeman puncak organisasi secara khusus , strategi adalah penempaan misi perusahan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.[18]

Mengapa penting untuk memahami

[18] A.steiner george, John B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen,(*.Jakarta : Erlangga 1997), h. 18

perkembangan manajemen strategi. Penulis berpendapat dengan memahami arah perkembangan manajemen strategi maka akan memudahkan untuk mengembangkan arti dan konsep strategi. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* atau *the art of general*. Umumnya strategi berkembang dari domain militer. Buku-buku militer umumnya menggunakan kata strategi sebagai upaya untuk menaklukan musuh. Setiap peneliti, akademisi, maupun praktisi mempunyai padangan serta arti yang berbeda tentang strategi. Untuk memahami arti strategi, penulis mengemukakan beberapa arti strategi:

1. Strategi sebagai cara untuk mencapai tujuan organisasi.

   Beberapa pendapat yang sesuai dengan arti ini misalnya pendapat *Thompson, Strickland, dan Gamble* (2006) yang menyatakan bahwa strategi perusahaan terdiri dari gerakan pesaing, pendekatan bisnis yang digunakan manajer untuk meningkatkan pertumbuhan, usaha untuk menarik dan memuaskan pelanggan, dan

mencapai target yang telah ditetapkan.

Markides (2004) menyatakan bahwa proses untuk mengembangkan strategi superior adalah bagian dari perencanaan, bagian dari trial dan error, sampai perusahaan mendapatkan tujuannya. *Mintzberg et al* (1998) menyatakan bahwa strategi adalah usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui seperangkat perencanaan yang telah disusun secara formal didefinisikan sebagai *competitive* domain dalam organisasi. Secara umum, strategi organisasi didefinisikan oleh pola-pola strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Minztberg *et al* (1998) menyatakan bahwa oleh *CEO*.

2. Strategi didefinisikan sebagai competitive domain dalam organisasi. Secara umum, strategi organisasi didefinisikan oleh pola-pola strategi yang dilakukan oleh perusahaan. *Minztberg et al* (1998) menyatakan bahwa strategi sebagai pola berarti strategi adalah perilaku yang konsisten dan mudah diprediksi

berdasarkan pola-pola yang telah dilakukan di masa lalu. Point yang ingin dikemukakan oleh *Minztberg et al (*1998) adalah setiap kali manajer atau *CEO* melakukan sebuah strategi yang relatif sama maka mereka dapat dikatakan melakukan strategi sebagai sebuah pola.

3. Strategi sebagai sifat yang koherent, integratif dan memandang organisasi sebagai satu kesatuan. *Glueck* (1976) dalam *Hax* dan *Majlux* (1988) menyatakan strategi adalah satu kesatuan, bersifat integratif dan komprehensif dalam pendesaianan dan perencanaan strategi agar tujuan organisasi tercapai. *Mintzberg et al* (1998) mengemukakan bahwa strategi merupakan usaha bersama dari berbagai departemen untuk mencapai tujuan jangka panjang, pendek maupun menengah perusahaan.
4. Strategi sebagai respon terhadap peluang dan ancaman eksternal, dan kekuatan dan kelemahan internal. Menurut pandangan ini strategi dipandang sebagai

usaha internal perusahaan dalam memandang kekuatan eksternal. *Design school Mintzberg et al* (1998) merupakan bentuk konkrit dari pandangan ini. Penciptaan strategi dihasilkan dari interaksi internal dan eksternal perusahaan, dan implementasi strategi berasal dari proses penciptaan ini. Konsep *Porter* (1980) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan menganalisis industri (eksternal) akan membantu perusahaan menganalisis pesaing.

Dengan memahami industri, maka perusahaan mampu merespon persaingan dengan menggunakan strategi generik yang sesuai. Konsep rantai nilai yang dikemukakan *Porter* (1985) merupakan cara internal perusahaan untuk mengoptimalkan kemampuannya untuk menghadapi persaingan. Analisis lima tekanan, pemilihan strategi generik dan penggunaan konsep rantai nilai akan membantu perusahaan menghadapi persaingan. Bila konsep *Porter* lebih statis, maka konsep Hamel dan Prahalad dapat pula digunakan.

Dengan memfokuskan pada kemampuan internal organisasi diharapkan organisasi mampu berkompetisi bukan hanya di pasar sekarang tetapi juga di pasar akan datang. *Ward* dan *Duray* (2000) menyatakan bahwa strategi dapat memediasi antara lingkungan dengan kemampuan operasi organisasi dalam proses penciptaan produk. Studi *Ward* dan *Duray* (2000) dilakukan pada industri manufaktur di Amerika Serikat. Hal penting dalam studi ini adalah konfirmasi model teori dengan hasil empirik. *Slevin dan Covin* (1997) memandang strategi sebagai upaya untuk mengantisipasi perubahan dengan cara mendayagunakan semua kemampuan perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai.

5. Strategi dipandang sebagai usaha untuk mencapai keunggulan kompetitif. Konsep *Porter* sangat tepat untuk pendekatan ini karena memandang strategi sebagai usaha mendapatkan keunggulan kompetitif. Sama halnya dengan pendapat *Thompson, Strickland,*

dan Gamble (2006). Hermann (2005) menyatakan strategi sebagai jawaban awal bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

6. Strategi sebagai sebuah pilihan perusahaan mempunyai banyak pilihan strategi untuk berkompetisi dengan pesaing. Setiap pilihan strategi mempunyai kelemahan dan kekurangannya misalnya pilihan untuk strategik generik mempunyai kelebihan dan kekurangannya. Perusahaan perlu memilih strategi yang sesuai dari berbagai pilihan staregi yang tersedia. Sehingga, strategi sebagai sebuah pilihan memandang bahwa organisasi mempunyai pilihan dalam eksekusi strateginya misalnya pilihan untuk menggunakan *emergent* atau *deliberate* strategi.
7. Strategi sebagai hasil pemikiran pendapat ini didukung oleh *Ohmae* (1982) yang menyatakan bahwa strategi organisasi terletak pada pemikiran pembuat strategi. *Ohmae* (1982) menyatakan bahwa strategi pertarungan bisnis bertujuan untuk membuat

kondisi yang sesuai dengan pemikiran strategist, terutama berkaitan dengan usaha menilai dan menganalisis pesaing. Asumsi yang mendasari adalah *strategic thinking. Ohmae* menambahkan perlunya strategist untuk memahami karakter-karakter perusahaan dan lingkungan secara jernih dan dengan kekampuan pikirnya membuat berbagai kemungkinan yang menguntungkan organisasi.[19]

Hasil pemikiran tersebut dalam bersifat *linier* dan *unlinier*. Strategi sebagai hasil pemikiran mempunyai arti bahwa setiap individu atau organisasi dapat memikirkan sendiri strategi yang sesuai dengan keadaan organisasi dan dirinya. dampak penting pendapat ini adalah strategi bersifat personal, artinya sesuai dengan pemikiran staregist. Dewasa ini strategi adalah istilah yang paling lazim untuk apa yang bisa di sebut kebijakan, tetapi tidak dapat kesepakatan tentang hal,itu beberapa penulis diwasa ini mengacu

[19] B.elnalt aldi, *Upaya generalisasi konsep manejemen strategik*, jurnal ilmu ekonomi & sosial, no. 2, 2015,h.68

pada apa yang kita sebut strategi induk sebagai kebijakan. Bagi kita kata-kata ini di gunakan dalam arti yang sama untuk keputusan yang terinci tersdapat perbidaan dalam arti bahwa di difinisika. Perbidaan ini diketengahkan dalam pengkajian strategi dan kebijakan yang lebih terinci berikut.

2. Jenis-Jenis Strategi

Tidak ada klasifikasi strategi yang di terima secara umum.penggolongan berikut ini di berikan untuk menjelaskan beberapa dimensi strategi:

a. Klarifikasi berdasarkan ruang lingkup seperti di sebut di atas,strategi dapat didifinisikan secara luas sebagaiman telah di lakukan dalam mendifinisikan strategi induk.

b. Strategi dapat di klarifikasi dalam hubunganya dalam tingkat organisasi di dalam sebuah perusahan yang terdiri atas sejumlah divisi, kita akan melihat sekurang kurangnya dua tingkat yaitu, strategi kantor pusat dan strategi devisi.

c. Strategi dapat di klarifikasikan berdasarkan apakah strategi itu berkaitan dengan sumber matrial atau bukan material.

d. Strategi dapat di kelompokan menurut tujuan dan atau fungsi.

e. Strategi pribadi menejer. Semakin tinggi tingkat menejer semakin penting artinya startegi ini bagi kehidupan organisasi.[20]

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan

[20] A.steiner george, John B. Miner, *kebijakan dan strategi manajemen,(*Jakarta : Erlangga 1997), h. 18

sekumpulan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan men-deliver nilai untuk pelangan, serta memanaje hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan. Tujuan ahkir dari bisnis pemasaran adalah membuat transaksi penjualan secara besar besaran. Saran ahkir dari bisnis pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan secara baik,tentang produk berupa barang atau jasa yang dapat sesuai dengan pelangan dan menjualnya. Idealnya bisnis pemasaran harus menghasilkan upaya agar para pelangan dapat siap untuk membeli. Agar seluruh yang di butuhkan pelanggan dapat di penuhui maka produk-produk yang di butuhkan pelangan kemudian harus dapat di jamin keseterdianya.[21]

Pada mulanya, kegiatan bisnis pemasaran berkembang kerna adanya kebutuhan manusia yang dapat di penuhui dengan usaha melalui pertukaran.

[21] Sofjan Assuari, *Manajemen bisnis pemasaran, (*Depok : PT Raja Grafindo 2018) ,h. 3

Perngertian yang luas tentang bisnis pemasaran adalah sebagai usaha untuk menciptakan dan menyerahakan atau men-deliver seuatu standar kehidupan. Rumusan lainya tentang bisnis pemasaran adalah sebagai kegiatan manusia yang di arahkan untuk memenuhi dan memuasakan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran dengan adanya peningkatan taraf hidup masyarakat , yang tercermin dalam kesejahteraan yang meningkat, menyebapkan anggota masyarakat ingin di layani dengan baik lagi di dalam memenuhui keinginan bagi pemenuhan kebutuuhan hidupnya.

Pemasaran merupakan suatu proses perencaan dan menjalankan, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan individu dan organisasi. Definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli tentang pemasaran antara lain:

1. Menurut *William J. Stanton*, pemasaran meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan

untuk merencanakan dan menentukan harga, sehingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.

2. Menurut *Philip Kotler* mendefinisikan pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.
3. Menurut *American Marketing Association* (AMA) pada tahun 1985 menyatakan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa dan ide dan dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan.Seperti diketahui bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang amat penting dalam operasional suatu bisnis. Tidak peduli apakah bisnis itu bergerak dalam sektor industri kecil, tingkat menengah, apalagi industri besar. Atau bisnis bergerak dalam bidang perdagangan besar,

perdagangan eceran, pertokoan, atau mungkin pula bisnis bergerak dalam bidang penjualan jasa, transportasi, penginapan, biro perjalanan, kegiatan rekreasi dan sebagainya, pemasaran menempati posisi utama.

4. Menurut Kasmir menjelaskan bahwa pengertian pemasaran seperti yang dikemukakan oleh ahli pemasaran dunia *Philips Kotler* adalah. suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.[22]

a. Jenis Pemasaran

Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan secara menguntungkan haruslah di pikirkan apa yang di pasarkan.

1. Jasa adalah kemajuan ekonomi, yaitu suatu proporsi pertumbuhan dari kegiatan manusia, yang difukoskan

[22] Nur fadilah, *Pengertian konsep strategi pemasaran syaria*, Journal.iaifa,ac ,id. Vulome 1, 2020

pada upaya menghasilkan jasa.

2. Events dimana pemasar mempromosikan barang atau jasa berdasarkan waktu atau time *based events, seperti artistic performance dan company anniversareis.*
3. Orang yang di pasarkan seperti bisnis pemasaran seleberiti yang sekarang merupakan suatu bisnis andalan.
4. *Plase* atau tempat seperti kota, negara wilayah, atau rigons, sering ditemui sebagai ekon di promosikan.
5. *Properties*, yang merupakan suatu hak yang tidak berwujud atau intangible rights dari kepemilikan atas *real, property, seperti real estate* atau financial *property*, seperti saham atau obligasi.
6. Organisasi, umunya secara bekerja untuk membangun suatu kekuatan, dan imej, keunikan di dalam pikiran publik sasaranya.
7. Informasi, yang merupakan uraian penjelas aktivitas organisasi yang mendasar dari suatu perusahan kepada pihak luar perusahan dan masyarkat.

8. Gagasan atau idea adalah suatu yang di tawarkan untuk mendapatkan manfaatnya, seperti gagasan untuk memakan makanan yang sehat.
9. Pemasar atau *marketer* adalah orang-orang yang mencari tanggapan atau perhatian dari pihak lain yaitu yang disebut *prospect*.
10. Menejer bisnis pemasaran adalah orang yang mencari upaya untuk mempengaruhi tingkat level, waktu dan komposisi permintaan, guna mencapai tujuan organisasi.[23]

C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian. Strategi pemasaran adalah sebuah sistem yang akan digunakan untuk mempromosikan produk baik

[23] Sofjan Assuari, *Manajemen bisnis pemasaran, (* Depok: PT Raja Grafindo Persada 2018), h. 6

barang atau jasa sehingga bisa mendapatkan nilai keuntungan yang lebih tinggi dari sebelumnya pengertian strategi pemasaran menurut para ahli:

a. *Kurs*

Strategi Pemasaran Merupakan Program Yang Menyeluruh Dari perusahaan dalam upaya menentukan target market serta untuk memuaskan konsumen

b. *Phili Kotler*

Strategi pemasaran adalah cara di mana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran

c. *Stanton*

Strategi pemasaran merupakan sebuah sistem dimana terdapat hubungan antara tujuan perencanaan dan penentuan harga dengan bagaimana mempromosikan serta menyalurkan atau mendistribusikan produk barang atau Jasa kepada konsumen.[24]

[24] Kevin lane keller, *Strategi Pemasaran,(* Jakarta : Preshallindo 2005)

Dari semua definisi tersebut bisa dibuat garis besar bahwa yg disebut dengan strategi pemasaran adalah sebuah sistem yang akan digunakan mempromosikan produk baik barang atau jasa sehingga bisa mendapatkan nilai untuk keuntungan yang lebih tinggi dari sebelumnya.

a. Teknik Pemasaran

Syakir Sula membagi taktik pemasaran dalam tiga segmen elemen taktik yaitu:[25]

1) Depresiasi.

Dalam strategi depresiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya dalam sejumlah dimensi tertentu yang secara umum dihargai pembeli. Perusahaan memilih atau beberapa atribut yang dipandang penting bagi pembeli dalam industri dan menempatkan diirinya secara unik untuk memenuhi kebutuhan ini. Karena posisi yang unik itu, perusahaan merasa layak untuk menetapkan harga

[25] Philip Kotler,*Manajemen Pemasaran,(*Yogyakarta : 1997), Andi, h. 31

premium (*premium prize*). Strategi ini menitik beratkan pada pembangunan persepsi pembeli, diantaranya kualitas citra, dan inovasi.

Sebuah perusahaan baik yang menghasilkan barang atau jasa, perlu mengidentifikasi produknya agar mencapai keuntungan kompetitif. depresiasi merupakan tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dan penawaran pesaingan.

Suatu perusahaan dapat membedakan produk yang ditawarkan dalam tiga dimensi: *content* (apa yang ditawarkan), *context* (bagaimana menawarkanya), dan infrastruktur (kemampuan untuk menawarkan). *Content* merupakan bagian terwujud dan juga merupakan apa yang aktual ditawarkan oleh perusahaan sesungguhnya ditawarkan kepada konsumen. *Context* merupakan bagian yang tidak terwujud yang berhubungan dengan upaya perusahaan untuk membantu konsumennya menerima produknya

secara berbeda (dibandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing). Dimensi terakhir adalah infrastruktur, terdiri dari teknologi atau orang yang mendukung depresiasi *content* dan *context.*[26]

b. Nilai Pemasaran

Ada lima strategi nilai secara umum antara lain.[27]

a. Suatu perusahaan dapat memilih untuk memberikan manfaat lebih kepada konsumen dengan biaya lebih sedikit dibandingkan dengan ditawarkan oleh pesaing.
b. Perusahaan dapat memberikan manfaat yang lebih sedikit dengan harga yang sedikit lebih murah (sedikit manfaat dan sedikit biaya).
c. Perusahaan memberikan manfaat yang lebih kepada konsumen dengan biaya kepada konsumen dengan biaya yang sama dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing, lebih dengan harga sama.
d. Perusahaan dapat memberikan manfaat yang sama

[26]. Muhammad Syakir Sula, Op.cit, h. 450

[27] Sofjan Assuari, *Manajemen bisnis pemasara, (* Depok : PT Raja Grafindo Persada 2018),h. 168

dengan biaya yang lebih murah.

e. Perusahaan dapat juga memilih untuk memberikan manfaat yang kurang dengan biaya yang lebih rendah.

D. Indikator Strategi pemasaran

a. Tjipto menyatkan terdapat faktor utama dalam Strategi pemasaran yaitu :

1. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun *ekplisit*) mengenai suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya.
2. Strategi perusahan sebagai alat *fund* mental yang di rencanakan untuk mencapai tujuan perusahan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang bersekesinambungan melalui pasar yang dimasukidan program pemasaran yang di gunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Menurut *Philip kothler* hasil penjualan produk dapat di pengaruhi oleh hal- hal yang sifat nya dapat di kontrol dan yang tidak dapat di kontrol perusahan. Oleh sebab itu perusahan diharapkan dapat menentukan strategi

pemasaran dan yang sangat penting adalah strategi yang terkait buaran pemasaran (*marketing mix*) yang di kenal dengan 4p yaitu: *product, price, promotion, and place, destributions.* Untuk lebih jelas *marketing mix* yang meliputi kualitas harga , promosi, dan distribusi akan di uraikan berikut ini:

1. Produk (*product*)

   Tjiptono bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk diperhatikan diminta dicari dibeli digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

2. Promosi (*promotion*)

   Tjiptono promosi adalah suatu bentuk komonikasi pemasaran tersebut adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi mempengaruhi membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahan dan produknya agar berusaha menerima, membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan

perusahan yang bersangkutan

3. Harga (*price*)

Basu dan Irawan memberikan difinisi mengenai harga sebagai berikut: harga adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut *kotler* harga (*price*) merupakan nilai suatu barang dan jasa yang di ukur dengan uang.

4. Distribusi *(place)*

Sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produknya terutama perusahannya yang memperoduksi barang dalam jumlah yang besar dan jarak antara produsen dengan konsumen jauh. Walaupun kualitas produk, harganya bisa bersaing dan di kenal tapi tidak di tunjang oleh *kontinuitas* dan kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut, maka hal itu dapat menurunkan jumlah penjualan. Istilah yang bisa

di dengar adalah jemput bola.[28]

E. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Pengertian etika istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Karena melibatkan kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.[29] Sering kali, istilah "etika" dan "moral" dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama.

---

[28] Mahathir Mohamad, *Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero* (makassar : 2014),h 15-22

[29] Erly juliyani, *Etika bisnis dalam persefektif islam*, No,1,2016 , h.64

Etika berasal dari bahasa latin "*etos*" yang berarti kebiasaan. Sinonimnya adalah moral, juga berasal dari bahasa yang sama "*mores*" yang berarti kebiasaan. Sedangkan bahasa arabnya akhlak bentuk jamak dari mufrodnya "khuluq" artinya budi pekerti. Keduanya bisa diartikan kebiasaan atau adat istiadat (*costum* atau *mores)*, yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik. Buchari Alma dalam bukunya kewirausahaan menjelaskan etika adalah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan seseorang. *Al-Ghazali* dalam bukunya Ihya Ulumuddin menjelaskan pengertian "*khuluq*" (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariah Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan suatu kebiasaan perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang dapat memunculkan sifat baik atau buruk, dan saling berhubungan antara yang satu dengan yang lain.

2. Pengertian Bisnis

Apa yang dimaksud dengan bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat dari asal katanya bisnis berasal dari bahasa inggris yang berarti: perusahaan, urusan atau usaha. 6 Dalam buku pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Hughes and Kapoor* menyatakan: *Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfysociety¨s needs. The general term business refers to all such effort within a society or within an industry*. Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam

industry. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka *entrepreneur* harus mengkombinasikan empat macam sumber, yaitu: material, *financial*, human, dan informasi.[30]

Istilah bisnis dalam Al-Quran yaitu al-tijarah dan dalam bahasa arab tijaraha, berawal dari kata dasar t-j-r, tajara, tajranwatijarata, yang bermakna berdagang atau berniaga. *Raghib al-Ashfahani Menurut ar- dalam al-mufradat fi gharib al-Quran, at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Quran, As Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.[31]

---

[30] Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung : Alfabeta 2010), h. 21
[31] Buchari Alma, *Pengantar…,* h. 21

Setiap aktifitas bisnis harus dilandasi dengan nilai-nilai ibadah yaitu dalam QS. Al-Baqarah (2) : (21-22)

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوْا رَبَّكُمُ الَّذِيْ خَلَقَكُمْ وَالَّذِيْنَ مِنْ قَبْلِكُمْ
لَعَلَّكُمْ تَتَّقُوْنَۙ الَّذِيْ جَعَلَ لَكُمُ الْاَرْضَ فِرَاشًا وَّالسَّمَاۤءَ بِنَاۤءً
ۖوَّاَنْزَلَ مِنَ السَّمَاۤءِ مَاۤءً فَاَخْرَجَ بِهٖ مِنَ الثَّمَرٰتِ رِزْقًا
لَّكُمْ ۚ فَلَا تَجْعَلُوْا لِلّٰهِ اَنْدَادًا وَّاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya : "Hai manusia, sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakanmu dan orang-orang yang sebelummu, agar kamu bertakwa. Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan *itu segala buah-buahan sebagai rezki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, padahal kamu mengetahui."*[32]

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang membuat, menghasilkan dan menjual barang dan jasa ke *konsumen* untuk memenuhi kebutuhan.

3. Etika Bisnis Islam

[32] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemah*, (Jakarta: Sygma Grafika, 2007), h. 4

Dalam buku etika bisnis karangan Prof. Dr. H.Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yag harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan,

termasuk dalam bisnis.[33] Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kajayaan, kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung.

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis islami, dijelaskan sebagai berikut :

a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Dan caranya biasanya

[33] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2009), h. 72

dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.

c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang ber etika harus benar benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah

5. Indikator Etika Bisnis Islam

Indikator Etika bisnis islam maka penulis menggunakan empat indikator etika bisnis islam yaitu keadilan, kehendak, bebas, tanggung jawap, dan kebenaran:

1. Keadilan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas didunia kerja bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada

pihak yang tidak di sukai. Pengertian adil dalam islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial hak alam semesta dan hak allah dan rasul-nya berlaku sebagai *stake holder* dari prilaku yang adil seseorang. Semuah hak –hak tersebut harus di tempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman.

2. Kehendak bebas (*free will*)

   Konsep islam dalam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan aktip dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efiktif. Kebebasan merupakan bagian penting dalam menilai etika bisnis islam,tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektip. Kepentingan individu dibuka lebar tidak adanya batasan pandangan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktip bekarya dan bekerja segala potensi yang di milikinya.

3. Tanggung Jawap *(Responsibility)*

Aksioma tanggung jawap individu bagian mendasar dalam ajaran-ajaran islam. Terutama jika di kaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawap individu ini berati setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tanggung jawap muslim yang sempurna ini tentu saja di dasarkan atas cakupan keebebasan yang luas, yang di mulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berahkir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu di ambilnya.

4. Kebenaran

Prinsip ini di samping memberi pengertian benar lawan dari salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yang bertentangan dengan seluruh ajaran islam. Dalam konteks bisnis kebenaran di maksudkan sebagai niat, sikap dan prilaku yang benar

dan jauh dari kesan salah.[34]

F. Persaingan Dalam Islam

1. Pengertian Persaingan

Seiring dengan adanya perebutan di antara para pengusaha dalam memperbutkan pengaruhnya kepada konsumen maka akan timbul persaingan. Semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk atau bisnis tertentu akan semakin mempertinggi atau mempertajam tingkat persaingan yang akan terjadi sebaiknya apabila sedikit jumlah pengusaha yang bersaing tentu saja akan memperpanjang taraf persainganya. Diinginkan oleh konsumen, bangsa pasar, pringkat survei, atau sumber daya yang di butuhkan sehingga bisa di katakan dengan persaingan bisnis.[35]

Dalam mengenal bisnis kita perlu memahami difinisi bisnis itu sendiri,oleh sebab itu penting untuk diketahui apa yang dimaksud dengan bisnis tersebut. bisnis adalah suatu

---

[34] Tika Dwi Aryanti, *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Laguna Samudra Kuar Di tinjau Dari Etika Bisnis Islam, 2020, h 23-25*

[35] Putri wita Stafhani, *Persaingan Usaha Dalam Persepktip Etika Bisnis Islam*,(Lampung: 2019),h 16-18

organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainya, untuk mendapatkan laba. Dalam arti luas bisnis adalah istilah umum yang mengambarkan semuah aktivitas dan istitusi yang memperoduksi barang jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Berikut difinisi bisnis menurut para ahli:

Menurut sukiner sebagaimana di kuti oleh *francis* tantri bisnis merupakan sebagian pertukaran barang, jasa maupun uang yang saling menguntungkan satu sama lain antara pengusaha dan konsumen nya serta dapat memberikan manfaat.

Menurut Raymond E, Glos et.al. sebagaimana dikutip oleh *francis* tantri, bahwa bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang organisasi nya oleh banyak orang bergerak dalam dalam bidang perdagangan, menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar ekonomi serta kualitas hidup mereka.

Berdasarkan kutipan di atas dapat di pahami bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang

maupun lebih yang terorganisasi dalam mencari keuntungan melalui penyedian produk yang di butuhkan oleh konsumen. Persaingan bisnis dapat disebapkan oleh kesalahan strategi yang mana kesalahan tersebut agar dapat di pelajari dan di manfaatkan oleh pelaku bisnis lainya sebagai peluang yang mampu mencari perhatian konsumen. Akan tetapi, di luar itu semuah persaingan menjadi hal yang wajar dalam dunia bisnis dan pelaku bisnis pun sudah sadar penuh akan resiko tersebut.untuk itu, tidak heran jika sudah sewajarnya pelaku bisnis mengerti ,memahami, dan menyusun strategi dengan hati-hati serta bijak. Dengan demikian, persaingan bisnis dapat diartikan sebagai seuatu kegiatan bersama atau bertanding diantaranya perusahana atau pembisnis yang satu dengan pengusah atau pembisnis yang lain di dalam memenangkan pangsa pasar dan mencari keuntungan, dalam upaya melakukan menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang di terapkan.

2. Indikator Persaingan Dalam Islam

Dalam semuah hubungan, kepercayaan adalah unsur dasar. Kepercayaan di ciptakan dari kejujuran.kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari krakter untuk dicapai di dalam binsis, keluarga, atau di manapun gelanggang tempat orang –orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Selagi kita muda di ajarkan di dalam tiap-tiap kasus ada kebijakan atau hikmah yang terbaik. Kebanyakan dari kita di dalam bisnis mempunyai satu misi yang terkait dengan rencana-rencana. Kita misi yang kita kembangkan sepanjang perjanjian-perjanjian para pemberi kerja tergantung pada karyawanya, para pelanggan tergantung pada pihak terdahulu dan ini akan berlangsung secara terus menerus. Oleh kerna itu kita menemukan bahwa bisnis yang berhasil dalam masa yang panjang akan cendrung untuk membangun semuah hubungan atas mutu, kejujuran dan berentraksi dengan orang- orang yang jujur dalam melaksanakan strategi bisnis.

1. Melakukan persaingan yang sehat

Baik dalam bentuk tidak di perbolehkan menawar

barang yang sedang di tawar oleh orang lain tidak diperbolehkan membeli barang pedagang yang dari kampung yang belum yang belum tau harga pasar, tidak diperbolehkan pura-pura menawar barang dengan harga tinggi untuk melabui pembeli yang lain.

2. Kejujuran

Sebagian dari makna kejujuran adalah seseorang pengusaha senantiasa berbuka dan transfaran dalam jual belinya.dan dengan bersikap jujur binis menjadi berkembang,kerna itu jujur menjadi daya dorong yang sangat kuat bagi para pelaku bisnis untuk meraih ke suksesan dan keuntungan .banyak sekali orang yang berhasil dalam dunia bisnis kerna sifat jujur yang merika meliki.

3. Berprilaku Baik Dan Simpatik

Sifat inilah yang harus di terapkan dalam berbisnis, sekalipun kepada orang miskin kaum muslimin di tuntut untuk berprilaku manis dan darmawan, jika tidak mampu paling tidak berprilaku dengan kata –kata yang baik daan

sopan dalam pergaulan, kaitanya dengan darmawan tentunya tidak lepas dari penurunan hati. Terkadang setelah mendapatkan kesetian pelanggan, hal itu cendrung di gunakan untuk di mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Kalau kita lihat dari praktek nabi sendiri, beliau selalu menjaga diri dari sikap pembohong dan pemenfatan konsumen, selain itu juga mementingkan pada peningkatan hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya.

4. Keterbukaan

Pada sekarang ini ketika manusia yang satu dengan manusia yang lain sulit sekali saling percaya dalam masalah berkiatan dengan keungan, maka setiap usaha yang ingin menjalin kerjasama di tuntut untuk terbuka. Terbuka dalam arti bahwa memiliki laporan keungan yang jelas atas usaha yang di miliki dimana laporan keungan tersebut bisa di audit oleh pihak terikat.

5. Keadilan

Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau

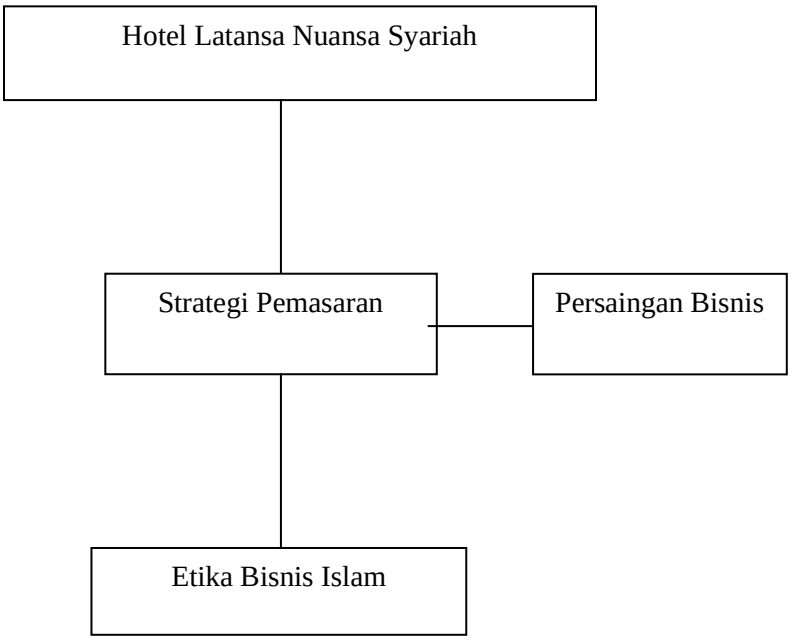
mengurangi berat timbangan dalam jual beli. bisnis secara adil adalah wajip hukumnya bahkan ini juga termasuk di antara nilai-nilai yang telah di tetapkan oleh islam dalam segala asfek ekonomi islam begitu pula sebaliknya.Allah melarang berbuat kezaliman dan mengandung penipuan serta, jual beli yang di lakukan dengan pemaksaan.[36]

[36] Abdul latif , *Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam*, (jawa timur: Vol,3, No.2 2017), h,163-165

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Hotel Latansa Nuansa Syariah kota Bengkulu melakukan strategi pemasarannya dalam menghadapi persaingan bisnis jika dilihat dari etika bisnis Islam. berdasarkan pada analisis diatas, maka kerangka konsep penelitian ini ditunjukan pada gambar 1.1, yaitu :

Gambar 1.1. Kerangka Konseptual



BAB III

GAMBARAN UMUM

HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH

A. Sejarah Hotel Latansa

Ketika pertama kali di oprasionalkan pada awal tahun 2012, awalnya berupa rumah kos *Exlusive*, yang menawarkan paket kos harian, mingguan dan bulanan. Seiring berjalannya waktu rumah kos yang berjumlah delapan kamar ketika itu, mulai di datangi penyewa, tetapi *persentrase* 50% dari jumlah kamar yang ada ketika itu sering disewa harian. Berawal dari sinilah pada pertengahan tahun 2012 muncul inisiatif *owner* untuk mendirikan hunian *public* berupa hotel.

Kemudian pada awal 2013, tepatnya pada tanggal 1 januari 2013 hotel ini resmi beroprasi dengan berbagai izin oprasionalnya. Mempertimbangkan angapan masyarakat bahwa hotel merupakan salah satu tempat berbuat kemaksiatan atau pula asusila, maka *owner* berkesimpulan untuk mendirikan hotel yang mengandung *unsure* nuansah

syariah yang kemudian hotel tersebut di berinama Hotel Latansa Nuansa Syariah. Nama latansa berasal dari bahasa arap yang berati “ jangan lupa’’,[37] pernah mengenyam pendidikan di Pondok Pesantren Darusalam Gontor tersebut.

Nama latansa tersebut pula di pergunakan bagi para alumni dalam dunia wira usaha. Adapun menejemen pengelolahan hotel ini mulai di disinergikan dengan nilai-nilai syariah walaupun belum sepenuhnya mencakup seluruh aspek perusahan. Adapun maksud dan tujuan adalah mewujudkan dunia usaha yang berlandaskan nilai – nilai syariah dan turut serta mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Provinsi Bengkulu.[38]

B. Visi Dan Misi Hotel Latansa

Visi Hotel latansa nuansah Syariah : menjadi pelapor hunian publik yang berlandaskan nilai-nilai syariah di Provinsi Bengkulu. Misi Hotel Latansa Nuansah Syariah

---

[37] Suharno,selaku menejer Hotel wawancara ,tanggal 15 Desember 2021

[38] Suharno, selaku menejer Hotel wawancara,tanggal 15 Desember 2021

:

1. Menawarkan ekomodasi hunian dengan nuansa syariah.
2. Memberikan pelayanan kepada tamu dengan sopan, ramah dan ikhlas.
3. Menciptkan keamana dan kenyawaman bagi tamu dengan penuh amanah.
4. Menciptakan *etos* kerja yang di namis berdasarkan prinsip jujur,ulet, dan sabar
5. Mensinergikan aspek perusahan dengan nilai-nilai syariah.
6. *Motto* Hotel Latansa Nuansah Syariah : ‘’meraih berkah syariah’’

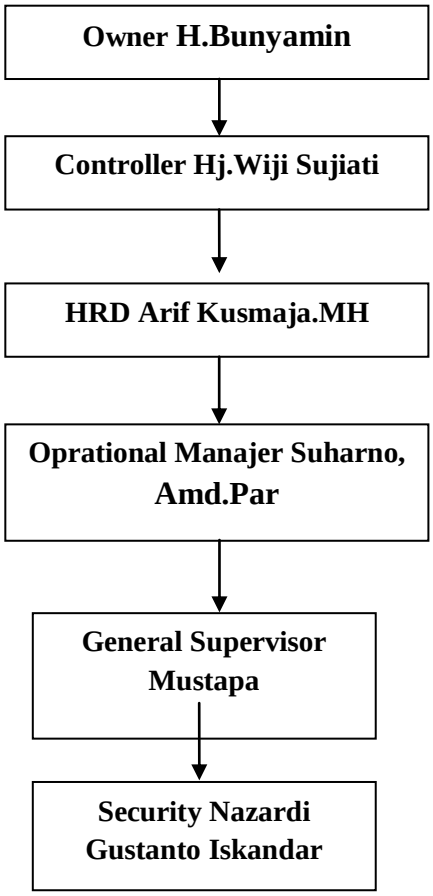
C. Maksud dan Tujuan:

Mewujudkan dunia usaha yang berlandaskan nilai-nilai syariah dan turut serta mendukung pertumbuhan ekonomi syriah di Provinsi Bengkulu.

D. Struktur Oprasional Hotel Lastansa

Gambar 2.2

Struktur Organisasi Hotel Latansa



Sumber : *Struktur Hotel Latansa Tahun 2021*

E. Fasilitas Dan Kelas Kamar Hotel Latansa Nuansa Syariah

Fasilitas yang ada di Hotel Latansa Nuansa Syariah adalah:

1. Musholla
2. Area Parkiran yang luas
3. *Free Hospot*
4. *Laundry and Dry Cleaning*
5. Kamar Full Ac
6. Tv LCD warna
7. Telepon
8. Kamar mandi pakai *shower* air panas air dingin
9. *Free Break* Fast untuk segala tipe kamar

Tabel 2.3
Room Rate Hotel Latansa

No	Jenis kamar	Harga
1	*Deluxe Room*	Rp.500.000
2	*Supervaisor*	Rp. 275.000
3	*Standar Room*	Rp. 320.000
4	*Economy Room*	Rp.200.000
5	*Ekstra Bed*	Rp.85.000

Sumber :Brosur Room Rate Hotel Latansa Tahun 2021

F. Prinsip dan Kriteria Hotel Latansa Nuansa Syariah

Prinsip dan Kriteria yang di tetapkan Hotel Latana Nuansa Syariah :

1. Karyawati yang bekerja disana menggunakan pakaian tertutup dan berjilbab.
2. Untuk *Shif* kerja malam di kerjakan oleh kariyawan (laki-laki).
3. Setiap ada tamu yang menginap satu kamar laki-laki dan perempuan harus menunjukan Buku nikah.
4. Tamu yang berkunjung hanya diperbolehkan mengobrol di ruangan tamu, di dalam kamar tamu pukul 23:00 wib tamu Kunjungan tidak diperkenankan lagi bertemu.
5. Tidak menerima tamu *short time*, minimal 1 malam menginap[39]

[39] Deki putrado, Selaku Kariyawan Hotel, wawancara tanggal 14 Desember 2021

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang di terapkan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis

Faktor lainya yang cukup berpengaruh dalam memberikan dampak pada keputusan dalam pembelian seoarang konsumen yakni kelengkapan dari sebuah produk. Banyak nya produk yang di berikan dan keragaman macam dari sebuah produk yang di tawarkan dan di berikan akan dapat serta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pengunjung.

a) Kelengkapan Produk

Sebagaimana yang di jelaskan oleh bapak Suharno selaku menejer Hotel dan Staf/karyawan mengenai

Kelengkapan produk yang ada di hotel Latansa adalah sebagai berikut:

> “ Kalau kelengkapan produk yang ada di Hotel Latansa ini kami menyedikan ada kamar, aula dan masjid dan (ruang rapat) dengan kapasitas 55 orang, terdapat 43 kamar hunian serta Mushola dan area parkir yang luas’’.[40]
>
> “Produk yang ada di Hotel Latansa kami menyedikan berupa kamar sama ruang pertemuan aula atau *metting Room* adapun kelengkapan di dalam kamar berupa handuk kamar mandi dan peri sarapapan pagi kalau untuk kelengkapan aula dan sebagainya ada san sestem air minum kalau untuk di luar seperti *cooffe* break dan makan itu ada paket nya tersendiri’’.[41]

Berdasarkan Hasil wawancara di atas, maka penulis simpulkan bahwa kelengkapan produk di penginapan Hotel Latansa Nuansa Syariah masih terbilang kurang lengkap atau belum optimal. Hal ini di bukti dari

[40] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 14 Desember 2021

[41] Wawancara Nazardi Gustanto selaku Staff/Kariyawan Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 14 Desember 2021

penjelasan maneger, staf/karyawan Hotel Latansa Nuansa Syariah yang menyatakan bahwa kelengkapan produk di Hotel Latansa Nuansa Syariah masih terbilang kurang lengkap. Dengan kelengkapan produk fasilitas layanan hotel yang ada di Hotel Latansa maka di harapkan memberikan kepuasan kepada pengunjung dan konsumen.

b) Promosi

Promosi merupakan selah satu kegiatan pemasaran yang perlu di perhatikan oleh perusahan untuk memasarkan barang atau jasa yang di hasilkan. Promosi adalah komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Promosi merupakan kegiatan yang di tunjukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pedapat merika atau memperoleh salah satu respon. Seorang maneger dalam menjalankan

perusahanya harus menetukan peranan promosi dalam buaran pemasaran yang tepat dan dan sesuai dengan keadaan perusahan.

Sebagaimana yang di jelaskan oleh bapak Suharno selaku menejer hotel dan Staf/karyawan mengenai promosi Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota bengkulu sebagai berikut :

> "Kami melakukan promosi melalui media online kerena sekarang zaman digital jadi kami melakukan promosi melalui media online melalui *facebook, instagram* melalui surat kabar harian dan kita juga bergerak di bidang istansi atau perusahan-perusahan yang kita anggap atau yang bukan kita angap sekalipun sebenarnya atau tidak ponsel sekalipun tetap kita datangi itu cara kami mempromosikan''.[42]
>
> " Kalau usaha kita dalam mempromosikan produk mungkin melalui media sosial karena kebanyakan melakukan promosi melalui media sosial seperti *Facebook instgaram* dan aplikasi *traveloka* dan lain sebagainya lah tapi kebanyakan tamu-tamu kita

[42] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 15 Desember 2021

tamu yang udah langgana semuah yang datang di hotel ini sebenarnya kalau tahap promosi kita tidak promosi lagi sebenarnya kerena hotel sudah lumayan lama berdiri 8 tahunan lah tapi kerena mengikuti zaman jadi kita melakukan promosi melalui media online''.[43]

Berdasarkan Hasil wawancara diatas penulis simpulkan bahwa Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu berdasarkan fakta yang ada dalam melakukan Promosi banyak melalui media online seperti *facebook instagram* aplikasi *traveloka* sebagai alat untuk menarik minat konsumen.

c) Harga

Dalam berbagai, usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari berbagai hal seperti *deregulasi*, persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat berpengaruh posisi dan kenerja

[43] Wawancara dengan Analisa selaku Staff/kariyawan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu 15 Desember 2021

keungan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen takkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang di tawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Apabila yang di inginkan oleh konsumen adalah barang dan jasa dengan kualitas atau mutu yang baik, maka tentunya harga barang tersebut adalah mahal. Sebaliknya apabila yang di inginkan konsumen adalah barang barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut adalah tidak terlalu mahal.

Sebagaimana yang di jelaskan oleh bapak suharno selaku menejer dan suverpaisor Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu mengenai Harga sebagai berikut:

> “ Kalau penetapan harga di manapun setiap Hotel setiap barang dan jasa sudah pasti ada penetapan harga nya misal harga kamar nanti ada bisa lihat di sendiri *browser* nya yang sudah kami sedikan di situ kita bisa melihat harga kamar permalam berapa harga aula perhari berapa tujuan dan fungsi kami dalam menetapkan harga karena untuk

mempermudah konsumen untuk bisa mengetahui harga kamar ini berapa harga aula berapa begitu kami dalam menetapkan harga kepada konsumen''.[44]

" Kalau untuk penetapan harga itu tergantung fasilitas kelas kelas kamar dan ada tipe tipe tertentu untuk jenis kamar misalnya untuk kamar yang ber Ac dengan harga Rp. 250.000 dan non Ac itu kami menetapkan harga Rp. 200.000 tujuan kami dalam menetapkan harga karena kita kan berdagang katakanlah berdagang jasa itu harus ada bandrol harganya biar konsumen tau kalau kita tidak menetapkan harga bagaimana kita menawarkanya kepada konsumen kalau tidak ada penetapan harga begitu.''.[45]

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka penulis simpulkan bahwa penetapan harga yang di lakukan di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menetapkan harga kepada konsumen itu sudah memenuhi kreteria perhotelan bernuansa syariah baik segi fasilitas dan segi pelayanan.

---

[44] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 16 Desember 2021

[45] Wawancara dengan bapak Mustopa selaku suverpaisor Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu 16 Desember 2021

d) Distribusi

Suatu proses yang menunjukan penyaluran barang yang di buat dari konsumen. Distribusi berasal dari bahasa inggris yakni *distributions* yang berati penyaluran. Sedangkan kata dasarnya yaitu *distribute* yang berati membagikan, menyalurkan, menyebarkan dan mendistribusikan.

Distribusi suatu perangkat hubungan sosial untuk mengalokasikan barang dan jasa yang di hasilkan. Distribusi juga menunjuk suatu proses alokasi dari produksi barang dan jasa sampai ke tangan konsumen atau proses konsumsi.

Sebagaimana dijelaskan oleh bapak Suharno selaku menejer dan staf/karyawan Hotel Latansa Nuansa Syariah mengenai Distribusi, yakni sebagai berikut:

> “ Kalau untuk jasa kami dalam memasarkan produk itu kami masih menggunakan media media sosial sama hal nya seperti via instagram *facebook* karena zaman sekarang udah zaman canggih jadi kami dalam melakukan memasarkan jasa bisa melalui

telegram, *traveloka*, *whatsapp*, surat kabar harian dan lain sebagainya kalau untuk daya bersaingnya Hotel sekarang itu sendiri masih terbilang ketat karena kan kita masih termasuk kota kecil memang kita jualnya itu yang syariah nya itu jadi kerna kita berbasis syariah jadi yang orang orang yang datang itu kebanyakan sudah bersetatus berkeluarga dan merika lebih memilih hotel berbasis syariah ,, .[46]:

"Kalau untuk pemasaran kita masih melakukan lewat media sosial seperti *fecebook instagram traveloka* kalau untuk segi teknik kita nggak ada teknik teknik tersendiri cuman kita ada bergabung seperti aplikasi traveloka tamu tamu kita kebanyakan memang udah tamu tamu langganan.[47]

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu berdasarkan fakta yang ada dalam masih melakukan Promosi banyak melalui media online seperti *fecebook instagram* aplikasi *traveloka* sebagai alat untuk melakukan pemasaran dalam memperlancar barang dan

[46] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 16 Desember 2021

[47] Wawancara dengan Deki putrado selaku Staff/kariyawan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu 16 Desember 2021

jasa kepada konsumen.

2. Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah ditinjau dari Etika Bisnis Islam

a) Keadilan

Keadilan pada hakikatnya adalah memperlakukan seseorang atau pihak lain sesuai dengan dan kewajibannya. Yang menjadi hak setiap orang adalah di akui dan di perlakukan sesuai dengan harkat dan martabatnya yang sama derajatnya yang sama hak dan kewajipanya sebagaimana di jelaskan bapak Suharno selaku menejer hotel dan staf/karyawan penelitian berikut :

> “ Keadilan yang kami lakukan disini yakni, dengan sistem pelayanan yang samarata semuah kepada tamu yang menginap tidak ada perbedaan sama sekali semuah tamu adalah sama kami tidak membeda bedakan tamu yang sudah langgan atau tamu pertama kali pertama kali menginap di Hotel Latansa ini semuah tamu yang menginap kami layanani dengan baik dan dengan senyaman

mungkin''.[48]

"Kalau kita biacara pilih kasih kami tidak ada pilih kasih pokonya kami semuah tamu yang menginap hotel ini kami servis dengan memuaskan itu intinya pokoknya tamu yang menginap kami layani dengan sebaik dan sebaik mungkin.''.[49]

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan Keadilan yang ada di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu tidak ada unsur kecurangan dalam memberi pelayanan kepada setiap tamu yang ingin menginap dan pihak hotel tidak membeda bedakan tamu yang ingin menginap Di Hotel Latansa Nuansa Syariah semuah tamu di layani dengan baik dan dengan senyaman mungkin.

b) Kehendak Bebas

Kehendak Bebas adalah kemampuan untuk memilih di antara berbagai rencana tindakan berbeda yang memungkinkan. Hal ini terkait erat dengan dengan konsep

[48] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 17 Desember 2021

[49] Wawancara dengan Kesa Renaldi selaku Staff/kariyawan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu 17 Desember 2021

tanggung jawab, pujian, kesalahan, dosa, dan penilaian penilaian yang berlaku pada tindakan – tindakan yang di pilih secara bebas. Selain itu juga berhubungan dengan konsep nasihat, persuasi, pertimbangan, dan larangan. Biasanya hanya tindakan- tindakan yang di kehendaki secara bebas yang di pandang layak untuk di benarkan atau di persalahkan. Terdapat banyak kekhawatiran berbeda terkait ancaman-ancaman terhadap kemungkinan adanya kehendak bebas, bervariasi berdasarkan bagaimana sebenarnya pemahaman akal.

Seperti yang di jelasakan bapak Suharno selaku menejer hotel dan staf/karyawan yakni, sebagai berikut:

> "Kami menjaga pelayanan ke tamu sebaik mungkin dengan menjaga pelayan ke tamu sebaik mungkin mangka pasti suatu saat tamu balik lagi dan merika pasti bisa cerita ke teman-teman kerjanya atau sanak saudaranya masalah pelayanan yang sudah kami berikan dan juga untuk fasilitas sudah pasti kami tingkatkan lagi dan untuk marketing pemasaran itu

lebih baik kami segera tingkatkan lagi''.[50]

"Untuk persaingan usaha kita nggak terlalu bersaing sebenarnya kalau udah rezeki masih akan tetap rezeki dan kami selaku Staf/karyawan Hotel harus memberikan pelayanan ke tamu dengan sebaik baik mungkin dan juga tindakan kami sekarang kita berlomba lomba untuk meningkatankan mutu dan pelayanan Hotel itu sendiri dan meningkatan pelayanan ke pada tamu Hotel itu tindakan kami sekarang yang kami lakukan''.[51]

Berdasarkan hasil penelitian wawancara di atas maka dapat kita simpulkan bahwa tindakan yang di lakukan oleh Pihak Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam mengahadapi persaingan usaha yakni dengan menjaga pelayan yang di berikan kepada pengunjung dengan sebaik mungkin agar tamu merasa nyaman menginap di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu.

[50] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 18 Desember 2021

[51] Wawancara dengan Deki putrado selaku Staf/karyawan Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 18 Desember 2021

c) Tanggung Jawab

Tanggung jawab adalah kesadaran seseorang akan kewajipan untuk menanggung segala akibat dari sesuatu yang telah di perbuatnya. Seperti yang di sampaikan oleh bapak Suharno selaku menejer hotel dan suvervaisor yakni, sebagai berikut :

> “ Tangung jawab itu seratus persen kami lakukan kerna sekarang orang menginap di Hotel itu butuh kenyaman dan keamanan itu yang kami lakukan jadi untuk tanggung jawab itu maksimal kamu lakukan itu seratus persen’’.[52]
>
> “ Kalau bicara tanggung jawab kami semuah disini bertanggung jawab untuk menjaga keamanan tamu yang menginap disini supaya merika merasa nyaman dan betah dalam menginap dan berikutnya merika akan kembali lagi menginap di hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu’’.[53]

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis simpulkan bahwa tanggung jawab yang ada pada Hotel

[52] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 18 Desember 2021

[53] Wawancara dengan bapak Mustofa selaku Suverpaisor Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 19 Desember 2021

Latasa Nuansa Syariah Kota bengkulu benar benar adanya seratus persen dilakukan pihak Hotel dan pihak Hotel bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan ke amanan tamu yang menginap dan supaya tamu betah menginap di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu.

d) Kebenaran

Kebenaran adalah suatu nilai utama dalam kehidupan sebagai nilai-nilai yang menjadi fungsi rohani manusia. Artinya sifat manusiawi atau martabat ke manusian selalu berusaha memeluk suatu kebenaran berbicara tentang kebenaran ilmiah tidak bisa di gunakan dan di manfaatkan oleh manusia. Disamping itu proses untuk mendapatkannya haruslah melalui tahap tahap metode ilmiah. Seperti yang di sampaikan oleh bapak Suharno selaku menejer hotel dan staf/karyawan yakni, sebagai berikut:

> "Sikap dan prilaku kami berikan adalah dengan sebaik mungkin sebenarnya gini semuah hotel pasti melakukan hal yang sama kepada konsumen hotel harus melayani tamu dengan baik sikap prilaku

yang baik rama tama, prilakunya juga sopan santun''.[54]

" Kalau biacara sikap kami harus ramah harus sopan santun itu yang kami lakukan kalau untuk perlakuan ter khusus itu tidak ada yang penting itu kita harus ramah kepada tamu yang menginap begitu''. [55]

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis simpulkan bahwa kebenaran yang ada di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu bahwa sikap dan prilaku pihak hotel Berikan kepada tamu iyalah dengan mempunyai sikap sopan santun rama tama kepada tamu dan berprilaku baik agar tamu merasa nyaman dalam menginap.

[54] Wawancara dengan bapak Suharno selaku Manager Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 21 Desember 2021

[55] Wawancara dengan Analisa selaku Staff/Kariyawan Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu 21 Desember 2021

B. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuasa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan bisnis

Hotel merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi, maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel. Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah[56]

Peningkatan mutu fasilitas dan pelayanan dan juga merupakan perhatian yang tidak kalah penting dalam memasarkan sebuah produk di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu, kerna kualitas produk dan pelayanan yang menjadi perhatian penting yang akan

[56] Hery krestanto, *Strategi dan Usaha Reservasi untuk Meningkatkan Tingkat Hunian di Grand Orchid Hote yogyakarta, (2019)* ,vulome 17

menjadi pertimbangan para konsumen memakai Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu. Mutu adalah moto utama yang harus dijaga dan di tingkatkan secara terus menerus, sehingga nantinya dapat berjalan seimbang dengan perkembangan zaman. Di antaranya peningkatan mutu yang di lakukan meningkatkan mutu fasilitas, pelayanan meningkatkan SDM Staf/karyawan dengan pembinaan dan pelatihan. Hotel Latansas Nuansa Syariah tetap menjaga Kualitas mutu dengan berenovasi dalam fasilitas dan pelayanan.

Fasilitas hotel selain menyediakan tempat penginapan, makanm dan minum, hotel juga menyediakan fasilitas tempat untuk pertemuan misalnya mengadakan training, seminar, dan lain-lain. Ketika mengadakan even seperti seminar, training dan lain-lain,hotel merupakan tempat yang sangat di butuhkan demi lancarnya acara tersebut. Kerna dengan mengadakan acara tersebut di hotel,maka semuah fasilitas yang di perlukan selama acara berlangsung sudah di sediakan oleh pihak hotel, seperti

makan, minum, snack, alat untuk persentasi, dan lain-lain.

a. Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk dalam istilah pemasaran marketing adalah bentuk fisik barang yang di tawarkan dengan citra *image* dan jasa *service* yang di gunakan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.[57] Kelengkapan produk merupakan tersedianya semuah jenis produk yang di tawarkan untuk di miliki, di pakai atau di konsumsi, luas dan kualitas keragaman barang sering merupakan determin dalam pemilihan toko.[58]

Berdasarkan hasil penelitian kelengkapan produk yang ada di penginapan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu adalah antara lain yakni : Ada kamar aula (ruang rapat) dengan kapasitas 55 orang, terdapat 43 kamar hunian serta mushola dan area parkir yang luas. Hotel dapat di katakan lengkap jika hotel tersebut menyedikan beberapa Kelengkapan produk seperti :

---

[57] Philip Kotler dan Kevin Lne Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Erlangga,2012), h83

[58] James Roger,dan Paul, *Prilaku Konsumen* Jilid 2, Edisi Keenam, (Binapura Aksara Jakarta 19950,h.258

kamar tidur, ruang untuk makan atau minum, *lobby* yang nyaman toilet dan kamar mandi, tempat untuk bersantai seperti kolam renang atau taman. Apabila tidak memenuhi kratria tersebut maka belum bisa di katakan hotel belum bisa di katagorikan lengkap atau belum optimal.

Dari teori dan fakta yang ada maka dapat di simpulkan bahwa kelengkapan produk di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu masih terbilang kurang atau belum optimal. Hal tersebut juga di buktikan dari penjelasan maneger, staf/karyawan, ataupun suverpaisor hotel. Seharusnya pada hotel atau penginapan di lengakapi dengan kelengkapan produk untuk menunjang fasilitas layanan hotel, dengan tujuan agar pengunjung atau konsumen dapat puas dalam menggunakan jasa layanan hotel.

b. Promosi

Persaingan bisnis saat ini semakin kompetitif, untuk

perusahan berusaha memaksimalkan kenerja dan strategi terhadap promosi pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahan. Optimalisasi di tawarkan. Selain menarik minat konsumen, strategi promosi yanng dapat membuat produksi yang di tawarkan mampu bersaing dengan kompetitip dibidangnya.[59]

Promosi yang di lakukan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu antara lain: melalui media online seperti melalui *facebook* , *instagram*, melalui surat kabar harian dan juga bergerak di bidang instansi atau perusahan- perusahan atau juga melalui aplikasi *teraveloka*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat di simpulkan bahwa Promosi yang di lakukan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu banyak melakukan promosi kepada konsumen yaitu banyak di lakukan melalui media sosial.

[59] Harlin le, S.G, S *Moniharapon, Penerapan Strategi Promosi pada pemasaran produk federal parts Cv.Kanaka Jaya Manado* Vol.3 No2 (2015), h,650-659

c. Harga

Harga menurut Fandy Tjiptono mengatakan bahwa dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa. Setiap perusahan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu- satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahan sedangkan ketiga unsur lainya (produk distribusi dan promosi) menyebapkan timbulnya baiaya (pengeluaran). Disamping itu harga merupakan unsur buaran pemasaran yang bersifat fleksibel. artinya dapat diubah dengan cepat.[60]

Adapun penetapan harga yang di lakukan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu antara lain: penetapan harga yang di lakukan pihak hotel tergantung kepada kelas kelas kamar yang di butuhkan konsumen kalau untuk kamar yang ber Ac itu Rp.250.000 kalau untuk yang belum ber Ac itu Rp.200.000 untuk satu malam.

[60] Naufal Safitri, *Harga Dalam Perspektif Islam* (2015) h,87

Berdasarkan penjelasan di di atas maka dapat di simpulkan bahwa penetapan harga yang di lakukan oleh pihak Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota bengkulu yakni tergantung kepada kebutuhan fasilitas yang di butuhkan oleh konsumen atau tamu yang ingin menginap.

d. Distribusi

Perusahan adalah merupakan objek dari ilmu ekonomi dimana perusahan adalah suatu lembaga yang di organisir dan di jalankan untuk menyedikan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif keuntungan. Dalam usaha menyedikan barang dan jasa tersebut kepada perusahan melakukan berbagai kegiatan seperti produksi, pemasaran pembelanjaan, resit dan pengembangan. Bagi perusahan kegiatan yang merupakan garis depan yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah pemasaran.[61]

Distribusi yang dilakukan oleh pihak Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota bengkulu, yakni antara lain untuk

[61] Arlina Nurbaity lubis, *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa*,(2004),h,1

melakukan distribusi kepada konsumen yakni masih melalui *facebook, instagram, whatsapp traveloka*, surat kabar harian dan lain-lian.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat di simpulkan bahwa distribusi yang di lakukan oleh Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota bengkulu masih melakukan distribusi melalui media sosial atau media online dalam melakukan distribusi kepada konsumen.

2. Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu ditinjau dari etika bisnis Islam

Ekonomi islam merupakan bagian dari syari'at Islam dan erat hubungnya dengan aqidah sebagian dasar ajaran agama Islam adapun tuntutan ajaran agama Islam dalam prisnip ekonomi adalah dalam rangka menciptakan alat-alat untuk memuaskan keperluan manusia. Dengan adanya tuntutan yang terkait dengan aqidah dan syari'at sehingga kebutuhan manusia terpenuhi tanpa harus menindas atau merugikan orang lain, dalam mempelajari

ekonomi[62]

Di dalam ajaran Islam yang terpenting adalah mewujudkan keadilan, dan meniadakan pemenfaatan atau ekpoloitasi dalam transaksi bisnis dan ekonomi yang di perbolehlkan atas sumber daya yang di gunakan untuk melakukan kegiatan usaha secara tidak adil. Salah satu praktik *ekploitasi* antara manusia dengan manusia lainya dalam bidang ekonomi adalah rentenir. Rentenir merupakan orang atau lembaga yang meminjamkan uang kepada masayarakat untuk memperoleh ke untungan dengan menarik bunga yang sangat tinggi. Praktik rentenir adalah bagian dari aktivitas ekonomi dalam hutang piutang pada umumnya yang diminati masyarakat ekonomi menengah kebawah untuk membiayai kebutuhan konsumsi maupun usaha ekonomi.

a. Keadilan

Dalam aktivitas sebagai tenaga pemasar, nilai-nilai etika senantiasa di kerjakan oleh seluruh tenaga pemasar.

[62] Buchari Alma dan Donni juni Priansa, *Manajeman Bisnis Syariah*, (Bandung :Alfabeta 2016), h,114

Nilai-nilai tersebut meliputi keadilan, kejujuran kerja sama komitmen, disiplin, dan tanggung jawab, serta keikhlasan dalam bekerja. Ini semuah di di jalankan dalam rangka untuk pemahaman etika bisnis Islam dan di jadikan sebagai strategi untuk mengembangkan nilai- nilai keadilan.[63] Maka dapat di simpulkan bahwa Keadilan yang ada di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menerapkan keadilan kepada pengunjung yang di lakukan pihak hotel yakni lakukan dengan melakukan tindakan dengan seadil- adilnya agar tamu yang menginap di Hotel Latansa dapat merasa puas dalam menginap.

b. Kehendak Bebas

Pink Arthur mengatakan dalam bukunya kehendak bebas difinisikan yaitu merupakan kemampuan untuk membuat pilihan, penyebap langsung dari segala tindakan. Pemahamannya bahwa manusia di berikan kebebasan untuk memilih sesuatu sesuai dengan keinginanya dan

[63] Abdul Hamid, implementasi *Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah*, Volume 1 No.1, (2019) h,30

tidak ada yang membatasi. Manusia menggunakan kehendak bebas yang di milikinya untuk mengusahakan seluruh alam semesta yang telah di ciptakan Allah.[64] Maka dalam hal ini kehendak bebas yang di lakukan di Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota bengkulu.Yakni dengan menjaga pelayanan kepada tamu hotel dengan sebaik mungkin dan memberikan pelayanan dan fasilitas dengan baik kepada tamu yang akan menginap.

c. Tanggung Jawab

Tanggung jawab adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatanya yang di sengaja atau tidak di sengaja. Tanggung jawap adalah ciri manusia beradap (berbudaya). Manusia merasa bertanggung jawab karena ia menyadari akan akibat baik buruk nya perbuatanya itu dan menyadari pula bahwa pihak lain memerlukan pengabdian atau pengorbanannya. Untuk memperoleh atau meningkatkan kesadaran bertannggung jawab perlu di

[64] Yusak Noven Susanto, *Pandangan Teologis Tentang Kehendak Bebas Manusia dan Relevansinya dengan kehidupan pada orang percaya saat ini*, (2017), h,122

tempuh usaha melalui pendidikan, penyuluhan, keteladanan, dan takwa kepada tuhan yang maha esa. Dalam hal ini tanggun jawab di Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota bengkulu kepada konsumen yakni dengan tanggung jawab 100 persen dilakukan oleh pihak hotel latnsa agar konsumen agar tamu yang menginap di hotel latansa mendapatkan ke keamanan dan nyamannan dalam menginap.

d. Kebenaran

Kebenaran adalah satu nilai utama di dalam kehidupan, sebagai nilai-nilai yang menjadi fungsi rohani manusia. Artinya sifat manusiawi atau martabat kemanusian, selalu berusaha memeluk suatu kebenaran berbicara tentang kebenaran ilmiah tidak bisa di lepaskan dari makna fungsi ilmu itu sendiri sejauh mana dapat di gunakan dan di manfaatkan oleh manusia. Disamping itu proses untuk mendaptkanya harus lah melalui tahap-tahap metode ilmiah. Maka dapat di simpulkan bahwa kebenaran yang ada di Hotel Latansa Nuansah Syariah

Kota Bengkulu yakni dengan mempunyai sikap dan prilaku yang baik yang harus di berikan pihak hotel dengan sebaik atau semaksimal mungkin kepada tamu yang menginap di hotel dan melayani tamu dengan ramah tama dan senyum juga sopan santun agar tamu merasa nyaman dengan pelayanan yang di berikan oleh pihak hotel latansa dan konsumen merasa puas dalam menginap.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara dapat di terstrukur dengan informan penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi dengan melengkapi produk, yaitu kelengkapan produk yang diterapkan di Hotel Latansa berupa kamar, aula dan ruang rapat. Adapun kelengkapan produk yang diterpakan masih terbilang kurang atau belum optimal. Sedangkan strategi promosi yang di lakukan pihak Hotel yaitu. melalui media sosial *facebook instagram,*yaitu melalui surat kabar harian dan aplikasi *traveloka*. Adapun penetapan harga yang di terapkan yaitu di lihat dari fasilitas dan kelas-kelas kamar untuk tipe kamar ber Ac Rp. 250.000 dan untuk kamar non Ac Rp 200.000. Sedangkan distribusi yang di lakukan masih melalui media sosial *facebook, instagram,* surat kabar harian dan aplikasi *traveloka*.

2. Strategi pemasaran yang di terapkan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu ditinjau dari etika bisnis Islam sudah memenuhi landasan etika bisnis Islam yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebaikan.

B. Saran

Semakin banyaknya persaingan di bidang perhotelan, maka di harapakan kepada pihak Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu untuk selalu berinovasi dalam mengingkatkan pelayanan dan fasilitas hotel. Pihak hotel juga harus menjalin kerja sama dan mensosialisasikan hotel yang berbasis syariah ini pada hotel-hotel yang belum mengunsup konsep syariah.Pihak Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu harus selalu memperbaiki pelayanan dan fasilitas yang di sediakan sehingga oprasionalnya sesuai dengan prinsip syariah. Pihak Hotel Latansa Nuansa Syariah juga seharusnya selalu mengumandangnkan azan setiap waktu sholat yang bisa di dengar di setiap sudut dan lantai hotel, pihak Hotel Latansa juga seharusnya mengadakan kajian rutin bulanan kepada

seluruh Staf/karyawan , untuk memperluas pengetahuan seluruh karyawan Hotel Latansa Nuansa Syariah tentang islam khususnya pada pelayanan berbasis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

A. Steiner George, John B. Miner. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga

Agus, Sulatiyono. 1999. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta

Ali, Hasan. 2009. *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Arif, Kusmaja. 2021. *Selaku Housekeeping Supervisor, wawancara tanggal 28 Maret 2021*

Abdul Latif , Etika *Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam*, (jawa timur: Vol,3, No.2 2017), h,163-165

Arlina Nurbaity Lubis, *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa*,(2004),h,1

Abdul Hamid, implementasi *Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah*, Volume 1 No.1, (2019) h,30

B.Elnalt, Aldi. 2015 *Upaya Generalisasi Konsep Manejemen Strategi*. *jurnal ilmu ekonomi & sosial*, vol.vi, no. 2

Bagyono. 2012. *Pariwisata dan Perhotelan. Bandung* : Alfabeta.

Buchari, Alma. 2010. *Pengantar Bisnis. Bandung* : Alfabeta.

Buchari, Alma. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. *Bandung: Alfabeta*

Buchari Alma dan Donni juni Priansa, *Manajeman Bisnis Syariah*, (Bandung :Alfabeta 2016), h,114

Didin, Samsudin. 2019. *Influence of Experintal Marketing on Costmer loyality in Shariah Compliant*. Cianjur

Dwi Prastowo, Darmito dan Aji Suryo. 2002. *Analisis Laporan Keuangan Hotel*. Jakarta: Penerbit Andi.

Erly, Juliyani. 2016. *Etika Bisnis Dalam persefektif islam* vol VII No,1

Hery, Krestanto. 2019. *Strategi dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta.*

Harlin Le, S.G, S *Moniharapon, Penerapan Strategi Promosi pada pemasaran produk federal parts Cv.Kanaka Jaya Manado* Vol.3 No2 (2015), h,650-659

James Roger,dan Paul, *Prilaku Konsumen* Jilid 2, Edisi Keenam, (Binapura Aksara Jakarta 19950,h.258

Kevin lane, Keller. 2005. *Strategi Pemasaran.* Jakarta : Preshallindo

Lexy J. Moleyong,Metodologi *Penelitian Kualitatif*,(Bandung Remaja Rosdakarya, 2002),h.166

M Mirnawati, *Strategi Pemasaran Al-badar Hotel Syariah makasar* (*Analisis manajemen syariah ,sarjana, program studi ekonomi syariah*. (tahun 2020)

M Santika *Strategy, Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Hotel Matama Syariah Padang Sidimpuan*, , program studi ekonomi syariah.(tahun 2019).

Mohamad Mahathir, *Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubish* (makassar : 2014),h 15-22

Safitri Naufal, *Harga Dalam Perspektif Islam* (2015) h,87

Stafhani Putri Wita, *Persaingan Usaha Dalam Persepktip Etika Bisnis Islam*, (Lampung: 2019),h 16-17

Kotler Philip dan Kevin Kotler Lne , *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Erlangga,2012), h83

Nur, Fadilah. 2020. *Pengertian Konsep Strategi Pemasaran Syariah.* Journal.iaifa,ac,id. Vulome 1.

N Hidayati, Lina Saptaria, *Upaya Pengembangan Strategi Hotel Kediri universitas islam Kediri*, No.2 (tahun 2019) h.157

Kotler Philip, ,. 1997. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Andi

Ruswandi. 2015. *Hotel Dengan Kaidah Syari'ah.*

Sofjan, Assuari. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran* . Depok: PT RajaGrafindo Persada

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi.* Bandung: Alfabeta

S Yantirama, p*ersepsi konsumen Terhadap Pengelolaan hotel latansa Kota*

Bengkulu ,Fakultas Ekonomi Syariah. (tahun 2017)

Aryanti Dwi Tika, *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Laguna Samudra Kuar Di tinjau Dari Etika Bisnis Islam, 2020, h 23-25*

Susanto Noven Yusak, *Pandangan Teologis Tentang Kehendak Bebas Manusia dan Relevansinya dengan kehidupan pada orang percaya saat ini*, (2017), h,122

STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

YUPAN CANRI YAWAN
NIM : 1711130170

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU,2022 M/1443 H

Scanned by TapScanner

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini atas nama Yupan Canri Yawan NIM.1711130170 dengan judul " **Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam".** Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh kerna itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu.

Bengkulu 10 Januari 2022 M
Dzhulhijjah 1442 H

Pembimbing I	Pembimbing II
7/3/22	2/3-2022
Ardang Sunarto,M.PH.D	**Nonie Afrianty,ME**
NIP.197611242006040102	NIP.199304242018012002

Scanned by TapScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam"**, oleh Yupan Canri Yawan NIM 1711130170, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 16 Febuari 2022 M / 5 Jumadil Akhir 1443 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 16 Febuari 2022 M
Jumadil Akhir 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	**Sekretaris**
Eka Sri Wahyuni, MM	**Nonie Afrianty,M.E**
NIP. 197705092008012014	**NIP.199304242018012002**
Penguji I	**Penguji II**
Eka Sri Wahyuni, MM	**Badarudin Nurhab, MM**
NIP. 197705092008012014	**NIP.198508072015031005**

Mengetahui,
Dekan

Dr. H. Supardi, M.A
NIP. 196504101993031007

Scanned by TapScanner

MOTTO

وَلْيَخْشَ الَّذِيْنَ لَوْ تَرَكُوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعٰفًا خَافُوْا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا
اللّٰهَ وَلْيَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.

(QS. An-Nisa: 9)

Hablumminallah wa Hablumminannas

(Yupan Canri Yawan)

Scanned by TapScanner

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT. Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Sterategi Pemasaran Hotel Latansa Nuasa Syariah Kota Bengkulu Dalam Mengahadapi Persaingan Bisnis Ditinjau dari Etikas Bisnis Islam.''

Penulis menyadari dan mengakui skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, kerna kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata. Kerna itulah penulis mengharapkan adanya kritikan dan saran-saran perbaikan dari pada pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis hanya mampu berdo'a dan berharap semoga beliau-beliau yang telah berjasa selalu di berikan rahmat dan karunia oleh Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati dan rasa sadar skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun izinkanlah penulis

Scanned by TapScanner

berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun kepentingan lainya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa motiovasi, semangat dan lain sebagainya. Dengan demikian, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd. Selaku . Rektor Universitas Islam Negeri Bengkulu (UIN) Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas guna dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. H.Supardi,M.A Selaku . Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu.
3. Yenti Sumarni,S.E.,MM Selaku Ketua Jurusan Ekonomi telah memberikan bimbingan, saran, motivasi, semangat arahan dengan penuh kesabaran.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu (UIN) Bengkulu yang

Scanned by TapScanner

telah mengajar dan membimbing serta memberikan sebagian ilmunya dengan penuh keikhlasan.

5. Staf dan karyawan Fakultas Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bengkulu (UIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal Administrasi.

6. Semuah pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.Dalam penyelesain dan penyusunan skripsi ini, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran para pembaca demi perbaikan karya- karya selanjutnya.

Bengkulu 13 Januari 2022
Dzhulhijah1442 H

Penulis

Yupan Canri Yawan

Nim: 1711130170

Scanned by TapScanner

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BENGKULU (UIN)
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51267-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Yupan Canri Yawan

NIM : 1711130170

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 3 Febuari 2022M
Akhir 1443 H

SEPULUH RIBU RUPIAH
METERAI TEMPEL
69F1AJX641506283

Yupan Canri Yawan
NIM. 1711130170

Scanned by TapScanner

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

FORM 1 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR SKRIPSI

I. Identitas Mahasiswa

Nama : Yupan canri yawan
NIM :1711130170
Prodi :Ekonomi syariah
Semester : 8 (Delapan)

II. Judul Yang Diajukan (Disertai Latar Belakang Masalah dan Rumusan Masalah):

1. Judul 1 : STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS ISLAM DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

III. Proses Konsultasi

1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan Judul yang di ACC "Strategi pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu dalam menghadapi Bisnis ditinjau dari etika bisnis islam

Pengelola Perpustakaan

Esti Alfiah M.E

2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan [illegible]

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

9/5/21

ANDANG SUNARTO,M.KOM PH.D
NIP.197611242006041002

IV. Judul Yang Disahkan

Penunjukkan Dosen Penyeminar

Bengkulu,.....

Mahasiswa

Yupan canri yawan

Mengesahkan
Kajur Ekis/Manajemen

Des Isnaini,MA
NIP.197412022006042000

Scanned by TapScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : 8 JUNI 2021
Nama Mahasiswa : YUPAN CANRI YAWAN
NIM : 1711130170
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM		

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

Scanned by TapScanner

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : YUPAN CANRI YAWAN
NIM : 1711130170
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
1.	Kata Pengantar	perbaiki
2.	Daftar isi	
3.	Cover Kutipan	
4.	Sistematika penulisan	

Bengkulu,
Penyeminar,

ANDANG SUNARTO,M.KOM PH.D
NIP.197611242006041002

Scanned by TapScanner

Scanned by TapScanner

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul,''Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam,'' Yang Disusun Oleh :

Nama :Yupan Canri Yawan
NIM :1711130170
Prodi :Ekonomi Syariah

Sudah di perbaiki seseuai dengan arahan tim pembimbing selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian.

Bengkulu Desember 2021

Pembimbing I

3/12/11

Andang Sunarto,M.PH.D
NIP.197611242006040102

Pembimbing II

2/12-2021.

Nonie Afrianty,ME
NIP.199304242018012002

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Eka Sry Wahyuni,SE.MM
NIP. 197705092008012014

Scanned by TapScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0881/In.11/F.IV/PP.00.9/06/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A	: Andang Sunarto, Ph.D
NIP.	: 197611242006041002
Tugas	: Pembimbing I
2. N A M A	: Nonie Afrianty, ME
NIP.	: 199304242018012002
Tugas	: Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N a m a	: Yupan Canri Yawan
Nim.	: 1711130170
Prodi	: Ekonomi Syariah
Judul Tugas Akhir	: STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULUDALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM.
Keterangan	: Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 15 Juni 2021
Dekan,

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :
1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

Scanned by TapScanner

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yupan Canri Yawan

Nim : 1711130170

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Andang Sunarto,M.PH.D

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	paraf
1.	Senin 22 November 2021	1. BAB 1 -2	a. Perbaiki	
2.	Selasa 23 November 2021	2. BAB 1- 2	b. Perbaiki	
3.	Senin 29 November 2021	3. BAB 1- 2	c. Perbaiki	
4.	Selasa 30 November 2021	4. BAB 1- 2	d. Perbaiki	
5.	Jumat 3 Januari 2022	5. . ACC		
6.	Selasa 18 januari 2022	6. BAB 1-4	e. Perbaiki	
7.	Rabu 19	7. BABı-5	f. Perbaiki	

Scanned by TapScanner

8.	Kamis 20 Januari 2022	8. BAB 4-5	g. Perbaiki	
9.	Senin 25 Januari 2022	9. BAB 2-5	f. Perbaiki	
10.	Rabu 26 Januari 2022	10. Daftar Pustaka	h. Perbaiki	
11.	Rabuu 26 Januari 2022	11. ACC		

Bengkulu, 28/1/22

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Yenti Sumarni S.E. MM
NIP. 197904162007012020

Pembimbing I

Andang Sunarto,M.PH. D
NIP. 197611242006040102

Scanned by TapScanner

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yupan canri yawan Program Studi : Ekonomi Syariah
NIM : 1711130170 Pembimbing II : Nonie Afrianty, M.E
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam

no	Hari/tanggal	Materi bimbingan	Saran pembimbing	Paraf
1.	Kamis 29 juli 2021	Bab 1 1.Latar Belakang 2.Rumusan Masalah 3. PenelitianTerdahulu 4.Laporan Penelitian	a. Perbaiki b. Perbaiki c. Tambahkan d. Perbaiki e. Tambahkan	
2.	Senin 30 Agustus	1.	a. Perbaiki b. Lihat Pedoman c. Tambahkan Perbaiki d. Minimal 3 Skripsi e. Jurnal Nasional Jurnal Internasional	
3.	Selasa 7 September 2021	1Fotnoote2.Penelitian Terdahulu Menjelaskan tujuan metode hasil di tambah dengan persamaan 3. Informan penelitian Footnote lihat Pedoman	a. Perbaiki lihat pedoman b. Perbaiki c. Tidak ada tambahkan	
4.	Jumat 24 september 2021	1. Footnote lihat Pedoman 2. Rumusan Masalah 3. Di tinjau dari Etika Bisnis Islam dalam mengahdapi persaingan	a. Di judul ada persaingan jadi masukan di rumusan masalah	

Scanned by TapScanner

		baiknya pakai pendekatan persaingan dalam islam. 4. Informan Kenapa di pengujung /konsumen ini masalah nya pada Startegi		
5.	Selasa 2 November 2021	1. Footnote 2. silahkan buat pedoman wawancara	a. perbaiki	
6.	9 November 2021	1. Pedoman wawancara berdasarkan indikator		
7.	Kamis 11 November 2021	1. Perbaiki pedoman wawancara	a. Diperbaiki	
8.	Kamis 18 November 2021	1. pedoman wawancara Bab 1-3	a. ACC	
9.	Jumat 19 November 2021	1. BAB 1-2	a. Acc lanjut penelitian	
10.	Senin 3 Januari 2022	1. Bab 4	a. Hasil penelitian b. Pembahasan di perbaiki dengan rumusan masalah c. Kesimpulan di perjelas	
11.		1. BAB 4 2. BAB 5 3. Lengkapi Abstraknya	a. Konseotensi di perjelas dengan di persingkat	

Scanned by TapScanner

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Yupan Canri Yawan

Nim : 1711130170

Judul : Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam

DAFTAR PERTANYAAN

a. Produk

1. Apa Saja kelengkapan produk jasa yang di tawarkan pihak hotel yang di terapkan di Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu?
2. Berapa banyak kamar yang di sediakan oleh Hotel latansa Nuansah syariah Kota Bengkulu?

b. Promosi

1. Bagaimana usaha yang di terapkan di Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu menyebarkan informasi produknya?
2. Apakah terdapat prosedur yang di tetapkan dalam menerapkan produk yang di tawarkan?

c. Harga

1. Apakah ada penetapan harga untuk setiap fasilitas yang ada di Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu?
2. Apakah ada perbedaan harga untuk setiap kamar yang ada Di Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu?

d. Distribusi

1. Bagaimana tindakan yang disiapakan oleh Hotel Latansa Nuansah Syariah Kota Bengkulu Untuk distribusi?
2. Apakah terdapat sumber daya yang cukup untuk melakukan Pendistribusian dan mengelolanya secara strategis di Hotel latansa Nuansah Syariah kota Bengkulu?

Scanned by TapScanner

e. Etika Bisnis Islam

1. Keadilan
   Apakah Ada Perlakuan Khusus yang di berikan Pihak Karityawan Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Kepada pengunjung yang di sukai atau menyamaratakanya?

2. Kehendak Bebas
   Bagaimana tindakan yang di siapkan pihak Hotel Latansa Nuansah syariah dalam menghadapi persaingan Usaha?

3. Tenggung Jawab
   Bagaimana Tanggung jawab pihak Hotel Latansa Nuansa Syariah Untuk memberikan kenyamana Kepada Pengunjung ?

4. Kebenaran
   Bagaimana sikap dan prilaku yang seharusnya Hotel berikan Terhadap pengunjung Hotel Bengkulu?

Bengkulu Desember 2021
Peneliti

Yupan canri Yawan
1711130170

Mengetahui

Pembimbing 1

3/12/21

Andang Sunarto,M. PH.D
NIP. 197611242006040102

Pembimbing 2

3/12-2021.

Nonie Afrianty,M,E
NIP. 199304242018012002

Scanned by TapScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 1737/In.11/F.IV/PP.00.9/12/2021 Bengkulu, 08 Desember 2021
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian.**

Kepada Yth.
Pimpinan Hotel Latansa Nuansa Syariah
di-
Bengkulu

Assalamu'alaikumWr .Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2021/2022 atas nama :

Nama : Yupan Canri Yawan
NIM : 1711130170
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : Strategi Pemasaran Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.

Tempat Penelitian : Hotel Latansa Nuansa Syariah Jalan Tribrata No.2 Cempaka Permai (Simpang Empat Polda) Kota Bengkulu Telp.(0736) 52549.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
An. Plt. Dekan
Plt. Wakil Dekan I

Scanned by TapScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: 0240/SKBP-FEBI/2/2022

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama	:	Yupan Canri Yawan
NIM	:	1711130170
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir	:	Skripsi
Judul Tugas Akhi	:	**STRATEGI PEMASARAN HOTEL LATANSA NUANSA SYARIAH KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

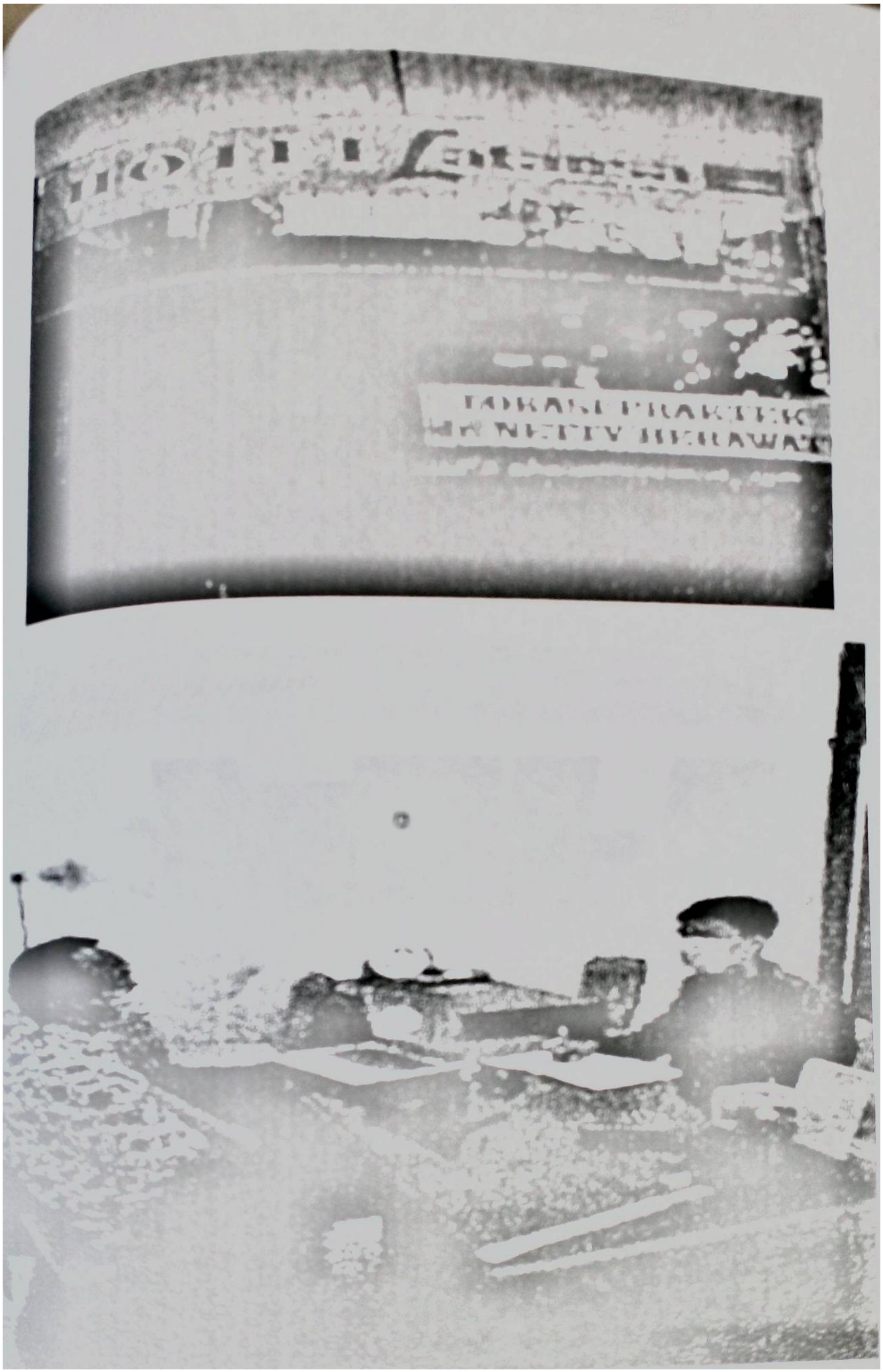
Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 26 %. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 7 Februari 2022
Ketua/Wakil Dekan 1

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Scanned by TapScanner



Scanned by TapScanner

wancara dengan staf/karyawan hotel

Scanned by TapScanner

12.	Rabu 12 Januari 2022	1. Abstrak	a. Di perbaiki sesuai dengan saran	
13.	Kamis 13 Januari 2022	1. BAB 1- 5	ACC	

Bengkulu,

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Yenti Sumarni,S.E,MM
NIP. 197904162007012020

Pembimbing II

Nonie Afrianty, M
NIP. 199304242018012002

Scanned by TapScanner