

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang terus tumbuh dan berkembang, menuntut dan mendorong seorang pembisnis untuk menghadapipersaingan antar bisnis. Setiap saat seseorang berpartisipasi di dunia perbisnisan, seperti kegiatan jual beli suatu barang atau jasa. Salah satunya yaitu bisnis yang bergerak di bidang jasa penginapan, peluang bisnis jasa penginapan atau hotel di Kota Kediri kini sangat pesat dan menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Persaingan yang ketat telah memaksa perusahaan jasa untuk berinovasi dan bersaing dengan penginapan yang lainnya.<sup>1</sup> Hal utama yang dibutuhkan pengunjung atau konsumen adalah lokasi yang nyaman, bersih dan aman. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada seorangkonsumen adalah sesuatu hal yang dapat mempengaruhi sukses atau tidaknya suatu bisnis penginapan. Pada saat yang sama, untuk menghadapi persaingan pasar (bisnis) yang terus berkembang, seorang pembisnis harus mempunyai perkembangan strategi bisnis yang tepat dan maksimal.

Memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsisten terhadap pelanggan atau konsumen ialah salah satu tantangan terbesar yang harus dihadapi suatu bisnis jasa penginapan, dan hal tersebut juga merupakan sesuatu yang dapat membentuk kesan yang baik terhadap tamu yang menginap.<sup>2</sup> Kunci keberhasilan suatu bisnis dengan mengutamakan

---

<sup>1</sup> Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.2.

<sup>2</sup>Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: CV.Andi 2013).

pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen ialah strategi bisnis.<sup>3</sup> Diperlukannya strategi perusahaan yang tepat dan efektif untuk mempertahankan bahkan mengembangkan suatu bisnis tersebut serta dapat mempertimbangkan dan mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Di Kota Kediri persaingan usaha perhotelan cukup ketat, dikarenakan adanya penginapan atau hotel lain yang berdiri di kota ini. Tingginya persaingan industri hotel saat ini, menjaga pelanggan dan konsumen baru supaya tidak berpindah menginap pada hotel pesaing adalah tujuan strategi perusahaan yang wajib diutamakan.<sup>4</sup>

Semakin banyaknya pengusaha perhotelan yang juga menerapkan prinsip-prinsip syari'ah pada manajemen hotelnya, mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa hotel yang berbasis syari'ah. Di Kediri banyak sekali bisnis perhotelan yang berbasis syari'ah. Peneliti memilih tiga hotel berbasis syari'ah untuk dijadikan perbandingan, sebagai berikut :

---

<sup>3</sup>Arif Yusuf Hamali, "*Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*", (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 196.

<sup>4</sup>Widyarini, "*Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*", (Yogyakarta: EKBISI, 2013).

Tabel 1. 1 Hotel Berbasis Syari'ah Di Kediri

No	Bentuk Fasilitas & Pelayanan	Nama Hotel Berbasis Syari'ah		
		Hotel Welirang Syari'ah	Hotel Salma Syari'ah	Rahayu Residence Syari'ah
1.	Fasilitas Hotel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fitness</li> <li>- Restaurant</li> <li>- Wi-Fi</li> <li>- Layanan</li> <li>- Cleaning service</li> <li>- Resepsionis</li> <li>- Tempat parkir</li> <li>- Sarapan gratis</li> <li>- Mushola</li> <li>- Laundry</li> <li>- Area merokok</li> <li>- Properti bebas asap rokok</li> <li>- Penitipan barang</li> <li>- CCTV</li> <li>- Ruang tamu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Layanan kamar</li> <li>- Cleaning sevice</li> <li>- Resepsionis</li> <li>- Tempat parkir</li> <li>- Mushola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Layanan kamar</li> <li>- Wi-Fi</li> <li>- Cleaning sevice</li> <li>- Resepsionis</li> <li>- Tempat parkir</li> <li>- Ruang makan</li> <li>- Ruang tamu</li> <li>- Non-smooking rooms</li> </ul>
2.	Fasilitas Kamar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wi-Fi</li> <li>- AC</li> <li>- TV layar datar</li> <li>- Lemari pakaian</li> <li>- Room service</li> <li>- Meja</li> <li>- Air mineral</li> <li>- Alat pembuatan minuman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TV layar datar</li> <li>- AC</li> <li>- Wi-Fi</li> <li>- Meja</li> <li>- Air mineral</li> <li>- Air conditioner</li> <li>- Hand sanitizer</li> <li>- Kamar mandi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wi-Fi</li> <li>- TV layar datar</li> <li>- AC</li> <li>- Meja</li> <li>- Air conditioner</li> <li>- Hand sanitizer</li> <li>- Kamar mandi</li> <li>- Shower</li> </ul>

No	Bentuk Fasilitas & Pelayanan	Nama Hotel Berbasis Syari'ah		
		Hotel Welirang Syari'ah	Hotel Salma Syari'ah	Rahayu Residence Syari'ah
		- Hand sanitizer - Air conditioner - Kamar mandi - Shower - Kebutuhan mandi	- Shower - Kebutuhan mandi	- Perlengkapan mandi
3.	Tipe Kamar	- Double bed - Twin bed	- Kamar deluxe - Kamar deluxe twin	- Kamar standar - Kamar deluxe
4.	Tarif Harga	Rp. 150.000 Sampai dengan Rp. 175.000	Rp. 180.000 Sampai dengan Rp. 250.000	Rp. 190.000 Sampai dengan Rp. 250.000

*Sumber : Wawancara Hotel Welirang Syari'ah, Hotel Salma Syari'ah, Rahayu Residence Syari'ah*

Berdasarkan tabel 1.1, hotel berbasis syari'ah yang tertera di atas mempunyai fasilitas yang berbeda-beda dengan sistem yang berbeda serta harga yang beragam. Di lihat dari tabel diatas, bahwa hotel yang mempunyai fasilitas lebih lengkap dan dengan harga yang lebih standart adalah Hotel Welirang Syari'ah dan hal itulah yang menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti pada hotel tersebut. Hotel Welirang Syari'ah yang berdiri dengan menjalankan prinsip-prinsip syari'ah dan sekaligus menjadi objek penelitian ini, beralamat di Jl. Welirang No. 14 Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri. Terletak strategis di pertengahan Kota Kediri,

berdekatan dengan kantor kenegaraan, pusat perkantoran, pusat perbelanjaan serta pusat kesehatan. Hotel ini terdiri dari 20 kamar, menawarkan 2 tipe kamar yaitu *Double Bed* dan *Twin Bed* dengan harga terjangkau untuk setiap tipe.<sup>5</sup>

Persaingan ketat antar usaha perhotelan menjadikan kendala bagi Hotel Welirang Syari'ah, sebab persaingan dilakukan dengan hotel-hotel lainnya yang ada di Kota Kediri, dari hotel konvensional maupun hotel yang juga berbasis syari'ah. Menurut hotel yang berbasis syari'ah, dalam melakukan strategi pemasaran mempunyai pasar yang berbeda dengan yang lainnya, dikarenakan masyarakat yang masih beranggapan bahwa hotel berbasis syari'ah hanya dikhususkan untuk tamu atau konsumen yang muslim saja, padahal hotel yang berbasis syari'ah juga menerima konsumen yang bukan muslim juga. Hal ini menjadi permasalahan yang harus dihadapi Hotel Welirang Syari'ah dalam melakukan bisnisnya dandapat meningkatkan citra hotel yang berbasis syari'ah.<sup>6</sup>

Porter (1993) menjelaskan, bahwa “persaingan dalam bisnis ialah hakikat dari suatu kesuksesan”. Setiap perusahaan wajib menggunakan strategi tersendiri yang mempunyai tujuan menangani kekuatan untuk kepentingan perusahaan agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapinya. Porter mempercayai bahwa kompetitif suatu perusahaan terikat pada 5 kekuatan Porter.<sup>7</sup> Kerangka 5 kekuatan Porter adalah cara sangat ampuh apabila pada

---

<sup>5</sup>Hasil Observasi Pada Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri Pada Tanggal 16 April 2022.

<sup>6</sup>Salma Durroh Salsabilati, “*Analisis Strategi Bersaing Namira Hotel Syari'ah dengan Porter Five Forces*”, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), h. 2.

<sup>7</sup>Michael E. Porter, “*Strategi Bersaing*”, (Jakarta: Erlangga, 1998), h. 15

tangan seorang manajer mempunyai keunggulan yang terampil.<sup>8</sup> Penerapan strategi dari Michael E. Porter diperlukan untuk mengetahui bagaimana strategi *Porter Five Forces* yang pada Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri yang dapat mempengaruhi tingkat hunian hotel.

**Tabel 1. 2 Jumlah Pelanggan Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri**

No	Tahun	Jumlah Kamar Hotel Yang Terisi
1	2019	1176 Kamar
2	2020	924 Kamar
3	2021	1206 Kamar
4	2022	1259 Kamar

*Sumber: Hotel Welirang Syariah Kota Kediri*

Seperti yang dilihat oleh peneliti, bahwa tingkat hunian hotel pada tahun 2020 terjadi penurunan yang diakibatkan oleh adanya virus Covid-19, namun apabila dilihat dari jumlah pelanggan yang menginap tersebut masih mencapai angka yang tidak jauh berbeda dengan sebelum adanya virus Covid-19, dapat dikatakan bahwa dengan penerapan strategi bersaing *Porter Five Forces* yang dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat hunian untuk tahun berikutnya seperti tabel di atas. Penurunan jumlah pelanggan yang terjadi pada tahun 2020 tersebut tidak diakibatkan oleh penerapan strategi yang ada pada hotel, namun diakibatkan oleh adanya kondisi alam yaitu virus Covid-19 yang mempengaruhi seluruh perekonomian yang ada di Indonesia.

Dengan ini, peneliti menggunakan strategi bersaing *Porter Five Forces* untuk melihat objek bisnis yang di kembangkan dalam upaya meningkatkan strategi bersaing. Peneliti menekankan pada bisnis perhotelan yaitu Hotel

---

<sup>8</sup>Paskalino Jimmy Foris dan Ronny H. Mustamu, "Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan Porter Five Forces", (Surabaya: AGORA Vol. 3, No. 1, 2015), h. 736.

Welirang Syari'ah yang masih jarang digunakan sebagai objek penelitian, serta strategi *Porter Five Forces* yang masih jarang digunakan dalam penelitian. Mengetahui strategi dalam suatu bisnis perhotelan ini sangatlah penting, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “**Analisis Porter Five Forces Dalam Upaya Meningkatkan Strategi Bersaing (Studi Kasus Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri)**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi *Porter Five Forces* pada Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri?
2. Bagaimana implementasi *Porter Five Forces* dalam upaya meningkatkan strategi bersaing pada Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri.

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui implementasi *Porter Five Forces* pada Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui implementasi *Porter Five Forces* dalam upaya meningkatkan strategi bersaing pada Hotel Welirang Syari'ah Kota Kediri.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi peneliti berikutnya yang terkait, serta dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam mempertahankan suatu bisnis.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu peneliti dalam bidang manajemen pemasaran khususnya pada pengetahuan mengenai strategi pemasaran untuk mempertahankan suatu bisnis serta penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan pada bidang yang sama secara lebih mendalam.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis :

1. Analisis Strategi Bersaing Namira Hotel Syari'ah Dengan *Porter Five Forces* Oleh Salma Durroh Salsabilati (2018), Mahasiswi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penelitian ini mengenai strategi bersaing dengan menggunakan *Porter Five Forces* adalah strategi pemusatan (fokus) untuk menganalisis strategi bersaing yang digunakan Namira Hotel Syari'ah, Penelitian ini termasuk

penelitian Kualitatif, dengan menganalisis data yang ada dan wawancara kepada satu orang manajer hotel dan lima orang pengunjung hotel.<sup>9</sup>

2. Strategi Bersaing Produk Usaha Roti Zahra Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Desa Salujambu Kecamatan Lamasi Oleh Wiwik Karmila (2021), Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif yang membahas mengenai strategi bersaing Produk Usaha Roti Zahra Dalam Meningkatkan Daya Saing yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman usaha roti Zahra dalam upaya meningkatkan daya saing dengan menggunakan Analisis *Porter Five Forces*, adapun analisis *Porter Five Forces* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut ada dua kekuatan Porter yaitu ancaman pendatang baru dan kekuatan tawar-menawar pemasok yang lemah dan ada satu kekuatan Porter yaitu kekuatan tawar-menawar pemasok yang sedang dan yang menjadi peluang untuk usaha Roti Zahra.<sup>10</sup>

3. Strategi Pemasaran Hotel Syari'ah Perspektif Marketing Syari'ah (Studi Kasus Grand Dafam Rohan Jogja – DHM Syari'ah) oleh Muhammad Riski Hidayat (2021), Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran syari'ah dalam menarik pelanggan, Penelitian ini termasuk penelitian Kualitatif, dengan hasil bahwa strategi pemasaran hotel syariah yang dijalankan oleh Grand Dafam Rohan Jogja telah mencakup semua point penting yang terkandung

---

<sup>9</sup> Salma Durroh Salsabilati, "*Analisis Strategi Bersaing Namira Hotel Syari'ah Dengan Porter Five Forces*", (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), h. 14

<sup>10</sup> Wiwik Karmila, "*Strategi Bersaing Produk Usaha Roti Zahra Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Desa Salujambu Kecamatan Lamasi*", (Palopo: Institut Agama Islam Negeri, 2021), h. 21

dalam pemasaran syariah. Untuk cakupan promosi, Grand Dafam Rohan Jogja juga bekerjasama dengan para online travel agent. praktik penerapan prinsip-prinsip syariah secara keseluruhan kegiatan pada Grand Dafam Rohan Jogja telah sesuai prinsip-prinsip syariah.<sup>11</sup>

4. Analisis Strategi Pemasaran Hotel Berbasis Syari'ah ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syari'ah (Studi Kasus Hotel Wali Songo Surabaya) oleh Izzatun Maghfirah (2018), Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai strategi pemasaran hotel syari'ah yang ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syari'ah. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi marketing erat kaitannya dengan manajemen, apabila strategi marketing dibawah standar maka dapat mempengaruhi kualitas, produk, jasa, pengelolaan dan pelayanannya menjadi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka perlu peningkatan dari strategi dengan penerapannya, maka hotel harus memberikan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan syariah Islam sebagaimana tinjauan yang sudah diterapkan yakni etika bisnis Islam dan marketing syari'ah.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah pertama, sama-sama meneliti tentang strategi dalam suatu penginapan atau hotel. Kedua,

---

<sup>11</sup> Muhammad Riski Hidayat, "*Strategi Pemasaran Hotel Syari'ah Perspektif Marketing Syari'ah (Studi Kasus Grand Dafam Rohan Jogja – DHM Syari'ah)*", (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2021), h. 24

<sup>12</sup> Izzatun Maghfirah, "*Analisis Strategi Pemasaran Hotel Berbasis Syari'ah ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syari'ah (Studi Kasus Hotel Wali Songo Surabaya)*", (Kediri: Institut Agama Islam Negeri, 2018), h. 12

sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada teori yang digunakan dan objek yang diteliti serta waktu melakukan penelitian, dimana penelitian ini dilakukan pada Hotel Welirang Syari'ah di Jl. Welirang No. 14 Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.