



**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL DI HOTEL NAMIRA
SYARIAH PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ANA FADHILAH
NIM. 2013114016

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL DI HOTEL NAMIRA
SYARIAH PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ANA FADHILAH
NIM. 2013114016

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANA FADHILAH

NIM : 2013114016

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR
HOTEL DI HOTEL NAMIRA SYARIAH
PEKALONGAN

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 04 Oktober 2018

Yang Menyatakan



ANA FADHILAH
NIM. 2013114016

NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin, MM.
Jl. KH.A. Dahlan No.3 Pekalongan

Lamp. : 2 (Dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ana Fadhilah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : ANA FADHILAH

NIM : 2013114016

Judul : STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL DI HOTEL NAMIRA
SYARIAH PEKALONGAN

dengan ini mohon agar skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 2 Mei 2018

Pembimbing,


H. Tamamudin, MM.

NIP. 19791030 200604 1 018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowolaku No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.iainpekalongan.ac.id Email : febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : ANA FADHILAH


NIM : 2013114016

Judul : STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL DI HOTEL
NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN


telah diujikan pada hari Senin, 04 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

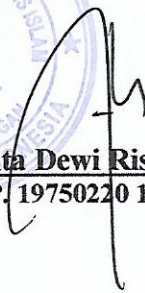

Ahmad Sukron, M.E.I
NIP. 19711015 200501 1 003

Penguji II


Agus Arwani, M.Ag
NIP. 19760807 201412 1 002

Pekalongan, 11 Maret 2019

Disahkan oleh Dekan,


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	D	De



ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	’	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. *Syaddad* (*tasyid*, *geminasi*)

Tanda *geminasi* dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (*artikel*)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf *syamsiah*” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan setulus jiwa dan rasa yang ada dalam hati, penulis haturkan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT dan Rasul mulia Muhammad SAW. Atas kehendak Allah SWT terselesainya langkah awal ini. Semoga keberhasilan untuk meraih cita-cita dapat terwujud.

Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, ku persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tuaku atas doa, dukungan dan motivasinya.
2. Kakakku tersayang yang selalu memberi dukungan dan doa.
3. Teman-teman kelas A dan sahabat-sahabatku.
4. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.



MOTTO

أُولَئِكَ يُجْزَوْنَ الْغُرْفَةَ بِمَا صَبَرُوا وَيُلَقَّوْنَ فِيهَا تَحِيَّةً
وَسَلَامًا ﴿٧٥﴾

(Al - Furqan : 75)

“Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya.”

ABSTRAK

Fadhilah, Ana. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Hotel Di Hotel Namira Syariah Pekalongan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing H. Tamamudin, M.M.

Hotel merupakan sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan. Kegiatan promosi juga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan Jumlah Hunian Kamar pada hotel. Promosi dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang, lalu membeli produk atau jasa tersebut. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, dengan jalan memberitahu dan membujuk konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membeli produk. Dengan demikian promosi erat kaitannya dengan volume penjualan terutama dalam upaya mempengaruhi konsumen akan produk yang ditawarkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis kualitatif dengan tujuan menjabarkan secara jelas mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang diterapkan di Hotel Namira Syariah Pekalongan diantaranya *product, price, promotion, place, people, physical evidence, process*. Dari ke tujuh elemen tersebut terdapat lima elemen yang dianggap menonjol dalam penerapan strategi pemasaran di Hotel Namira Syariah Pekalongan diantaranya *product, price, promotion, place, process*. Hotel Namira Syariah Pekalongan selalu memaksimalkan kelima elemen tersebut guna menarik minat pelanggan untuk menginap dan juga memaksimalkan kualitas pelayanan serta sarana prasarana agar pelanggan memperoleh kepuasan pelayanan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Hotel Namira Syariah, Tingkat Hunian Hotel.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Hotel Di Hotel Namira Syariah Pekalongan” di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sholawat dan salam senantiasa turunkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafaatnya di *yaumul akhir* nanti, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan waktu yang penulis miliki. Untuk itu mengharap segala pendapat, kritik dan saran yang bersifat membangun dalam skripsi ini.

Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.



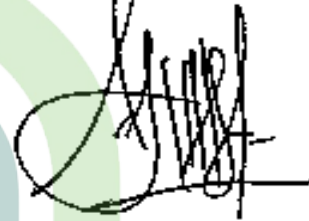
3. Bapak Agus Fakhрина, S.Ag. M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak H. Tamamudin, M.M., selaku Pembimbing Skripsi yang telah menyetujui penelitian ini dan terima kasih atas segala arahan, bimbingannya selama ini dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Aenurofik, M.A., selaku Wali Dosen. Terima kasih atas segala arahannya pada setiap semester yang dilalui penulis.
6. Bapak Mubarak Yazid Basalamah, selaku Chief Accounting Hotel Namira Syariah Pekalongan yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian.
7. Bapak dan Ibu serta seluruh kerabat keluarga tercinta dan sahabat yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, do'a dan bimbingan kepada penulis.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
9. Serta seluruh teman-teman S1 Ekonomi Syariah tahun angkatan 2014 yang selalu memberikan masukan.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang memerlukan pada umumnya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Pekalongan, 04 Oktober 2018

Penulis



Ana Fadhilah
NIM. 2013114016





DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Metode Penelitian	10
1. Jenis Penelitian	10
2. Pendekatan Penelitian	10
3. Tempat dan Waktu Penelitian	10
4. Subjek dan Objek Penelitian	11
5. Sumber Data	11
6. Teknik Pengumpulan Data	12
7. Validitas Data	13
8. Teknik Analisis Data	14



F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
A. Landasan Teori	20
1. Strategi Pemasaran	20
2. Pemasaran Jasa	28
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	30
4. Hotel	37
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Berfikir	54
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN	56
A. Gambaran Umum Hotel Namira Syariah Pekalongan	56
1. Profil Hotel Namira Syariah Pekalongan	56
2. Visi dan Misi Hotel Namira Syariah Pekalongan	57
3. Struktur Organisasi Hotel Namira Syariah Pekalongan .	59
B. Gambaran Umum Penjualan dan Pemasaran Hotel Namira Syariah Pekalongan	61
C. Program Hotel Namira Syariah Pekalongan	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Strategi Pemasaran Hotel Namira Syariah Pekalongan	63
B. Kendala Pengelolaan Dalam Pemasaran Pada Hotel Namira Syariah Pekalongan	86
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan	4
Tabel 1.2 Banyaknya Kamar Hotel di Kota Pekalongan Tahun 2017	5
Tabel 2.1 Bentuk-Bentuk Bukti Fisik	36
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan	64
Tabel 4.2 Jenis Kamar dan Tarif	74





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Metode	14
Gambar 1.2 Proses Analisis Data	17
Gambar 2.1 Hakikat Pemasaran	26
Gambar 2.2 Manajemen Pemasaran	27
Gambar 2.3 Bauran Pemasaran atau Marketing Mix	34
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir	55
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	60





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara untuk Pihak Hotel Namira Syariah Pekalongan

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara untuk Pihak Hotel Namira Syariah
Pekalongan

Lampiran 3 : Panduan Wawancara untuk Pelanggan atau Tamu Hotel Namira
Syariah Pekalongan

Lampiran 4 : Transkrip Wawancara untuk Pelanggan atau Tamu Hotel Namira
Syariah Pekalongan

Lampiran 5 : Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 6 : Surat Bukti Penelitian

Lampiran 7 : Dokumentasi

Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan.

Pemasaran memberikan pengertian bahwa pemasaran bukan hanya aktivitas-aktivitas yang terjadi sebelum produk dimulai dan merupakan suatu system dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan mulai dari merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen. Bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial ekonomi yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal.

Berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur, maka tunggulah kehancuran. Dan apabila ia jujur maka

ia akan mendapat keuntungan dari segala penjuru yang tidak ia duga dari mana datangnya, demikian menurut ajaran agama.

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti oleh pebisnis pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi dan distribusi (bauran pemasaran).¹

Secara umum tujuan pemasaran perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk itu perusahaan harus mengetahui produk atau jasa apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan cara yang mereka inginkan untuk memenuhinya.²

Dengan kendali syariah, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu sebagai berikut:³

- 1) Target Hasil; profit materi dan benefit nonmateri

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi, baik bagi pelaku bisnis sendiri maupun pada

¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Cetakan 1, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 30-31.

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 9.

³ Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics*, Cetakan 1, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 13.

lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, zakat dan sebagainya.

2) Pertumbuhan

Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariat. Misalnya, dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru, dan sebagainya.

3) Keberlangsungan

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat Islam.

4) Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya mencari ridho Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihinya keridhoan Allah.

Salah satu sarana penunjang sektor pariwisata adalah sarana akomodasi. Kota Pekalongan memiliki sarana untuk memenuhi akomodasi para wisatawan berupa penyediaan jasa perhotelan. Pertumbuhan industri perhotelan di Kota Pekalongan saat ini mengalami perkembangan yang pesat terutama dengan berdirinya Hotel Namira Syariah pada tahun 2014. Hotel

Namira Syariah adalah satu-satunya hotel di Kota Pekalongan yang berbintang tiga dan berbasis syariah yang memiliki ciri khas tersendiri.

Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan

Tabel 1.1

Tahun	Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah	Persen (%)
2014	4.133	38,41%
2015	14.342	55,75%
2016	14.650	56,36%
2017	14.892	57,66%
2018	15.257	59,05%

Sumber: Hotel Namira Syariah⁴

Pada Tabel diatas dapat dilihat tingkat hunian kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan diatas, terlihat bahwa pada tahun 2014 sampai 2018 terjadi peningkatan. Walaupun terjadi peningkatan, tetapi untuk target tingkat hunian kamar hotel yang ditargetkan Hotel Namira Syariah yaitu lebih dari 60%. Sedangkan dari tahun 2014 sampai 2018 tingkat hunian kamar hotel yang diperoleh adalah 38,41% sampai 59,05%.

⁴ Erika Fidia, *Front Office Manager* Hotel Namira Syariah Pekalongan, (mewakili *General Manager* Hotel Namira Syariah Pekalongan), Wawancara Pribadi, Pekalongan, 13 November 2017, pukul 12.26 WIB.

Banyaknya Kamar Hotel di Kota Pekalongan Tahun 2017

Tabel 1.2

Kecamatan	Jumlah Akomodasi Bintang					Jumlah
	I	II	III	IV	Melati	
Pekalongan Barat	0	47	108	190	312	657
Pekalongan Timur	65	0	440	0	106	611
Pekalongan Selatan	0	0	0	0	0	0
Pekalongan Utara	0	0	0	0	68	68
Jumlah	65	47	548	190	486	1.336
2016	65	47	435	191	470	1.208
2015	109	90	716	120	872	1.907
2014	83	79	720	0	805	1.687
2013	109	80	720	0	839	1.639

Sumber: BPS Kota Pekalongan (pekalongankota.bps.go.id)⁵

Berikut daftar Hotel di Pekalongan sebagai berikut:

- Hotel Sahid Mandarin (Hotel Bintang 3)
- Hotel Namira Syariah (Hotel Bintang 3)
- Hotel Dafam (Hotel Bintang 3)
- Hotel Pesonna (Hotel Bintang 3)
- The Sidji Hotel (Hotel Bintang 4)
- Hotel Santika (Hotel Bintang 3)
- Hotel Horison (Hotel Bintang 4)
- Hotel Nirwana (Hotel Bintang 3)
- Hotel Istana (Hotel Bintang 2)
- Hotel Pekalongan (Hotel Bintang 2)
- Hotel Gajah Mada (Hotel Bintang 2)

Selama arus mudik dan balik Lebaran 2017, tingkat hunian hotel di Kota Pekalongan, Jawa Tengah, turun akibat diberlakukannya jalan darurat tol Batang-Semarang untuk arus lalu lintas kendaraan. Tingkat okupansi hotel

⁵ pekalongankota.bps.go.id, diakses pada tanggal 05 Maret 2019, pukul 10.00 WIB.

rendah, rata-rata hanya 35 persen sehingga kondisi akan mengancam bisnis hotel maupun restoran.

Konsumsi jasa terutama travel, penginapan, restoran, hiburan, komunikasi, kesehatan, dan keuangan adalah sektor-sektor jasa yang banyak dikonsumsi dan memiliki pengaruh besar atas perkembangan perekonomian. Pada sektor-sektor tersebut banyak perusahaan besar yang terjun didalamnya dan mengkonsentrasikan pada bisnis jasa. Meskipun memegang peranan penting, sangat disayangkan hanya sedikit perhatian yang diberikan oleh praktisi-praktisi dan ahli ekonomi untuk memantau dan mengembangkan sektor ini.

Hotel merupakan sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan. Hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, atau bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum.

Meningkatkan pengelolaan hotel di Pekalongan merupakan salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pariwisata Pekalongan, karena antara hotel dan pariwisata merupakan dua hal penting yang saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan antara satu sama lain. Hotel memberikan jasa pelayanan dan fasilitas dikarenakan adanya kegiatan pariwisata. Hotel sebagai penyedia tempat tinggal sementara bagi para

wisatawan dan menyediakan fasilitas yang mampu memberikan kesan positif bagi pengunjung. Hal tersebut dapat menjadi faktor penarik bagi para wisatawan dan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan perkembangan pariwisata dan perekonomian daerah. Mengelola hotel secara tepat dan profesional akan meningkatkan serta menjaga kenyamanan pariwisata dan menjaga kelangsungan usaha hotel di Pekalongan. Namun, persaingan antar hotel yang ketat saat ini membutuhkan kegiatan promosi dan pengelolaan penyediaan kamar hotel yang baik. Pengelolaan tersebut sangat dibutuhkan karena pendapatan utama hotel adalah dari penyewaan kamar dan fasilitas yang disediakan, maka kegiatan promosi dan penentuan tarif sewa kamar hotel sangat penting untuk dilakukan.

Kegiatan promosi juga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan Jumlah Hunian Kamar pada hotel. Promosi dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang, lalu membeli produk atau jasa tersebut. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, dengan jalan memberitahu dan membujuk konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membeli produk. Dengan demikian promosi erat kaitannya dengan volume penjualan terutama dalam upaya mempengaruhi konsumen akan produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari promosi adalah

menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen tentang perusahaan.⁶

Dengan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Hotel Namira Syariah Pekalongan dalam meningkatkan hunian kamar hotel dengan demikian penulis memilih judul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Hotel Di Hotel Namira Syariah Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dapat diajukan berdasarkan latar belakang tersebut adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Bagaimana kendala pengelolaan dalam pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pokok masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel yang diterapkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan.

⁶ Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 13.

2. Untuk mengetahui kendala pengelolaan dalam pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah segi keilmuan dalam keislaman dibidang syariah yang berhubungan dengan bisnis islam yang sudah ramai dan banyak terdapat di perusahaan - perusahaan besar maupun kecil di Indonesia ini. Hasil penelitian ini diharapkan menambah informasi ilmiah yang dapat dijadikan referensi dan bermanfaat bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi perusahaan yang bersangkutan dalam mengetahui kelebihan dan kekurangan dari bisnis syariah yang dijalannya dan guna memberi masukan-masukan positif untuk lebih mengembangkan bisnis dibidang syariah. Selain itu juga peneliti akan dapat memberikan gambaran syariah secara islam terhadap perusahaan yang bersangkutan untuk dapat lebih mengembangkan usahanya kesegi keislaman yang lebih baik lagi, karena pada dasarnya keilmuan itu adalah sesuatu yang harus diamalkan.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan berada objek, tempat dan lingkungannya, terutama dalam usaha mengumpulkan data dan berbagai informasi dalam rangka untuk menyempurnakan atau memperbaikinya.⁷

Dalam penelitian ini, yang diteliti yaitu mengenai bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.⁸

3. Tempat dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan judul, lokasi penelitian yang dipilih adalah Hotel Namira Syariah yang beralamatkan di Jalan Dr. Cipto Mangunkusumo No. 70 Pekalongan Timur. Waktu Penelitian dimulai pada bulan Januari 2018 sampai selesai.

⁷ Ir. Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikasi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), hlm. 47.

⁸ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 9.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Hotel Namira Syariah yang didalamnya terdapat Pimpinan Hotel, karyawan atau devisa yang dapat dijadikan sumber informasi dalam penelitian ini. Manajer Hotel, Team Marketing, dan Tamu Hotel.

Objek dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

5. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.⁹ Sumber data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang menggunakan alat pengukur dan alat pengambilan data langsung dari subjek dengan sumber informasi yang dicari.¹⁰ Data tersebut berupa hasil wawancara maupun observasi langsung dengan Chief Accounting, serta pelanggan Hotel Namira Syariah Pekalongan.

⁹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV, Cetakan II, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 114.

¹⁰ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 91.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, yang diperoleh lewat pihak lain, bukan dari subjek penelitian. Data sekunder biasanya berupa data dokumentasi atau data laporan yang tersedia, serta arsip-arsip resmi.¹¹ Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi, artikel, jurnal, serta situs internet yang berkaitan dengan tema skripsi ini. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan untuk mendukung data primer yaitu untuk menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu upaya pengumpulan data-data yang relevan dengan kajian penelitian, yang diperoleh dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung.¹² Peneliti akan mengadakan tanya jawab dengan ibu Erika Fidia sebagai Front Office Manager serta pihak – pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

¹¹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, ... hlm. 93.

¹² Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Cet. ke-1, Edisi ke-1, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hlm. 372.

b. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.¹³ Cara kerja metode observasi yaitu peneliti akan melakukan pengamatan langsung objek yang dituju yaitu Hotel Namira Syariah Pekalongan guna mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.¹⁴ Dalam teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ini penelitian menyelidiki data – data yang bersifat sekunder.

7. Validitas Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai alat pengecekan keabsahan data yang diperoleh. Teknik pengecekan data bertujuan untuk menguji keabsahan atau kebenaran data yang dikumpulkan oleh peneliti.

¹³ Imam Gunawan (Ed), *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Cet. Ke-3, Edisi 1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 143.

¹⁴ Imam Gunawan (Ed), *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik...* hlm. 178.

Dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) teknik triangulasi untuk mencapai keabsahan data, yaitu:

- a. Triangulasi dengan sumber yaitu menyimpulkan data hasil wawancara dari informan (Chief Accounting Hotel Namira Syariah Pekalongan, pelanggan atau tamu Hotel Namira Syariah Pekalongan).
- b. Triangulasi dengan metode yaitu mengolah kembali data hasil wawancara dan observasi dari Hotel Namira Syariah Pekalongan.
- c. Triangulasi dengan teori yaitu menggunakan berbagai teori untuk mendukung data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi sudah memenuhi keabsahan data.¹⁵

Gambar 1.1 Triangulasi Metode¹⁶



Pengecekan data dengan menggunakan Triangulasi Metode didapat dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.

8. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis kualitatif yaitu data-data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan yang gunanya untuk menggambarkan dan

¹⁵ M Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 319-333.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), hlm. 372.

menjabarkan secara jelas mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Adapun analisis data yang dilakukan oleh peneliti meliputi tiga kegiatan, yaitu:¹⁷

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih data-data pokok yang terkait permasalahan penelitian, memfokuskan pada data-data yang penting yang sesuai dengan tema dan tujuan. Reduksi data yang peneliti lakukan antara lain dengan menajamkan hasil penelitian tentang bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan, mengarahkan hasil penelitian sesuai dengan permasalahan penelitian dan membuang data yang tidak perlu.

b. Pemaparan Data

Pemaparan data yaitu sebagai penyajian informasi terpilih. Setelah dilakukan reduksi data, data akan disajikan yang terpilih untuk menjadi bahan analisis. Data-data mengenai strategi pemasaran pada Hotel Namira Syariah Pekalongan harus diolah terlebih dahulu, sehingga menjadi suatu informasi yang sesuai untuk menjawab rumusan masalah.

¹⁷ Andi Prastowo, *Memahami Metode-metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 211-212.

c. Penarikan Simpulan

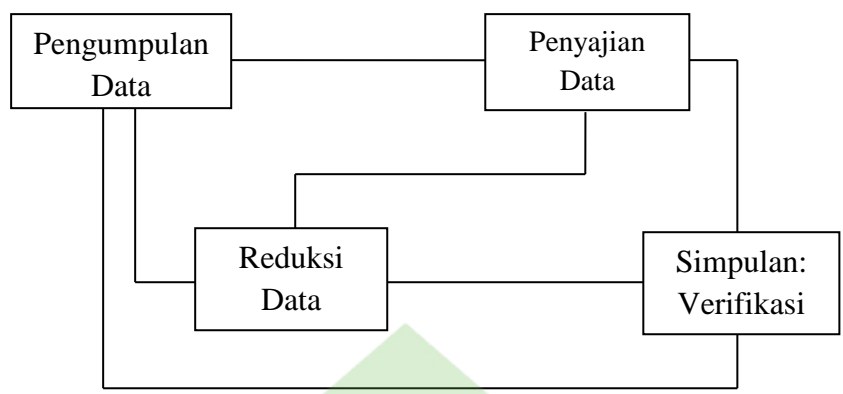
Penarikan simpulan yaitu hasil penelitian yang menjawab penelitian berdasarkan hasil analisis data. Dalam kaitan penarikan kesimpulan menggunakan logika induktif dan deduktif.

- 1) Induktif adalah cara berpikir menarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.¹⁸ Dengan menarik kesimpulan dari hasil lapangan mengenai Hotel Namira Syariah Pekalongan kemudian akan dirangkum menjadi sebuah kesimpulan.
- 2) Deduktif adalah cara berpikir dimana dari pernyataan yang bersifat umum ditarik suatu kesimpulan yang bersifat khusus.¹⁹

Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data. Diantaranya adalah melalui tiga tahap model air, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Namun, ketiga tahapan tersebut berlangsung secara simultan. Analisis data ini digambarkan sebagai berikut:

¹⁸ Jujun S. Suriasumantri dan Andi Hakim Nasoetion, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*, (Surabaya: Pustaka Sinar Harapan, 2001), hlm. 48.

¹⁹ Jujun S. Suriasumantri dan Andi Hakim Nasoetion, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*, ... hlm. 49.



Gambar 1.2 Proses Analisis Data²⁰



²⁰ Burhan Bungin (ED.), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi 1, Cetakan 10, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 144-145.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisi landasan teori yang bersangkutan dengan penelitian yaitu strategi pemasaran, pemasaran jasa, bauran pemasaran, hotel, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian baik berupa jurnal penelitian maupun karya ilmiah (tugas akhir, skripsi, tesis, artikel jurnal).

Bab III Gambaran Umum Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum Hotel Namira Syariah Pekalongan: profil Hotel Namira Syariah Pekalongan, visi dan misi, struktur organisasi. Serta gambaran umum penjualan dan pemasaran Hotel Namira Syariah Pekalongan, dengan program Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini merupakan bagian analisa dan pembahasan. Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang pengujian dan hasil analisa data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V Penutup

Dalam bab ini berisi bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hotel Namira Syariah Pekalongan adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Hotel Namira Syariah Pekalongan menjual produk yang mereka miliki sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Penerapan strategi pemasaran (*marketing mix*) di Hotel Namira Syariah Pekalongan secara umum berjalan maksimal, meskipun terdapat beberapa kekurangan. Bentuk strategi pemasaran (*marketing mix*) yang dijalankan Hotel Namira Syariah Pekalongan senantiasa melakukan inovasi produk (*product*), kebijakan promosi penjualan melalui penawaran harga (*price*), melakukan aktivitas promosi (*promotion*) secara rutin, mempunyai letak (*place*) hotel yang strategis, serta mengutamakan pelayanan (*process*) kepada pelanggan hotel.

Kelemahan Hotel Namira Syariah Pekalongan dalam usaha marketingnya dapat dikelompokkan menjadi dua. Pertama, hambatan eksternal yaitu kurang lengkapnya fasilitas sarana prasarana yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan. Kedua, hambatan internal yang meliputi keterbatasan anggaran dana kegiatan marketing di Hotel Namira Syariah Pekalongan, hal ini menyebabkan keuntungan yang diperoleh hotel kurang maksimal.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian dan menganalisis hasil penelitian sesuai standar kebenaran ilmiah, maka peneliti memberi saran kepada Hotel Namira Syariah Pekalongan sebagai berikut:

1. Sekiranya penting untuk membuat tim marketing secara kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif melalui pengembangan kapasitas melalui training, sedangkan secara kuantitatif melalui penambahan tenaga ahli marketing untuk menunjang kegiatan marketing di Hotel Namira Syariah Pekalongan.
2. Sekiranya penting untuk melakukan promosi secara maksimal melalui media sosial atau memperbarui website hotel agar minat pelanggan atau tamu untuk menginap lebih maksimal.
3. Lebih meningkatkan kualitas dan fasilitas hotel semaksimal mungkin untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggan atau tamu.

Bagi peneliti selanjutnya:

1. Adapun untuk penelitian selanjutnya lebih luas lagi untuk membahas tentang strategi pemasaran (*marketing mix*).
2. Untuk penelitian selanjutnya ditekankan pembahasan tentang laporan keuangan di Hotel Namira Syariah Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cetakan 1. Bandung: Pustaka Setia.
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. Edisi 1, Cetakan 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsini. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi IV, Cetakan II. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke-13, Edisi Ke-1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, Saifudin. 1995. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan (ED). 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi 1 Cetakan 10. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chair, Irana Meirina. 2017. *Hotel Room Division Management*. Edisi Pertama Cetakan ke 1. Jakarta: Kencana.
- Firdaus, Muhammad, dkk. 2005. *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFE.

- Gunawan, Imam (Ed). 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Cet. Ke-3, Edisi 1. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herdiansyah, Haris. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Masyhuri dan M. Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Morissan. 2014. *Periklanan-Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mursid. M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1, Cetakan ke 7. Jakarta: Bumi Aksara.
- Oesman, Yevis Marty. 2002. *Sukses Mengelola Marketing Mix*. Bandung: Alfabeta.
- Prastowo, Andi. 2014. *Memahami Metode - Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Edisi Ke 1, Cet. Ke 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Cetakan 1. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Produk Marketing Rasulullah saw*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suriasumantri, Jujun S dan Andi Hakim Nasoetion. 2001. *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*. Surabaya: Pustaka Sinar Harapan.
- Sulastiyono, Agus. 2004. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Swastha, Basu & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Ke 2, Cetakan ke 13. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yasid. 2003. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Cet. Ke-1, Edisi Ke-1. Jakarta: Prenamedia Group.

Penelitian

- Iriato, Sandha. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Penginapan Pada Hotel Griptha Kudus*. Skripsi Strata 1 Prodi Manajemen. Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Yose, Jerry. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Sempur Park Hotel Bogor*. Skripsi Strata 1 Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Departemen Manajemen. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Nugraheni, Putri. 2016. *Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan di Namira Hotel Syariah Yogyakarta*. Skripsi Strata 1 Manajemen Dakwah. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Yulianto, Rifqi. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Syariah: Pendekatan Marketing Mix (Studi Pada Hotel Grand Kalpataru Syariah Malang)*. Skripsi Strata 1 Manajemen. Malang: UIN Maulanan Malik Ibrahim.
- Kartini, Fitri. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta*. Skripsi Strata 1 Prodi Keuangan Islam. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Khotimah, Ferrita Nor. 2014. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Tamu Di Hotel Ros In Yogyakarta*. Skripsi Strata 1. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sitoresmi, Dwi Ayu. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Hotel Candi Baru Kota Semarang*. Skripsi Strata 1. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Dewi, Dwi Fitriana. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Perhotelan di Makassar (Studi Kasus di Grand Clarion Hotel & Convention)*. Skripsi Strata 1 Manajemen. Makassar: Universitas Hasanuddin.

A, Hafiz Syahreva. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Perhotelan Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar: Studi Kasus Sahid Jaya Yogyakarta Hotel & Convention*. Skripsi Strata 1. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Zainurrohman. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Hotel Ndalem Mantrijeron Yogyakarta*. Tugas Akhir D3. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Wawancara

Fidia, Erika. Front Office Manager Hotel Namira Syariah Pekalongan. Wawancara Pribadi. Pekalongan, 13 November 2017.

Basalamah, Mubarak Yazid. Chief Accounting Hotel Namira Syariah Pekalongan. Wawancara Pribadi. Pekalongan, 03 Februari 2018.

Leny. Tamu Hotel Namira Syariah Pekalongan. Wawancara Pribadi. Pekalongan, 04 Februari 2018.

Arka, Ariy. Tamu Hotel Namira Syariah Pekalongan. Wawancara Pribadi. Pekalongan, 04 Februari 2018.

Cahyadi, Nur. Tamu Hotel Namira Syariah Pekalongan. Wawancara Pribadi. Pekalongan, 04 Februari 2018.

Rachmawati, Rita. Tamu Hotel Namira Syariah Pekalongan. Wawancara Pribadi. Pekalongan, 04 Februari 2018.

Internet

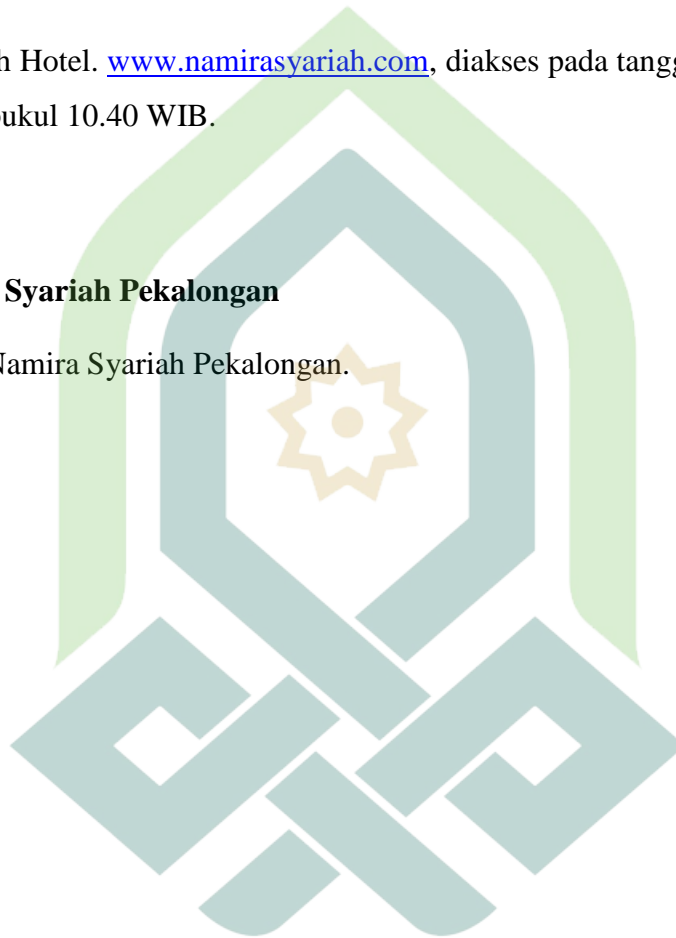
BPS Kota Pekalongan. pekalongankota.bps.go.id, diakses pada tanggal 05 Maret 2019, pukul 10.00 WIB.

Mitra Graha Manajemen. www.mgmanajemen.com, diakses pada tanggal 08 Februari 2018, pukul 10.20 WIB.

Namira Syariah Hotel. www.namirasyariah.com, diakses pada tanggal 08 Februari 2018, pukul 10.40 WIB.

Hotel Namira Syariah Pekalongan

Brosur Hotel Namira Syariah Pekalongan.





LAMPIRAN



Lampiran 1 : Panduan Wawancara

Panduan Wawancara untuk Pihak Hotel Namira Syariah Pekalongan

Mubarak Yazid Basalamah (*Chief Accounting*)

1. Bagaimana gambaran Hotel Namira Syariah Pekalongan secara rinci yang terdiri dari data umum dan data khusus ?

a. Data umum : Profil Perusahaan

Sejarah Perusahaan

Struktur Organisasi

Lokasi dan Strategi Perusahaan

Visi Misi dan Tujuan didirikannya Perusahaan

Fasilitas yang dimiliki Perusahaan

b. Data khusus : Daftar Kamar Hotel dan Fasilitas yang ditawarkan

Tarif Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan

Tujuan dan Strategi Promosi

Target Jumlah Hunian Kamar Hotel Namira Syariah
Pekalongan

Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan
tahun 2014 sampai 2016



2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P

a. Product

1. Apa saja produk yang dimiliki oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Dari beberapa produk yang dimiliki oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan, produk mana yang cenderung diminati oleh pengunjung hotel? Alasannya?
3. Apakah produk yang ditawarkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah didasarkan pada nilai kejujuran dan keadilan?
4. Apa yang membedakan produk yang dimiliki Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan hotel-hotel yang lain?

b. Price

1. Bagaimana strategi harga yang digunakan untuk produk atau jasa di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Berapakah harga yang ditawarkan oleh pelanggan dari masing-masing produk hotel?
3. Apakah harga yang ditawarkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah didasarkan pada nilai-nilai syariah?

c. Place

1. Bagaimana gambaran umum letak posisi Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Apakah lokasi dari Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah memenuhi kriteria pemasaran?



d. Promotion

1. Bagaimana sistem promosi pemasaran yang diterapkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Apa saja jenis-jenis promosi yang dilakukan Oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?
3. Kendala apa saja yang dihadapi dalam kegiatan promosi Hotel Namira Syariah Pekalongan?

e. People

1. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Rata-rata pendidikan akhir untuk setiap karyawan?
3. Bagaimana proses perekrutan karyawan?
4. Bagaimana pelatihan karyawan dan model pelatihan yang dilakukan?
5. Apa saja kegiatan rutin tahunan yang dapat membangun motivasi para karyawan?
6. Pelatihan yang digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan?

f. Process

1. Bagaimana cara Hotel Namira Syariah Pekalongan dalam usaha mempertahankan pelanggan?
2. Bagaimana Hotel Namira Syariah Pekalongan dalam membina hubungan dengan pelanggan atau relasi?
3. Bentuk kemudahan yang digunakan oleh pelanggan atau tamu hotel?
4. Kerjasama dengan lembaga atau instansi tertentu?



g. Physical Evidence

1. Bagaimana penampilan fisik Hotel Namira Syariah Pekalongan (bangunan, kendaraan, furniture interior, peralatan, simbol, dan semua petunjuk visual lainnya yang memberikan gaya layanan perusahaan dan kualitas)?





Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara untuk Pihak Hotel Namira Syariah Pekalongan

Mubarak Yazid Basalamah (*Chief Accounting*)

1. Bagaimana gambaran Hotel Namira Syariah Pekalongan secara rinci yang terdiri dari data umum dan data khusus ?

a. Data umum :

- Profil Hotel Namira Syariah Pekalongan

Jawab: Profil Hotel Namira Syariah Pekalongan ini adalah bagian usaha kami mengenalkan diri kami dengan inovasi dan mengenalkan anda kepada suatu hal baru dalam bidang akomodasi. Untuk klien kami, tamu-tamu kami dan anda.

- Sejarah Hotel Namira Syariah Pekalongan

Jawab: Semakin pesatnya perkembangan perekonomian Kota Pekalongan dengan indikator maraknya investasi yang masuk itu berlanjut seiring meningkatnya kebutuhan akomodasi hotel yang terus tumbuh dan menarik pemodal luar daerah untuk masuk dengan berbagai inovasinya. Hotel Namira Syariah Pekalongan yang menawarkan hotel berkonsep syariah pertama di Pekalongan, pertumbuhan usaha dengan menggunakan sistem syariah sesuai dengan masyarakat Pekalongan yang religius. Hotel Namira Syariah Pekalongan diresmikan pada tanggal 14 Juni 2014.

- Struktur Organisasi

Jawab: Lihat di lampiran 2.



- Lokasi dan Strategi Hotel Namira Syariah Pekalongan

Jawab: Lokasi Hotel Namira Syariah Pekalongan bertempat di Jl. Dr. Cipto No. 70. Untuk strateginya tim kami memiliki puluhan tahun pengalaman mengelola berbagai jenis properti hotel. Termasuk yang berbasis syariah. Kami menggabungkan pendekatan islami dan strategi yang baik untuk memastikan keunggulan disemua aspek dari manajemen hotel.

- Visi Misi dan Tujuan didirikannya Hotel Namira Syariah Pekalongan

Jawab: Visi, untuk menjadi pelopor, pemimpin dan memberikan suasana dan pengalaman baru dalam hotel management yang profesional, berdasarkan ajaran dan aturan Islam, dengan prinsip yang kuat, reputasi yang dapat diandalkan dalam persaingan di industri perhotelan dan akomodasi.

Misi, Senantiasa memberikan manfaat kepada kedua belah pihak, pemegang saham dan partner bisnis yang transparan dan terpercaya. Senantiasa memberikan pelayanan prima dan produk inovatif untuk kepuasan pelanggan dan tumbuh berkembang. Senantiasa melayani dengan tulus, ikhlas dan menjunjung tinggi kejujuran. Melayani bukan hanya sebagai pelanggan, namun juga sebagai teman dekat dan bagian dari keluarga yang diutamakan kepuasannya. Senantiasa meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia yang berstandar global. Senantiasa menggunakan teknologi yang efektif dan efisien, memberikan pengembangan lingkungan yang positif dan menjadikan para karyawan



bercita – cita menjadi yang terbaik juga memberikan keterampilan dan bakat yang diperlukan untuk perkembangan yang lebih baik lagi. Mengenalkan indahny Islam dengan aturan dan pedoman – pedomannya yang mulia.

Tujuan, manajemen Hotel Namira Syariah Pekalongan menawarkan anda kedalam lingkungan islami. Prinsip kami adalah memberikan penghargaan kepada mitra bisnis, pelanggan dan para tamu kami dalam memilih. Berpegang teguh dalam memberikan kualitas terbaik dan terjaga akan lingkungan sekitar.

- Fasilitas yang dimiliki Hotel Namira Syariah Pekalongan

Jawab: Hotel Namira Syariah Pekalongan memiliki jumlah kamar sebanyak 73 antara lain 53 Superior, 10 Deluxe, 5 Executive, 3 Suite, 2 President Suite. Fasilitas restoran Gahwaji Indoor Sky Lounge dan Sky Lounge Outdoor. Untuk fasilitas ruang pertemuan ada Mina Meeting Room, Arafah Meeting Room, dan Madinah Meeting Room.

- b. Data khusus :

- Daftar Kamar Hotel dan Fasilitas yang ditawarkan

Jawab: Daftar kamar hotel ada Suite Room, Deluxe Room, Executive Room, dan President Suite. Untuk fasilitas, restoran dan ruang pertemuan.

Layanan antar jemput Hotel – Stasiun Kereta Api – Hotel.



- Tarif Kamar Hotel

Jawab:

Jenis Kamar	Tarif
Superior	Rp. 400.000,-
Deluxe	Rp. 470.000,-
Executive	Rp. 590.000,-
Suite	Rp. 890.000,-
President Suite	Rp.1.090.000,-

- Tujuan dan Strategi Promosi

Jawab: Melihat dari aspek kekayaan budaya dan keberagaman masyarakat di negara kita. Dimana kita bisa dilihat dan dinikmati. Kami berusaha untuk terus mempromosikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan untuk para tamu dan pelanggan kami. Dan juga mempromosikan dakwah islam. Pemasaran yang baik merupakan salah satu hal dasar yang penting dalam meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan akan beragam permasalahan. Kami akan selalu mencari kesempatan untuk bekerjasama dan bermitra dengan pihak manapun dalam jalan yang baik dan halal.

- Target Jumlah Hunian Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan

Jawab: Kita mentargetkan lebih dari 60 %.

- Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah Pekalongan tahun 2014 sampai 2016

Jawab:

Tahun	Tingkat Hunian Kamar Hotel Namira Syariah	Persen (%)
2014	4.133	38,41%
2015	14.342	55,75%
2016	14.650	56,36%
2017	14.892	57,66%
2018	15.257	59,05%

2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P

a. Product

1. Apa saja produk yang dimiliki oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Produk kamar berjumlah 73 kamar, fasilitas restoran dan fasilitas ruang pertemuan.

2. Dari beberapa produk yang dimiliki oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan, produk mana yang cenderung diminati oleh pengunjung hotel? Alasannya?

Jawab: pasti kamar karena hotel itu langsung, orang misal datang ke hotel pasti sewa kamar, kalau ruang meeting biasanya apabila ada event-event tertentu ada wedding, arisan atau reuni. Paling dalam 1 bulan 10 sampai 15 kali event.

3. Apakah produk yang ditawarkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah didasarkan pada nilai kejujuran dan keadilan?

Jawab: Insyaallah sudah sesuai, kita tawarkan sesuai dengan apa yang ada digambar, dan dionline seperti traveloka.

4. Apa yang membedakan produk yang dimiliki Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan hotel-hotel yang lain?

Jawab: terutama syariahnya, disini bersyariah hotel lain belum tentu syariah ada yang syariah tetapi belum tentu betul-betul menerapkan syariah. Memang disini unik, bisa dilihat dari penyambutan mulai dari awal masuk hotel, disetiap koridor ruangan ada murotal pengajian.

b. Price

1. Bagaimana strategi harga yang digunakan untuk produk atau jasa di Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Untuk strategi harga melihat kompetitor terlebih dahulu, didalam kompetitor Hotel Namira Syariah Pekalongan adalah bintang 3. Melihat harga pasaran Hotel bintang 3 yang ada di Pekalongan apabila harganya sudah sesuai lalu menentukan harga yang pas untuk fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan. Untuk harga tidak terlalu tinggi dari kompetitor juga tidak terlalu rendah dan dari pihak Hotel juga sudah mengukur kesanggupan tamu untuk harganya. Jadi banyak pertimbangan yang dilakukan untuk penentuan harga. Pertimbangan yang dilakukan yakni dari lokasi Hotel yang berada di tengah Kota, fasilitas Hotel seperti parkir dan kompetitor Hotel. Apabila pertimbangan sudah dilakukan, lalu akan sesuai untuk harga yang akan diterapkan.

2. Berapakah harga yang ditawarkan dari masing-masing produk hotel?

Jawab:

Untuk fasilitas kamar:

Jenis Kamar	Tarif
Superior	Rp. 400.000,-
Deluxe	Rp. 470.000,-
Executive	Rp. 590.000,-
Suite	Rp. 890.000,-
President Suite	Rp.1.090.000,-

Untuk fasilitas ruang pertemuan:

PAKET PERTEMUAN

- FULL BOARD** Rp. 390.000,- / pax
- Akomodasi kamar
 - 2x coffee break + 2x makanan (makan siang / makan malam)
- HALF BOARD** Rp. 350.000,- / pax
- Akomodasi kamar
 - 1x coffee break + 2x makanan (makan siang / makan malam)
- ONE DAY MEETING** Rp. 180.000,- / pax
- Minimum 20 pax
 - 2x coffee break + 2x makanan (makan siang / makan malam)
 - Maksimal 12 jam



FULL DAY MEETING

Rp. 125.000,- / pax

- Minimum 20 pax
- 1x coffee break + 1x makanan (makan siang / makan malam)
- Maksimal 8 jam

HALF DAY MEETING

Rp. 90.000,- / pax

- Minimum 20 pax
- 1x coffee break + 1x makanan (makan siang / makan malam)
- Maksimal 4 jam

Catatan: Biaya Tambahan Rp. 500.000 / jam

3. Apakah harga yang ditawarkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah didasarkan pada nilai-nilai syariah?

Jawab: Insyallah sudah sesuai dengan didasarkan pada nilai-nilai syariah.

c. Place

1. Bagaimana gambaran umum letak posisi Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Letak Hotel Namira Syariah Pekalongan berada di ring 1 letak yang paling strategis ditengah kota berdekatan juga dengan alun-alun kota Pekalongan. Untuk lokasi yang sangat strategis ini sudah memenuhi kriteria pemasaran.

2. Apakah lokasi dari Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah memenuhi kriteria pemasaran?

Jawab: sudah memenuhi kriteria pemasaran karena berada di ring 1 letak yang paling strategis ditengah kota.



d. Promotion

1. Bagaimana sistem promosi pemasaran yang diterapkan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Untuk promosi dilakukan melalui website, melakukan kunjungan ke travel-travel, ke instansi, membagi brosur-brosur serta lewat billboard.

2. Apa saja jenis-jenis promosi yang dilakukan Oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) seperti Maintenance Database, Jejaring Sosial (*Social Networking*), Brosur dan Billboard. Penjualan secara langsung (*Personal Selling*), serta Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

3. Kendala apa saja yang dihadapi dalam kegiatan promosi Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Kendala promosi yang pertama pasti biaya karena ujung-ujungnya pengeluaran, misalnya akan iklan dan biayanya tinggi akhirnya tidak jadi.

e. People

1. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di Hotel Namira Syariah Pekalongan?

Jawab: Jumlah karyawan ada 55 orang. Untuk laki-laki 53 orang dan perempuan 2 orang.

2. Rata-rata pendidikan akhir untuk setiap karyawan?

Jawab: rata-rata untuk pendidikan akhir karyawan yakni SMA dan SMK.



3. Bagaimana proses perekrutan karyawan?

Jawab: Proses perekrutan karyawan dilakukan mulai dari mengajukan lamaran lalu dipanggil untuk proses interview. Setelah itu, dilakukan interview, training dan tes-tes lainnya apabila lolos akan dipanggil untuk kerja.

4. Bagaimana pelatihan karyawan dan model pelatihan yang dilakukan?

Jawab: Model pelatihan karyawan itu training, apabila training kita pernah mengambil pembicara orang luar untuk mengisi menjadi moderator.

5. Apa saja kegiatan rutin tahunan yang dapat membangun motivasi para karyawan?

Jawab: Disini ada kegiatan tahunan, setiap tahun sekali mengadakan votting, kegiatan sosial seperti donor darah, membagi takjir saat bulan ramadhan. Tidak hanya kegiatan tahunan, untuk kegiatan mingguan juga ada seperti mengadakan futsal untuk karyawan, serta bersepeda.

6. Pelatihan yang digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan?

Jawab: Model pelatihan karyawan itu training.

f. Process

1. Bagaimana cara Hotel Namira Syariah Pekalongan dalam usaha mempertahankan pelanggan?

Jawab: Menjaga kualitas dan mutu produk hotel. Selalu memperhatikan komplain-komplain dari tamu, jadi untuk komplain tamu ditanggapi langsung, untuk keluhan diperbaiki langsung. Serta untuk membuat pelanggan menjadi loyal itu dengan komunikasi.



2. Bagaimana Hotel Namira Syariah Pekalongan dalam membina hubungan dengan pelanggan atau relasi?

Jawab: Untuk pelanggan yang sebulan atau dua bulan sekali bahkan ada yang seminggu sekali apabila lama tidak datang kita telepon, menjaga hubungan dengan baik itu terus berkomunikasi dengan mereka lewat email, whatsapp, sms, telepon, instagram, facebook dan lainnya.

3. Bentuk kemudahan yang digunakan oleh pelanggan atau tamu hotel?

Jawab: Bentuk kemudahan bagi para pelanggan atau tamu hotel yakni bisa melakukan pemesanan kamar hotel melalui online seperti traveloka, atau bisa juga melalui reservasi handphone lewat whatsapp reservasi, dan bisa juga lewat email serta website. Selain itu, dari pihak hotel juga memberikan pelayanan antar jemput hotel – stasiun kereta api – hotel.

4. Kerjasama dengan lembaga atau instansi tertentu?

Jawab: Untuk kerjasama Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan hotel lain hanya sebatas membina hubungan misalnya peminjaman kursi dikarenakan adanya event yang besar. Untuk kerjasama dengan instansi perusahaan Hotel Namira Syariah Pekalongan ada kerjasama dengan PT PAJITEX (PT Panggung Jaya Indah Textile) produksi Sarung Mangga dan kebetulan masih satu owner dengan Hotel Namira Syariah Pekalongan serta dengan PT Bama Prima Textile Sarung Gajah Kursi.



g. Physical Evidence

1. Bagaimana penampilan fisik Hotel Namira Syariah Pekalongan (bangunan, kendaraan, furniture interior, peralatan, simbol, dan semua (petunjuk visual lainnya yang memberikan gaya layanan perusahaan dan kualitas)?

Jawab: Hotel Namira Syariah Pekalongan memiliki petunjuk visual yang memberi bukti atas kualitas jasa, yaitu: bangunan, kendaraan, desain interior dan furnitur, peralatan, sumber daya manusia, simbol perusahaan, serta materi cetak.





Lampiran 3 : Panduan Wawancara

Panduan Wawancara untuk Pelanggan atau Tamu Hotel Namira Syariah Pekalongan

1. Sejak kapan Anda mengenal Hotel Namira Syariah Pekalongan dan dari mana awalnya Anda mengetahui Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan merupakan alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan Anda dan fasilitas apa yang paling sering Anda gunakan?
3. Sudah berapa kali Bapak atau Ibu menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
4. Bagaimana loyalitas pelayanan yang Anda terima dari Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah sudah memuaskan?
5. Bagaimana dengan kualitas kamar yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah Anda merasa nyaman dan bagaimana dengan fasilitas yang ditawarkan?
6. Apakah Anda memilih Hotel Namira Syariah Pekalongan karena harga yang terjangkau dengan fasilitas yang ada atau karena ada hal yang lain?
7. Biasanya, melalui apa Anda melakukan pemesanan kamar atau fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
8. Menurut Bapak atau Ibu apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah menerapkan sistem syariah dalam memberikan pelayanannya?



9. Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu setelah menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?
10. Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu tentang produk, harga, promosi serta tempat yang diberikan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?



Lampiran 4 : Transkrip Wawancara

**Transkrip Wawancara untuk Pelanggan atau Tamu Hotel Namira Syariah
Pekalongan**

1. Nama : Leny
 Umur : 53 Tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Wiraswasta
 Asal : Jakarta

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sejak kapan Anda mengenal Hotel Namira Syariah Pekalongan dan dari mana awalnya Anda mengetahui?	Sejak tahun 2017, saya tau dari keponakan.
2.	Apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan merupakan alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan Anda dan fasilitas apa yang paling sering Anda gunakan?	Iya, saya menggunakan yang suite.
3.	Sudah berapa kali Bapak atau Ibu menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Baru sekali.
4.	Bagaimana loyalitas pelayanan yang Anda terima dari Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah sudah memuaskan?	Pelayanannya sudah baik, dan saya puas.
5.	Bagaimana dengan kualitas kamar yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah Anda merasa nyaman dan bagaimana dengan fasilitas yang ditawarkan?	Nyaman, bersih, untuk handuknya tidak bau. Hotelnya sangat islami.



6.	Apakah Anda memilih Hotel Namira Syariah Pekalongan karena harga yang terjangkau dengan fasilitas yang ada atau karena ada hal yang lain?	Karena fasilitas yang ada dan harga yang terjangkau,
7.	Biasanya, melalui apa Anda melakukan pemesanan kamar atau fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Saya pesannya lewat online.
8.	Menurut Bapak atau Ibu apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah menerapkan sistem syariah dalam memberikan pelayanannya?	Sudah sepenuhnya.
9.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu setelah menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Untuk selalu meningkatkan pelayanan.
10.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu tentang produk, harga, promosi serta tempat yang diberikan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Untuk parkirnya dijalan, sebaiknya diperluas lagi untuk lahan parkir.

2. Nama : Ariy Arka
- Umur : 32 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Pekerjaan : Wiraswasta
- Asal : Jakarta

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sejak kapan Anda mengenal Hotel Namira Syariah Pekalongan dan dari mana awalnya Anda mengetahui?	Sejak tahun 2017, awalnya mengetahui dari internet.
2.	Apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan merupakan alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan Anda dan fasilitas apa yang paling sering Anda gunakan?	Iya, saya menggunakan yang suite.
3.	Sudah berapa kali Bapak atau Ibu menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Saya sudah 2 kali.
4.	Bagaimana loyalitas pelayanan yang Anda terima dari Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah sudah memuaskan?	Pelayanannya sudah baik.
5.	Bagaimana dengan kualitas kamar yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah Anda merasa nyaman dan bagaimana dengan fasilitas yang ditawarkan?	Nyaman, hanya saja speaker kalau bisa lebih kecil karena terlalu besar kita susah tidur.
6.	Apakah Anda memilih Hotel Namira Syariah Pekalongan karena harga yang terjangkau dengan fasilitas yang ada atau karena ada hal yang lain?	Iya harga oke dan fasilitas oke.
7.	Biasanya, melalui apa Anda melakukan	Saya pesannya lewat



	pemesanan kamar atau fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	traveloka.
8.	Menurut Bapak atau Ibu apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah menerapkan sistem syariah dalam memberikan pelayanannya?	70 % sudah menerapkan sistem syariah.
9.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu setelah menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Baik.
10.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu tentang produk, harga, promosi serta tempat yang diberikan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Baik, sangat compatible dan murah.



3. Nama : Nur Cahyadi
Umur : 34 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Wiraswasta
Asal : Jakarta

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sejak kapan Anda mengenal Hotel Namira Syariah Pekalongan dan dari mana awalnya Anda mengetahui?	Dari tahun 2017, saya tau dari internet.
2.	Apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan merupakan alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan Anda dan fasilitas apa yang paling sering Anda gunakan?	Iya, wifi.
3.	Sudah berapa kali Bapak atau Ibu menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Sudah 2 kali.
4.	Bagaimana loyalitas pelayanan yang Anda terima dari Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah sudah memuaskan?	Pelayanannya sudah memuaskan.
5.	Bagaimana dengan kualitas kamar yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah Anda merasa nyaman dan bagaimana dengan fasilitas yang ditawarkan?	Sudah sangat bagus, dan sudah memuaskan.
6.	Apakah Anda memilih Hotel Namira Syariah Pekalongan karena harga yang terjangkau dengan fasilitas yang ada atau karena ada hal yang lain?	Ya, karena harga yang terjangkau sesuai dengan fasilitas yang ada.
7.	Biasanya, melalui apa Anda melakukan	Melalui online, traveloka



	pemesanan kamar atau fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	
8.	Menurut Bapak atau Ibu apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah menerapkan sistem syariah dalam memberikan pelayanannya?	Ya, sudah syariah.
9.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu setelah menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Hotelnya bagus bisa merasakan serasa di tanah suci.
10.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu tentang produk, harga, promosi serta tempat yang diberikan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Sangat bagus dan sangat islami.



4. Nama : Rita Rachmawati
Umur : 54 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Wiraswasta
Asal : Semarang

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sejak kapan Anda mengenal Hotel Namira Syariah Pekalongan dan dari mana awalnya Anda mengetahui?	Sejak 1 bulan yang lalu.
2.	Apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan merupakan alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan Anda dan fasilitas apa yang paling sering Anda gunakan?	Iya sangat memenuhi dan fasilitasnya bagus.
3.	Sudah berapa kali Bapak atau Ibu menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	4 sampai 5 kali.
4.	Bagaimana loyalitas pelayanan yang Anda terima dari Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah sudah memuaskan?	Pelayanannya sudah baik, dan perlu ditingkatkan lagi karena persaingan semakin banyak.
5.	Bagaimana dengan kualitas kamar yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan? Apakah Anda merasa nyaman dan bagaimana dengan fasilitas yang ditawarkan?	Kamarnya bagus, bersih, tidak kecil.
6.	Apakah Anda memilih Hotel Namira Syariah Pekalongan karena harga yang terjangkau dengan fasilitas yang ada atau karena ada hal yang lain?	Ya, yang pertama harga, yang kedua kenyamanan.



7.	Biasanya, melalui apa Anda melakukan pemesanan kamar atau fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Saya pesannya lewat online, traveloka.
8.	Menurut Bapak atau Ibu apakah Hotel Namira Syariah Pekalongan sudah menerapkan sistem syariah dalam memberikan pelayanannya?	Sudah menerapkan sistem syariahnya.
9.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu setelah menginap di Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Untuk lahan parkir perlu diperluas lagi.
10.	Bagaimana tanggapan Bapak atau Ibu tentang produk, harga, promosi serta tempat yang diberikan oleh Hotel Namira Syariah Pekalongan?	Bagus dan sangat islami.



Wawancara dengan Bapak Mubarak Yazid Basalamah (Chief Accounting)



Wawancara dengan Ibu Leny dan Saudara Ariy Arka, tamu Hotel asal Jakarta



Wawancara dengan Saudara Nur Cahyadi dan Ibu Rita Rachmawati, tamu Hotel asal Jakarta dan Semarang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Ana Fadhilah
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 03 September 1996
Alamat : Kuripan Lor Gg. 14 Pekalongan
Email : anafadhilah78@gmail.com
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung : Amat Duri (Alm)
2. Ibu Kandung : Sri Monah
3. Alamat : Kuripan Lor Gg. 14 Pekalongan

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

- SD Negeri 01 Kuripan Lor Lulus Tahun 2008
- SMP N 14 Pekalongan Lulus Tahun 2011
- MAN 03 Pekalongan Lulus Tahun 2014
- IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2014

Pekalongan, 05 September 2018

Yang membuat,

ANA FADHILAH

NIM. 2013114016

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faks. (0285) 423418

Nomor : 563/In.30/M.6/PP.00.9/10/2017
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

11 Oktober 2017

Kepada Yth,
Manajer Hotel Namira Syariah Kota Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Ana Fadhilah
NIM : 2013114016

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Hotel Di Hotel Namira Syariah Pekalongan".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

An Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhriana, M.S.I. ✓

NIP. 19701232003121001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **ANA FADHILAH**
NIM : **2013114016**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN
KAMAR HOTEL DI HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN“**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



ANA FADHILAH
NIM. 2013114016

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.





Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Februari 2018

Yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : MUBARAK YAZID BASALAMAH

Jabatan : CHIEF ACCOUNTING

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini:

Nama : ANA FADHILAH

NIM : 2013114016

Jurusan / Fak : Ekonomi Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam

Kampus : IAIN Pekalongan

Telah melaksanakan penelitian di Hotel Namira Syariah Pekalongan pada periode 13 November 2017 sampai dengan 23 Februari 2018 untuk memperoleh data guna tugas penyusunan Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Hotel di Hotel Namira Syariah Pekalongan”**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan dengan semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat kami,



Mubarak Yazid Basalamah
Chief Accounting