

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. KONTEKS PENELITIAN

Mobilitas masyarakat modern zaman sekarang berbeda dengan masyarakat dahulu yang masih menganggap asas tradisional sebagai kekuatan utama dalam kehidupan yang bernilai. Mobilitas itu sendiri bisa saja dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah unsur pendidikan, politik, maupun yang bersifat sosiokultural. Proses interaksi sosial mengakibatkan terjadinya pengesahan pola pikir dan tata nilai dari satu pihak ke pihak lain. Interaksi sosial memungkinkan terjadinya perubahan pola pikir dan terjadinya mobilitas dalam masyarakat. Mobilitas sendiri yaitu suatu gerak dalam struktur sosial yaitu pola-pola tertentu yang mengatur organisasi suatu kelompok sosial. Struktur sosial mencakup sifat hubungan antara individu dengan kelompok dan hubungan antara individu dalam kelompoknya.<sup>1</sup>

Masyarakat dalam bermobilitas biasanya dikarenakan adanya faktor kedudukannya yang tinggi dalam kelompok sosial, faktor pekerjaan, perbedaan kemampuan antar individu, keadaan ekonomi, faktor kependudukan, keinginan melihat sesuatu hal yang lebih baik, maupun menginginkan fasilitas yang lebih baik lagi dalam pelayanan

---

<sup>1</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2006), 201.

bermasyarakatnya. Hal-hal tersebut akan berpengaruh terhadap proses mobilitas sosial yang akan berlangsung.<sup>2</sup>

Seperti dicontohkan, perpindahan kelas sosial seseorang menginginkan dan menggunakan fasilitas yang lebih baik, diantaranya ketika mereka sedang melakukan perjalanan jauh keluar dari tempat tinggalnya, mereka akan memilih tempat penginapan untuk digunakan sebagai tempat beristirahat sementara. Karena memang dalam bepergian jauh mereka menginginkan tempat sementara untuk beristirahat menggunakan fasilitas yang nyaman, juga menjaga keselamatannya dalam bepergian jauh. Disini hotel berperan penting di mata mereka, karena salah satunya mampu memberikan fasilitas nyaman dan sebagai tempat beristirahat.

Perbedaan lain dalam masalah fasilitas dan kenyamanan seseorang dalam hal kebudayaan. Faktor ini salah satunya memunculkan keragaman seseorang memilih fasilitas yang berbeda antar agama. Seperti halnya fasilitas yang diinginkan oleh seorang muslim. Sebagai seorang muslim tentu memiliki prinsip-prinsip dalam memilih fasilitas yang ingin diperolehnya, diantaranya adalah fasilitas hotel. Indonesia yang notabene berpenduduk muslim terbesar di dunia, masyarakatnya memungkinkan akan menginginkan fasilitas sesuai prinsip-prinsipnya.

Tingkat kesadaran halal dan nilai Islam yang semakin meningkat membuat tuntutan terhadap fasilitas hotel dan usaha pariwisata berbau Islam juga meningkat. Esensi dari nilai Islam adalah menyingkirkan hal yang tidak baik bagi manusia dan lingkungan. Karena memang, hotel-hotel pada

---

<sup>2</sup> Ibid., 215.

umumnya lebih sering disalah gunakan sebagai tempat-tempat maksiat. Berbagai kasus yang terjadi di hotel yang dipublikasikan oleh berbagai media membuktikan keberadaan hotel ini sangat rawan dari berbagai sifat kemaksiatan. Seperti halnya dilansir dari detik.com tanggal 24 maret 2016, “10 Pasangan Mesum di Hotel di Purwakarta Diamankan, Ada Wanita di Bawah Umur”.<sup>3</sup> Isi berita tersebut menyampaikan, bahwa melalui Dinas Perhubungan Kebudayaan Pariwisata Pos dan Telekomunikasi (Dishubbudparpostel) mengeluarkan surat edaran mengenai pembatasan usia tamu hotel yang ada di Purwakarta. Dari hasil razia terhadap tiga hotel yang berada di pusat kota Purwakarta, menemukan 10 pasangan mesum yang sedang menginap di hotel tersebut. Setelah di razia, pasangan segera dibawa ke Kantor Satpol PP untuk dilakukan pembinaan. Berita ini adalah salah satu dari banyaknya berita yang ada mengenai keburukan dari hotel-hotel pada umumnya.

Dari permasalahan itu, peran penting akan adanya prinsip suatu hotel yang mengedepankan perketatan bagi tamu hotel yang akan menginap, membuat prinsip ini perlu di wujudkan. Yaitu berwujudnya adanya unsur nilai Islam, perwujudan akan berlangsungnya penggunaan fasilitas bernilai Islam yang lebih baik lagi, demi menyingkirkan kemaksiatan dan perbuatan yang mengakibatkan dosa yang terjadi di masyarakat.

Sebagaimana dalam masalah hubungan antar sesama telah disebutkan dalam Alqur’an, dimana Allah telah melarang dalam hubungan kemaksiatan, yaitu dalam Q.S. Al-Ma’idah ayat 2:

---

<sup>3</sup> Detik.com pada tanggal 24 Maret 2016, *10 Pasangan Mesum di Hotel Diamankan*. <http://m.detik.com/news/berita/3173645/10-pasangan-mesum-di-hotel-di-purwakarta-diamankan-ada-wanita-di-bawah-umur>. Diakses tanggal 01 april 2016.

وتعاونوا على البر والتقوى مد ولا تعاونوا على الإثم والعدوان ع  
واتقوا الله مد إن الله شديد العقاب.

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Dalam masalah perekonomian, jika kita lihat dari dalil di atas, bahwa perekonomian haruslah mempunyai fungsi dan kedudukan dalam menanggulangi unsur kemaksiatan. Begitu pula dengan adanya peran hotel di masa sekarang ini, hotel-hotel sebagai salah satu perwujudan ekonomi haruslah menghindarkan dari kemaksiatan dan perbuatan yang mengandung dosa. Hal inilah salah satu yang menjadikan hotel berprinsip Islam menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang telah sadar akan kewajiban meninggalkan unsur kemaksiatan didalamnya. Bagi masyarakat lain akan antipati terhadap hotel-hotel pada umumnya yang sifatnya memang banyak digunakan sebagai tempat maksiat.

Untuk itu, seperti halnya di Kediri tepatnya di desa Bandar Kidul Kecamatan Mojoroto, terdapat salah satu hotel dengan nama Hotel Muslim. Hotel Muslim telah berdiri sejak sekitar tahun 1995, yang mana telah mengalami pasang surut perekonomian dalam pesanan pengunjung hotel. Letak Hotel Muslim memang cukup strategis jika dilihat dari lingkup agamisnya, yaitu tepat di depan Pondok Pesantren Mau'nah Sari Bandar Kidul, dan berdekatan dengan Masjid Darunnajah, Pondok Pesantren Al-Ma'ruf Kedonglo (*Wahidiyah*), Pondok Pesantren Salafiyah dan Pondok Pesantren Al-Islah.

Keunikan hotel tersebut adalah dengan adanya label “Muslim” di nama hotel itu sendiri. Kata “Muslim” jika kita pahami sendiri adalah, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah seorang penganut Agama Islam.<sup>4</sup> Artinya, Hotel Muslim menginginkan suatu hal yang berbeda dalam menarik konsumennya, yaitu terutama konsumen muslim. Karena dari segi konsumen dalam berperilaku memilih barang dan jasa, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu di antaranya yaitu faktor kebudayaan, dimana budaya adalah karakter masyarakat secara keseluruhan, termasuk di dalamnya beberapa faktor yang meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, musik, seni, teknologi, pola kerja, produk, dan ciri lainnya yang memberikan perbedaan warna dari masyarakat lainnya.<sup>5</sup>

Label “muslim” menjadi salah satu strategi dalam pemasaran hotel tersebut dalam mengikat konsumen, terutama konsumen muslim. Sedangkan yang dinamakan dengan strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan<sup>6</sup>.

Peneliti juga tertarik meneliti akan keberadaan dan fungsi label “Muslim” bagi masyarakat, terutama bagi konsumen yang akan menggunakan jasa Hotel Muslim. Dari banyaknya berita-berita negatif yang bermunculan di media-media mengenai hotel pada umumnya, membuat salah

---

<sup>4</sup> Kepala Pusat dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), 632.

<sup>5</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo, 2013). 89.

<sup>6</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 168.

satu ketertarikan penulis untuk membahas Hotel Muslim ini. Dari permasalahan tersebut, penulis ingin meneliti keberadaan strategi pemasaran Hotel Muslim dalam meningkatkan minat konsumen.

Dari permasalahan inilah penulis ingin meneliti faktor- faktor keberadaan, fungsi serta kedudukan strategi Hotel Muslim dalam meningkatkan minat konsumen. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Peran Strategi Pemasaran Hotel Muslim Bandar Kidul Kediri dalam Meningkatkan Minat Konsumen”**.

## **B. FOKUS PENELITIAN**

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Hotel Muslim dalam menarik konsumen?
2. Bagaimana peran strategi pemasaran Hotel Muslim dalam meningkatkan minat konsumen di Hotel Muslim tersebut?

## **C. TUJUAN PENULISAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah, antara lain;

1. Untuk mengetahui bagaimanakah strategi yang diterapkan oleh Hotel Muslim sehingga bisa menarik konsumen?
2. Untuk mengetahui peran strategi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen di Hotel Muslim.

#### **D. KEGUNAAN PENELITIAN.**

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan agar hasil penelitian dapat berguna:

##### **1. Kegunaan teoriti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan pengetahuan dalam penerapan ilmu-ilmu perekonomian yang ada di suatu perusahaan, terutama dalam perusahaan Islam. Dalam hal ini yang dimaksud adalah penerapan strategi Hotel Muslim dalam menjalankan bisnisnya.

##### **2. Kegunaan praktis**

- a. Bagi penulis sendiri, sebagai sarana mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah. Sehingga penulis dapat menambah ilmu secara praktis dalam perkembangan Ekonomi Islam di mata konsumen, bahkan dalam penerapan hubungan mu'amalah dalam kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan syariat Islam dan hubungan ilmu ekonomi dalam praktek-prakteknya .
- b. Bagi perusahaan, sebagai kritik maupun masukan untuk menambah informasi yang bermanfaat dalam adanya penelitian mengenai keinginan konsumen mengenai pelayanan ataupun lainnya yang bersifat membangun di tempat ini.
- c. Bagi pihak lain, yang berkepentingan dan menaruh minat penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan.

## E. TELAAH PUSTAKA

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku atau tulisan-tulisan yang ada terkait dengan topik atau masalah yang akan diteliti. Dalam telaah pustaka ini penyusun mencoba menjelaskan dan menelaah terhadap penelitian-penelitian, dan beberapa studi yang terkait atau serupa dengan penelitian yang akan penyusun kaji yaitu diantaranya:

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Mie Ayam Malioboro Pasar Bandar Kediri Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” yang ditulis oleh Sutantri dari STAIN Kediri, yang meneliti mengenai bagaimana strategi yang diterapkan oleh Mie Ayam Malioboro Pasar Bandar dalam menjual dagangannya kepada konsumen. Alasan kuat dari penulis memilih Mie Ayam Malioboro sebagai objek penelitian adalah adanya bentuk strategi yang diterapkan oleh Mie Ayam Malioboro. Dimulai dari barang dagangan yaitu mie, yang memiliki pangsa pasar yang cukup bagus dari anak-anak hingga yang cukup umur bisa menikmati. Kedua, harga yang terjangkau dan bermutu membuat mie bisa dapat dibeli oleh siapa saja. Ketiga, promosi yang dilakukan oleh Mie Ayam Malioboro adalah dengan melakukan promosi dari brosur, majalah komunikasi langsung dari mulut ke mulut bisa menjadikan Mie Ayam Malioboro bisa dikenal oleh Masyarakat luas. Mie Ayam Malioboro menetapkan *royalty* dalam bekerja sama. Yaitu dengan membeli bumbu dari manajemen pusat untuk digunakan sebagai bumbu produk mie Mie Ayam Malioboro.



Selanjutnya adalah skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran UD Universal Bakery di Dusun Garu Desa Garu Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” yang ditulis oleh saudari Hawin Mufida dari STAIN Kediri. Perbedaan mendasar dari penelitian oleh Sutantri adalah, di penelitian ini di UD Universal Bakery kebijakan strategi yang cukup bagus. Karena memang roti kurang begitu diminati oleh banyak kalangan, berbeda dengan mie. Yaitu dengan adanya produk roti, yang tidak bisa lepas dari proses pemasaran yang harus dijual ke tempat-tempat lain. Hal inilah yang membedakan secara garis besar dengan penelitian Sutantri. Di UD Universal Bakery mempunyai keunikan, dalam proses pemasarannya ketika harga bahan baku dan harga BBM naik harga roti tidak ikut naik. Hal ini adalah salah satu strategi bagaimana konsumen tidak lari ke produk lain. UD Universal Bakery telah masuk ke dalam pasar yang cukup bagus, yakni pemasarannya telah masuk ke Indomart dan Alfamart.

Selanjutnya adalah skripsi dengan judul “Peran Label Syariah pada Strategi Pemasaran UD Putro Tani Plosorejo Janti Papar Kediri dalam Meningkatkan Penjualan” oleh saudari Layyinatul Fitria. Skripsi dari Fitria adalah menjelaskan bagaimana peran label “syari’ah” di mata konsumen. UD Putro Tani Plosorejo Papar menerapkan strategi pemasaran yang berbeda dengan toko pertanian lainnya yakni dengan melekat atau membubuhkan label syari’ah pada tokonya agar memperoleh banyak konsumen yang berdampak pada peningkatan penjualan di toko dan berbagai usaha di UD PUTRO TANI. UD PUTRO TANI dapat diketahui bahwa peningkatan penjualan tidak hanya dipengaruhi oleh label syari’ah saja, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa

faktor seperti produk yang berkualitas, benih yang benar-benar bagus dan harga yang relatif murah dari UD lainnya.

Skripsi di atas jelas berbeda dengan penelitian yang ingin penulis lakukan, karena penulis lebih menekankan pada peran strategi pemasaran di Hotel Muslim Bandar Kidul Kediri dalam meningkatkan minat konsumen. Penulis lebih memilih obyek yang jarang diteliti dan mempunyai label Muslim, artinya penulis lebih menekankan pada bagaimana strategi yang diterapkan di Hotel Muslim dalam meningkatkan minat konsumen. Dengan adanya hal tersebut, maka skripsi yang dilakukan peneliti jelas berbeda dengan penelitian yang terdahulu, karena objek dan produknya sudah berbeda, sehingga hasil penelitiannya pun juga akan berbeda.