

Analisis Strategi Pemasaran Pada Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Tivani Adelia Putri

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

200721100009@student.trunojoyo.ac.id

Dahruji

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

dahruji@trunojoyo.ac.id

Received: November 14, 2023, Revised: January 26, 2024

Accepted: January 28, 2024 Published: January 30, 2024

Abstract: *Marketing strategy is a design of goals and objectives in the field of marketing, which contains directions related to activities that will be carried out in order to realize a company's marketing objectives. In the marketing mix, there are the most appropriate marketing tools which are usually referred to as the 7Ps, these terms include (product, price, place, promotion, people, physical evidence, process). The next theory used in this research is the theory of Islamic business ethics, which is an activity or series of business activities that refers to Islamic principles and has the aim of remembering Allah SWT in the context of worship. The principles underlying Islamic business ethics include (unity, equilibrium, responsibility, benevolence, free will). The purpose of this research is to analyze and describe how the marketing strategies implemented by accommodation are viewed from Islamic business ethics. The research method used is qualitative research with the type of field research. The results of this research are qualitative research with a descriptive approach, where data is collected through documentation, interviews and observations and then analyzed using inductive data analysis techniques. This research produces a marketing strategy concept that is in accordance with the 7P concept, which has been adapted to sharia provisions. This research can also be a basis for sharia lodging businesses in accordance with Islamic sharia.*

Keywords: *Marketing Strategy, Islamic Business Ethics, Lodging*

Abstrak: Strategi pemasaran merupakan rancangan tujuan serta sasaran secara dalam bidang pemasaran, yang berisi arahan terkait kegiatan yang akan dilaksanakan guna terwujudnya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam *marketing mix*, terdapat alat *marketing* paling tepat yang biasa disebut dengan istilah 7P, istilah tersebut diantaranya (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*). Teori selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori etika bisnis islam yang merupakan aktivitas atau serangkaian kegiatan bisnis yang mengacu terhadap aturan-aturan prinsip islami, serta, mempunyai tujuan guna mengingat Allah SWT dalam rangka

beribadah. Adapun prinsip-prinsip yang mendasari etika bisnis islam diantaranya ialah (*unity, equilibrium, responbility, benevolence, free will*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis serta menguraikan bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan penginapan ditinjau dari etika bisnis islam. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan atau *field research*. Hasil penelitian ini merupakan penelitian kualitatif pendekatan deskriptif, yang mana pengumpulan datanya melalui dokumentasi, wawancara dan observasi kemudian di analisis menggunakan teknik analisis data yang induktif. Penelitian ini menghasilkan konsep strategi pemasaran yang telah sesuai dengan konsep 7P, yang telah disesuaikan dengan ketentuan syariah, penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pelaku bisnis penginapan syariah sesuai syariat islam.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam, Penginapan

A. Pendahuluan

Perkembangan ilmu ekonomi islam sangatlah pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwasannya ilmu ekonomi islam ini, ialah suatu ilmu yang tumbuh serta berkembang sebagai suatu gerakan ekonomi dalam bidang ilmu pengetahuan. Perkembangan tersebut telah menunjukkan kemajuan yang sangat bermakna, dalam hal ini perkembangan ilmu ekonomi islam dapat pula menjadi sistem ekonomi alternatif dari sistem ekonomi kapitalis serta sosialis yang telah berkembang pesat hingga saat ini. Selain itu, baik masyarakat muslim maupun non muslim bisa menggunakan sistem ekonomi alternatif tersebut. Pemikiran para ahli banyak di jumpai dalam sistem ekonomi islam yang telah diterapkan di Indonesia saat ini, karena pemikiran ekonomi islam ini sudah pasti sangat aplikatif sekali. Dalam praktiknya ekonomi islam telah berkembang dalam bentuk kelembagaan seperti halnya, Perbankan Syariah, Asuransi Syariah dan juga perhotelan yang berbasis syariah. Hotel atau penginapan yang berbasis syariah ini juga telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan.¹

Industri pariwisata tentunya sangat erat kaitannya dengan bisnis akomodasi, khususnya dalam bidang perhotelan atau penginapan. Perkembangan serta pertumbuhan dunia pariwisata ini sangatlah bergejolak dampaknya. Maka, apabila perkembangan sebuah usaha ini mempunyai label syariah tentunya akan mempunyai daya tarik tersendiri terhadap para konsumen.² Penggunaan label syariah pada perkembangan penginapan ialah salah satu wujud atas dasar menegakkan aturan islam.³ Selain itu, perkembangan hotel atau penginapan syariah juga dapat terjadi dengan banyaknya jumlah hotel yang ada di setiap daerah, seperti halnya di Madura sendiri khususnya di Kabupaten Bangkalan tercatat sudah ada 5 hotel atau

¹ Islamic Business and Finance Ibf, "PENGARUH LABEL SYARIAH PADA HOTEL TERHADAP JUMLAH Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Iqra Annisa Pekanbaru e - Mail : Ikaernitasari75@yahoo.Com Abstack Pengaruh Label Syariah Pada Hotel Ika Ernita Sari , Dkk Islamic Business And" 2, no. 1 (2021): 1–22.

² Agung Zulfikri and Sarah Fariyah, "Strategi Pemasaran Syariah Untuk Augmented Products (Studi Kasus Hotel Sakinah)," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1, no. 1 (2023): 30–45.

³ Rachmat Sugeng, "Pengelolaan Hotel Berdasarkan Konsep Syariah (Studi Kasus Hotel Al-Badar Makassar)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1717–21.

penginapan yang berbasis syariah per tahun 2023. Dengan adanya penginapan yang berbasis syariah juga akan mengurangi persepsi masyarakat akan adanya penyalahgunaan tempat tersebut.

Hotel merupakan salah satu perusahaan yang mana bergerak dalam bidang jasa akomodasi. Hotel juga merupakan suatu gedung bangunan, badan akomodasi atau sebuah perusahaan yang menyediakan pelayanan dalam bentuk jasa penginapan, dan juga menyediakan makanan dan minuman serta fasilitas jasa yang ada dalam hotel tersebut. Fasilitas yang tersedia di hotel tersebut diperuntukkan untuk semua tamu, yang bermalam atau hanya *short time* saja.⁴ Hotel syariah mempunyai daya tarik tersendiri khususnya bagi masyarakat muslim, diantaranya yakni jaminan kehalalan, rasa aman serta pelayanan yang islami, hal inilah yang menjadikan pertimbangan besar bagi para tamu. Hotel syariah adalah salah satu bisnis islami yang mana berdasarkan nilai-nilai islami, baik dalam hal pelayanan maupun manajemennya. Fasilitas yang tersedia dalam hotel syariah tidak jauh berbeda dengan fasilitas hotel konvensional, hanya saja di dalam hotel yang berbasis syariah disediakan fasilitas seperti halnya, petunjuk arah kiblat, perlengkapan alat sholat, al-qur'an yang tersedia di setiap kamar, dan juga tersedia mushola umum. Selain itu, hotel berbasis syariah ini mempunyai SOP yang tertulis dalam menerima tamu, maka apabila ada tamu yang lawan jenis harus berstatus suami istri.⁵

Penerapan penginapan syariah secara umumnya hampir sama dengan praktik penginapan lainnya. Dalam praktik pelaksanaannya penginapan atau hotel yang berbasis syariah ini harus sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 108 Tahun 2016, yang mana tidak hanya klaim semata. Namun dalam pelaksanaannya penginapan tersebut harus memenuhi klasifikasi serta kualifikasi yang telah tertera dalam Fatwa DSN MUI tentang standar hotel

⁴ Karina Rizka Mentari, Darmawan Ockto S., and A. Faidlal Rahman, "Pengaruh Pelatihan Terhadap Keterampilan Pramusaji Food and Beverage Service Di Hotel Swiss-Belinn Malang," *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no. 1 (2020): 46–52, <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.46-52>.

⁵ Hilma Kholilah Lubis, Purnama Ramadani Silalahi, and Khairina Tambunan, "Analisis Faktor Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah Di Kota Medan," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 1 (2022): 102–110, <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/2842/814/>.

syariah.⁶ Baik penginapan secara umum maupun berbasis syariah, jumlah tamu sangatlah besar pengaruhnya terhadap kelangsungan penginapan tersebut. Hal ini dikarenakan penginapan bergerak dalam bidang jasa, yang mana tamu merupakan sumber pemasukan atau pendapatan utama. Dalam hal ini tentunya harus diimbangi dengan adanya strategi pemasaran, karena dalam bisnis penginapan strategi pemasaran sangatlah penting perannya guna meningkatkan volume penjualan serta sikap dan loyalitas konsumen atas produk dan jasa yang telah perusahaan hasilkan.⁷

Strategi pemasaran merupakan rancangan tujuan serta sasaran secara dalam bidang pemasaran, yang berisi arahan terkait kegiatan yang akan dilaksanakan guna terwujudnya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Berdasarkan tersebut jika ditemukan keperluan serta kebutuhan dari pelanggan atau konsumen yang masih belum terpenuhi, atau terpuaskan, meningkatkan serta memasarkan produk yang sesuai dengan hal tersebut di sebut dengan strategi pemasaran. Merujuk konsep pemasaran yang telah ada, tujuan dari adanya bisnis tersebut ialah mampu mewujudkan atau memberikan kepuasan terhadap pelanggan itu sendiri.⁸

Hasil penelitian Soleh & Budiman, membahas tentang implementasi etika bisnis islam dalam bisnis perhotelan. Hasil penelitian tersebut berupa prinsip-prinsip etika bisnis islam, yang pertama adanya nilai tauhid ditunjukkan dengan adanya sarana prasana ibadah. Prinsip yang kedua yakni adil, hal ini dapat diwujudkan dalam beberapa hal diantaranya ialah, gaji karyawan, harga sewa perkamar yang sesuai dengan fasilitas yang di dapatkan oleh tamu. Selanjutnya ialah prinsip kebebasan, disini merupakan bebas mengelola hotel tersebut sesuai dengan kehendak akan tetapi harus tetap sesuai dengan ketentuan syariah, serta memastikan

⁶ Muhammad Fawwaz Salim and Irwansyah Irwansyah, "Pandangan Fiqh Siyasah Terhadap Penyelewengan Fasilitas Hotel Syariah Menjadi Tempat Tindak Prostitusi," *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia* 9, no. 1 (2023): 321, <https://doi.org/10.29210/1202322865>.

⁷ Temoteus Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta," *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1, no. 2 (2018): 83–96, <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>.

⁸ Irdha Yanti Musyawarah and Desi Idayanti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju," *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2022): 1–13.

bahwa tamu yang hendak menginap itu merupakan pasangan suami istri atau pasangan yang halal. Kemudian adanya prinsip tanggungjawab, tanggungjawab disini ditujukan kepada manusia dan juga Allah SWT. Seperti halnya mengingatkan terhadap tamu yang menginap terkait waktu ibadah, kesiagaan serta tanggap akan adanya keluhan dari setiap tamu. Yang terakhir ialah prinsip ihsan, hal ini dapat terlihat dari sektor pengelolaan hotel, dalam hal pelayanannya, karyawan memberikan sifat keramah tamahan terhadap semua. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah kesamaan teori etika bisnis yang digunakan.⁹

Hasil penelitian Julianti & Nurul Hak, membahas tentang bagaimana penerapan *marketing mix* syariah pada Hotel Syariah Kota Bengkulu. Hasil penelitian tersebut berupa 7P, yakni produk hotel telah menerapkan prinsip syariah dan juga telah memberikan kenyamanan, keamanan serta pelayanan yang memuaskan bagi para tamu yang menginap. Hotel Qieran dalam menentukan harga terbilang relatif terjangkau sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Pemilihan tempat hotel juga sangat strategis, dan juga mudah dijangkau oleh khalayak umum. Strategi promosi yang dilakukan Hotel Qieran ialah melalui beberapa platform media online, yang mana bertujuan untuk menarik daya minat tamu agar memilih hotel tersebut sebagai tempat menginap. Dalam pelayanannya, karyawan telah menyambut tamu dengan sopan, ramah, serta transparan. Proses yang diterapkan sudah sesuai dengan standar hotel pada umumnya. Bukti fisik yang ditunjukkan oleh Hotel Qieran diantaranya adalah dekorasi, serta interior yang telah menerapkan konsep syariah, seperti halnya adanya pajangan kaligrafi, asmaul husna dan doa-doa yang telah tertempel di setiap pintu kamar hotel tersebut. Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah adanya kesamaan teori pemasaran serta objek penelitian.¹⁰

Berdasarkan uraian yang telah di kemukakan, penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran pada Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan yang ditinjau dari etika bisnis islam. Hal ini dikarenakan penginapan tersebut tentunya mempunyai ciri khas dan strategi

⁹ Jurnal Hukum and Ekonomi Syariah, "J-HES" 07 (2023).

¹⁰ Julianti, Nurul Hak, and Aan Shar, "Analisis Marketing Mix Syariah Pada Hotel Qieran Syariah Kota Bengkulu," *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Dan Bisnis* 11, no. 2 (2023): 1639–50.

pemasaran yang berbeda-beda. Secara umum, tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal yang kemudian ditinjau dari etika bisnis islam. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis dalam strategi pemasaran yang diterapkan oleh Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan.

B. Kajian Pustaka

Hotel Syariah

Hotel merupakan usaha yang didalamnya menyediakan jasa layanan akomodasi berupa kamar-kamar dalam satu bangunan, secara harian guna mendapatkan keuntungan. Dengan menambahkan label syariah tersebut, hotel dalam menjalankan usahanya harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam, baik itu dalam aspek produk yang dijual, aspek pelayanan maupun dalam pengelolaannya. Konsep yang digunakan tersebut, merupakan sebuah konsep yang baru akan tetapi konsep tersebut sangat diminati oleh mayoritas masyarakat muslim yang ada di Indonesia. Fasilitas pelayanan jasa yang telah disediakan oleh penginapan juga dikelola secara komersial, serta memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan juga tidak bertentangan prinsip-prinsip syariah.¹¹

Penerapan prinsip syariah, dalam hotel berbasis syariah ialah dapat memberikan pelayanan bukan hanya jasmaniah saja, akan tetapi juga keruhaniannya, sebab dalam syariah memberikan fasilitas berdasarkan ketentuan syariat islam sehingga tidak hanya memberikan rasa aman secara lahiriah akan tetapi juga memberikan rasa aman secara batiniah. Hotel syariah juga merupakan model spiritual marketing sebagai media pemasaran pariwisata. Selain itu hotel syariah, akan memegang prinsip mendukung serta menjaga

¹¹ Nur Aman and Salman Nasution, "Implementasi Sistem Pengelolaan Hotel Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada Hotel Syariah Al'Jayri Medan)," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2017): 104–17.

kepentingan pemerintah, guna menjaga kode etik pariwisata baik nasional maupun internasional.¹²

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu rancangan yang telah disusun guna memenangkan sebuah pasar, yaitu meliputi aktivitas pemasaran, pengembangan jasa, pengembangan produk, penentuan target pasar seperti, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian. Strategi pemasaran juga dapat dikatakan suatu rancangan yang terstruktur guna menentukan target pasar, dan memberikan nilai terhadap konsumen melalui produk dan jasa yang diperlukan.¹³

Marketing mix, merupakan alat terpenting dalam pendekatan pemasaran jasa yang telah dikembangkan. Kemudian di dalam *marketing mix*, terdapat alat *marketing* paling tepat yang biasa disebut dengan istilah 7P, karena *marketing mix* klasik 4P tidak cukup efisien dalam menunjang dan mengembangkan sebuah penginapan.¹⁴ Maka dari itu 7 bauran tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Product (Produk)

Produk dalam strategi pemasaran, yakni barang atau jasa yang dipasarkan, tawarkan, kepada masyarakat agar masyarakat tersebut ingin memiliki, membeli serta menggunakan produk tersebut. Produk juga merupakan strategi penting, sebab mempengaruhi unsur-unsur yang lain.

b. Price (Harga)

Strategi pemasaran harga adalah suatu realisasi ilmiah dalam jual beli, dalam penyusunannya diikuti permintaan serta penawaran, sehingga terciptanya harga sesuai dengan mekanisme pasar. Selain itu, yang sering mempengaruhi persaingan suatu perusahaan dan mempengaruhi konsumennya adalah penetapan harga.

¹² Muh. Izza, "Penerapan Manajemen Hotel Syariah Dengan Pendekatan Maqasid As-Syariah," *Al Tijarah* 4, no. 1 (2018): 19, <https://doi.org/10.21111/tijarah.v4i1.2370>.

¹³ Yuzakky Amrulloh and Dahruji Dahruji, "Pengaruh Harga, Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 682–97, <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3122>.

¹⁴ Hartiningsih Astuti, Santi Wijaya, and Mei Agustina, "Implementasi Marketing Mix 7P Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 11, no. 1 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.33366/ref.v11i1.4416>.

c. *Place* (Tempat)

Hal ini, dalam strategi pemasaran merupakan sebuah elemen yang berhubungan lokasi usaha. Lokasi penempatan suatu usaha dapat mempengaruhi keberlangsungan suatu pemasaran.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan aktivitas usaha yang dikerjakan oleh pelaku bisnis, dengan cara menekankan kelebihan, guna mempengaruhi para konsumen. Akan tetapi dalam promosi ini tidak diperbolehkan adanya pemalsuan keunggulan yang terdapat pada produk suatu perusahaan tersebut.

e. *People* (Manusia)

Manusia yang dimaksudkan disini merupakan seluruh pelaksana yang berperan dalam pelayanan jasa, yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Sumber daya manusia yang unggul dapat menjadi sebuah aset citra yang baik diluar.

f. *Packaging/physical evidence* (Bukti fisik/kemasan)

Bukti fisik dalam bauran pemasaran ialah eksterior produk yang menarik konsumen. Eksterior ini akan menambah ketertarikan serta kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

g. *Process* (Proses)

Proses merupakan pelayanan produk serta pelayanan jasa mulai dari tahap awal produk diterima sampai dengan diserahkan ke konsumen. Proses yaitu meliputi, prosedur, mekanisme dan juga alur dalam kegiatan pelayanan.¹⁵

Etika Bisnis Islam

Nilai etika dalam islam bermakna paling penting, dimana dalam segala aspek kehidupan manusia islam menjadi sumber nilai dan etika, misalnya dunia bisnis. Segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh menjadi sumber nilai serta etika islam.¹⁶ Dalam ajaran

¹⁵ Margaretha Sartien Kabanga, "Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7P Di Hotel Ima Kupang," *Bisman-Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8, no. 1 (2023): 11–26, <https://doi.org/10.32511/bisman.v2i2.56>.

¹⁶ Nur Isnaini, "Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 127–44, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.

Islam Rasulullah SAW memaparkan bahwasannya berdagang merupakan 9 dari 10 pintu rezeki. Yang memiliki arti, bahwa karunia dari Allah SWT dapat terpancar melalui jalan perdagangan yang merupakan pintu dari adanya rezeki tersebut. Islam juga mempunyai ketentuan etika yang wajib dilakukan oleh pelaku bisnis guna menjalankan bisnisnya.

Makna terdekat dengan arti etika bisnis Islam ialah aktivitas atau serangkaian kegiatan bisnis yang mengacu terhadap aturan-aturan prinsip Islami, serta, mempunyai tujuan guna mengingat Allah SWT dalam rangka beribadah dan juga menghasilkan kemaslahatan untuk diri sendiri maupun orang lain. Etika bisnis Islam berarti serangkaian kegiatan bisnis yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya, baik berupa barang maupun jasa termasuk juga keuntungannya, namun yang dibatasi ialah cara perolehannya serta pemanfaatan hartanya karena ketentuan halal dan haram.¹⁷ Etika Islam mempunyai 5 prinsip yang mendasari diantaranya yaitu :

a. *Unity* (Tauhid)

Adanya dimensi vertikal yakni manusia dengan penciptanya yang telah menetapkan batasan tertentu atas tindakan manusia dan horizontal yang merupakan sesama manusia dengan alam secara menyeluruh guna mencapai tujuan akhir yang sama.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keseimbangan adalah etika yang wajib dilakukan dalam kegiatan berbisnis. Perbuatan yang adil akan lebih mendekatkan ketakwaan terhadap diri individu, oleh sebab itu Islam tidak memperbolehkan adanya penipuan atau manipulasi dalam melakukan bisnis. Kebajikan serta berbuat adil merupakan salah satu ajaran Islam terhadap umatnya.

c. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab suatu pertanggungjawaban atas tindakan yang telah diperbuat, dapat diartikan juga bahwa setiap tindakan seseorang akan mendapatkan balasan di hari akhir kelak. Seseorang tidak dapat menghapus perbuatan buruk yang telah dilakukannya, kecuali dengan cara meminta ampunan kepada sang pencipta.

¹⁷ Hanifah Noor Setyawan and Amin Wahyudi, "Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 305–32, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.

d. *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan adalah perilaku baik yang memiliki manfaat untuk orang lain, tanpa ada maksud lain. Hal itu semata-mata karena melihat Allah SWT.

e. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan merupakan bebas bertindak atau bebas melakukan sesuatu sesuai dengan etika yang telah ditentukan. Namun, kebebasan ini jangan sampai orang lain merasa dirugikan. Umat islam diperbolehkan mengembangkan inovasi dalam melaksanakan transaksi jual beli, tetapi dalam islam tidak diperbolehkan melakukan aktivitas yang bersifat haram.¹⁸

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang mana penelitian ini dilakukan secara sistematis yakni, peneliti datang ke lokasi atau objek yang menjadi bahan penelitian. Berdasarkan sifatnya tersebut penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data dengan cara observasi, dokumentasi dan juga wawancara.¹⁹ Seluruh staf karyawan yang ada di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini menjadi subjek dalam proses penelitian ini. Teknik yang digunakan yakni teknik observasi, yang mana peneliti terjun langsung ke lokasi Jl. Pemuda Ahmad No. 16A Bangkalan Jawa Timur. Hal tersebut bertujuan guna peneliti mengetahui bagaimana proses pemasaran yang dilakukan oleh penginapan tersebut. Selain dengan teknik observasi, peneliti juga menggunakan teknik wawancara. Teknik wawancara yang dilakukan peneliti ini langsung mewawancarai karyawan yang ada di penginapan yang berjumlah 6 orang sebagai narasumber, guna mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh penginapan tersebut apakah sudah sesuai dengan

¹⁸ Destiya Wati, Suyudi Arif, and Abrista Devi, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54, <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>.

¹⁹ R. Anisya Dwi Septiani, Widjojoko, and Deni Wardana, "Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca," *Jurnal Persada* III, no. 3 (2020): 130–37.

konsep syariah. Maka teknik yang terakhir ialah dengan cara dokumentasi, yang mana untuk menunjukkan foto-foto yang telah dilakukan.

Adapun teknis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu melalui tahapan pengumpulan data serta fakta yang ada di lokasi atau di lapangan. Kemudian langkah selanjutnya, data tersebut di seleksi dan dicurahkan dalam bentuk deskripsi yang lengkap serta jelas setara dengan pokok topik permasalahan di lapangan. Langkah berikutnya data tersebut dikemukakan kedalam bentuk teks naratif, lalu dilakukan penarikan kesimpulan dengan adanya bukti kuat yang telah di dapatkan pada saat penelitian berlangsung. Hal tersebut terjadi guna menjawab pertanyaan dari penelitian tersebut.

D. Hasil dan Pembahasan

I. Hasil Penelitian

a. Profil Penginapan Syariah Ikhlas Beramal

Penginapan Syariah Ikhlas Beramal merupakan salah satu penginapan di Bangkalan yang menerapkan prinsip syariah. Penginapan ini dapat di katakan syariah karena fasilitas yang tersedia sudah sesuai dengan konsep syariah. Fasilitas yang sesuai dengan konsep syariah diantaranya, adanya petunjuk arah kiblat, alat sholat, al-qur'an, tasbih yang berada di setiap kamar tamu, dan juga ada pula mushola umum yang diperuntukkan untuk semua tamu yang hendak menginap atau sedang ada acara di gedung aula penginapan. Pada tahun 2020, tepatnya tanggal 3 Januari didirikanlah penginapan tersebut yang di ketuai oleh Bapak Drs. H. Syamsul Mu'arif. M.Pd. Perlu diketahui bahwa penginapan ini merupakan penginapan yang berada dibawah naungan Koperasi Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. Sebelum berdirinya penginapan tersebut Koperasi ini mempunyai saham di Gudang Garam, kemudian seiring berjalannya waktu pihak Koperasi berkeinginan untuk pindah ke basis syariah, yang mana berkeinginan untuk mendirikan sebuah penginapan yang menerapkan prinsip islam.

Hal itu terjadi, karena guru-guru maupun para anggota Kopsyah mendapatkan sertifikasi yang tertunda, serta tidak adanya anggota yang meminjam uang di Kopsyah. Maka dari itu uang di Kopsyah ini sangatlah melimpah, hal ini juga telah di bahas pada saat RAT tahun 2019 silam. Tujuan didirikannya sebuah penginapan ini adalah untuk mensejahterakan anggota Kopsyah serta untuk mengembangkan ekonomi sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Dalam menjalankan tugasnya penginapan ini juga telah diawasi oleh DPS, tentunya dalam operasional juga tidak mengandung unsur riba serta *gharar*. Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini berada di jantung Kota Bangkalan di kawasan Alun-Alun, dan juga dekat dengan Makam Syaichona Kholil, serta pusat perbelanjaan lainnya. Penginapan ini beralamat di Jl. Pemuda Ahmad No. 16A Bangkalan Jawa Timur. Dalam menjalankan atau melancarkan berjalannya bisnis penginapan ini, mempunyai sebanyak 6 orang karyawan. Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini setiap tahunnya juga mengalami peningkatan pengunjung yang sangat signifikan. Berikut grafik jumlah pengunjung tahunan pada penginapan:



Sumber: Penginapan Syariah Ikhlas Beramal

b. Strategi Pemasaran Pada Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan

Penginapan Syariah Ikhlas Beramal merupakan perusahaan akomodasi yang bergerak dibidang jasa, yakni jasa yang menyediakan kamar hotel dan aula pertemuan. Untuk memasarkan produk yang ada di penginapan, sangat dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, guna menargetkan target pasar yang tepat. Selain itu Penginapan Syariah Ikhlas Beramal juga harus mampu bersaing dengan hotel-hotel atau penginapan, yaitu dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang kompetitif. Strategi pemasaran yang dimaksud ialah yang sering dikenal dengan sebutan 7P yaitu, *product*, *promotion*, *place*, *price*, *people*, *physical evidence* dan *process*. Adapun hasil penelitian terhadap Penginapan Syariah Ikhlas Beramal dalam menjalankan strategi pemasarannya dapat diuraikan sebagai berikut:

I) (*Product*) Produk

Produk yang ada di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ialah produk yang landasannya sesuai dengan ketentuan syariah. Penginapan tersebut memiliki beberapa produk yang unggul. Maka dari itu, penginapan menawarkan produk dan jasanya kepada para tamu atau pengunjung, sebagaimana hasil wawancara dengan karyawan:

a) Kamar Tamu

Kamar tamu yang disediakan oleh Penginapan Syariah Ikhlas Beramal, mempunyai fasilitas yang sama dalam setiap kamar, yang mana fasilitas tersebut memenuhi standart syariah dalam hal beribadah. Adapun beberapa fasilitas yang telah disediakan sebagaimana hasil wawancara, yaitu terdapat, petunjuk arah kiblat, Al-qur'an, sajadah, mukena, dan juga tasbih. Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini mempunyai 25 unit kamar tamu dengan 2 tipe kamar. Tipe kamar yang pertama ialah standar yang mana penginapan ini menyediakan 21 kamar dengan tipe standar dan tipe kedua ialah tipe VIP dengan ketersediaan 4 kamar.

b) Aula

Penginapan Syariah Ikhlas Beramal, selain menyewakan kamar tamu juga menyewakan sebuah aula. Aula tersebut biasanya digunakan untuk acara rapat dan juga seminar.

2) (*Price*) Harga

Harga yang ditawarkan oleh Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini mempunyai beberapa tingkatan variasi. Tingkatan variasi harga tersebut sesuai dengan tipe kamar yang ditawarkan atau dipasarkan. Adapun pemaparan harga kamar Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ialah:

| Tipe kamar | Harga |
|------------------|---------------|
| Standar Lt Atas | Rp. 175.000,- |
| VIP Lt Atas | Rp. 250.000,- |
| Standar Lt Bawah | Rp. 200.000,- |
| VIP Lt Bawah | Rp. 275.000,- |

Dalam penentuan harga tersebut, pihak penginapan menyesuaikan dengan fasilitas yang didapatkan oleh tamu. Selain itu, juga termasuk dalam target yang harus di capai dalam kurun waktu mingguan, bulanan dan bahkan tahunan. Harga hotel atau penginapan disekitar juga menjadi acuan atau pertimbangan penginapan ini dalam penentuan harga.

3) (*Place*) Tempat

Tempat yang digunakan untuk mendirikan penginapan ini merupakan tempat yang telah dipilih oleh Kepala Koperasi Syariah. Hal tersebut berawal dari Koperasi Syariah membeli lahan kosong yang beralamatkan di Jl. Pemuda Ahmad No. 16A Bangkalan.

Terdapat beberapa keuntungan dalam praktik pemasaran yang telah diterapkan oleh penginapan ini dalam pemilihan tempat diantaranya ialah, terletak di jantung Kota Bangkalan, dekat dengan wisata Religi Makam

Syaichona Kholil, dekat dengan Alun-Alun Kota Bangkalan serta juga dekat tempat wisata kuliner.

4) (*Promotion*) Promosi

Promosi disini merupakan usaha guna memasarkan serta menawarkan produk yang kita punyai agar lebih dikenal oleh khalayak umum. Namun, dalam islam dilarang melakukan promosi yang saat pelaksanaannya memberikan informasi yang dilebih-lebihkan, yang mana hal tersebut akan menyebabkan kekecewaan konsumen karena apa yang telah disampaikan saat promosi tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh penginapan ini ialah dengan memasang sebuah iklan atau pamflet pada sebuah akun sosial media. Hal tersebut akan membantu para tamu atau pengunjung yang hendak mencari tempat untuk menginap.

5) (*People*) Manusia

Peran manusia dalam hal ini sangatlah penting dalam praktik pemasaran. Dalam islam seorang produsen dalam melakukan kegiatan pemasaran harus mengedepankan sifat jujur serta tanggung jawab yang besar. Guna menjamin para karyawan yang ada di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini, mempunyai wawasan yang luas terkait kinerja hotel ataupun terkait ke-syariahnya. Pihak hotel mengadakan rapat yang diselenggarakan dalam setahun sekali yang mana dalam rapat tersebut diakan evaluasi serta pengimplementasian dimasa mendatang nantinya.

6) (*Physical Evidence*) Bukti Fisik

Adapun bukti fisik yang ditunjukkan oleh penginapan ini ialah adanya bangunan yang menarik. Bangunan penginapan menerapkan desain interior yang unik, seperti tempelan lukisan kaligrafi, penggunaan *lighting system* yang baik dan tata ruang yang lapang. Selain mempunyai desain interior yang unik, penginapan juga memperhatikan kualitas produk.

Kualitas produk yang disuguhkan penginapan yaitu fasilitas yang memadai. Fasilitas umum yang telah penginapan sediakan diantaranya yaitu, kamar mandi umum, mushola, tempat wudhu, gazebo, wifi area, area lobby dan parkir luas.

7) *(Process)* Proses

Proses adalah bagian penting dari sebuah pemasaran, karena proses ini merupakan rentetan dari, prosedur, mekanisme serta alur kegiatan pemasaran itu sendiri. Proses yang dilakukan oleh penginapan ini ialah dengan cara bekerja sama seluruh karyawan yang ada di penginapan. Dan juga dalam pelaksanaannya harus mengutamakan kesopanan.

2. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Strategi Pemasaran Pada Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Adapun pemaparan guna menjawab bagaimana terkait permasalahan bagaimana strategi pemasaran pada Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan ditinjau dari etika bisnis islam. Bahwasannya ada beberapa aktivitas pelayanan jasa Penginapan Syariah Ikhlas Beramal yang dapat di terapkan menggunakan strategi 7P. Hasil penerapan 7P tersebut dapat pula ditinjau melalui prinsip yang mendasari etika islam. Berikut konsep 7P yang kemudian ditinjau dari etika islam :

1) Product (Produk)

Produk jasa dalam penginapan ini guna memberikan manfaat bagi para tamu yakni sebagai tempat yang nyaman untuk menginap serta tempat yang pas untuk pelaksanaan rapat. Jasa yang ditawarkan oleh penginapan dapat berupa kamar dan aula. Kamar merupakan salah satu produk utama Penginapan Syariah Ikhlas Beramal yang menjadi tujuan utama pemasaran, diantara produk jasa yang lainnya. Fasilitas yang terdapat di kamar diantaranya adalah, adanya petunjuk arah kiblat, al-qur'an, perlengkapan sholat, tasbih, wifi, tv, AC, sepasang meja

kursi, kamar mandi dalam, sepasang handuk, sepasang alat mandi, air mineral, dan almari. Sedangkan fasilitas yang ada di aula seperti halnya, proyektor, meja, kursi dan microphone. Dengan adanya fasilitas tersebut, besar harapan penginapan kepada para tamu untuk selalu mengingat kewajiban beribadah kepada sang pencipta. Fasilitas-fasilitas yang telah disediakan oleh pihak penginapan telah memenuhi unsur *unity* (tauhid) yang ada dalam etika islam.

2) *Price* (Harga)

Penentuan harga adalah urgensi dalam bauran pemasaran jasa, sebab harga tersebut sebagai penentu pendapatan dari suatu bisnis. Setiap penginapan tentunya akan menetapkan harga-harga tertentu untuk produk yang mereka pasarkan. Untuk harga menginap di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal sesuai dengan tingkatan penginapan bintang satu yang mana berkisar Rp. 175.000,- sampai dengan Rp. 275.000,- harga ini sesuai dengan tingkatan kamar yang di pilih oleh tamu. Di dalam penginapan terdapat 2 tipe kamar, yaitu kamar standar dan kamar VIP. Untuk kamar standar penginapan menetapkan harga Rp. 175.000,- untuk kamar di lantai 2 dan harga Rp.200.000,- untuk kamar di lantai I. Sedangkan untuk kamar VIP penginapan menetapkan harga Rp. 250.000,- untuk kamar di lantai 2 dan harga Rp.275.000,- untuk kamar di lantai I.

Penetapan harga di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini bersifat jelas, dalam pelaksanaannya karyawan tidak memanipulasi harga. Berdasarkan hasil observasi kepada tamu yang menginap menjelaskan bahwasannya harga yang telah penginapan tetapkan sebanding dengan fasilitas serta pelayanan jasa yang di peroleh oleh tamu. Jika ditinjau dari etika islam, hal tersebut telah memenuhi unsur *unity* (tauhid) dan unsur *equilibrium* (keseimbangan).

3) *Place* (Tempat)

Tempat merupakan lokasi yang dipilih untuk pelayanan jasa. Lokasi dimana penginapan dibangun dapat mempengaruhi jenis, fasilitas serta kegiatan

yang terjadi, karena penginapan terletak di tempat yang strategis. Lokasi Penginapan Syariah Ikhlas Beramal dekat dengan tempat wisata religi makam Syaichona Kholil. Penginapan ini juga sudah terdaftar dalam GPS yang mana dapat memudahkan tamu yang akan menginap. Lingkungan sekitar penginapan juga mendukung adanya penginapan syariah, hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya komplain dari masyarakat. Selain itu, dengan adanya penginapan di lokasi tersebut akan membantu perekonomian UMKM yang ada di sekitar.

Dalam hal ini terdapat 2 dimensi, yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal. Dari sudut pandang dimensi vertikal dapat ditunjukkan dengan adanya letak penginapan yang dekat dengan wisata religi makam Syaichona Kholil. Jika dilihat dari dimensi horizontal dapat ditunjukkan dengan membantu perekonomian UMKM sekitar. Maka, jika dilihat dari etika islam hal tersebut telah memenuhi unsur *unity* (tauhid).

4) *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi yang diterapkan oleh Penginapan Syariah Ikhlas Beramal adalah memasang iklan di salah satu sosial media. Promosi dilakukan dengan cara memasang pamflet yang berisikan gambar serta deskripsi yang telah di sediakan oleh Penginapan Syariah Ikhlas Beramal. Dalam penerapannya, pihak penginapan memberikan kebebasan berinovasi kepada karyawan dalam melakukan promosi. Akan tetapi kebebasan tersebut bukan berarti dapat memanipulasi fasilitas serta pelayanan jasa yang ada. Jika dilihat dari pelaksanaan promosinya, hal itu termasuk memenuhi unsur etika islam, yakni unsur *free will* (kebebasan berkehendak).

5) *People* (Manusia)

SDM merupakan bagian yang penting dari pelayanan jasa penginapan. Penginapan Syariah Ikhlas Beramal mempunyai 6 karyawan. 6 karyawan tersebut terbagi menjadi beberapa bagian pelayanan, 2 orang bagian resepsionis, 2 orang bagian satpam, dan 2 orang lainnya bagian *cleaning service*. Sumber

daya manusia yang ada di penginapan ini diharuskan untuk berpenampilan sesuai syariat islam, bagi karyawan perempuan diwajibkan untuk menutup aurat.

Dalam menjalankan kinerjanya, karyawan yang ada di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal selalu bersikap ramah, sopan, dan juga melayani tamu dengan sepenuh hati. Apabila terdapat tamu yang memiliki keluhan mengenai fasilitas yang ada, pihak karyawan terlebihnya bagian resepsionis akan menerima kritik serta saran dari tamu tersebut dengan sikap yang ramah. Selain menerapkan sikap tersebut, karyawan yang ada di penginapan ini juga saling mengingatkan sesama karyawan untuk tetap menjalankan ibadah. Terlebih untuk karyawan laki-laki pada hari tertentu, misalnya hari jum'at dapat berganti shift dengan karyawan perempuan guna melaksanakan kewajiban shalat jum'at. Sumber daya manusia yang ada di penginapan telah mengimplementasikan unsur yang mendasari etika islam, yaitu unsur *benevolence* (ihsan), unsur *responsibility* (tanggung jawab), dan unsur *unity* (tauhid).

6) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Penginapan Syariah Ikhlas Beramal adalah penginapan yang sudah menerapkan 7P yaitu kemasan. Kemasan adalah bukti fisik yang dapat ditunjukkan dengan adanya bangunan yang menarik. Bangunan penginapan menerapkan desain interior yang unik, seperti tempelan lukisan kaligrafi, penggunaan *lighting system* yang baik dan tata ruang yang lapang. Selain mempunyai desain interior yang unik, penginapan juga memperhatikan kualitas produk. Kualitas produk yang disuguhkan penginapan yaitu fasilitas yang memadai. Fasilitas umum yang telah penginapan sediakan diantaranya yaitu, kamar mandi umum, mushola, tempat wudhu, gazebo, wifi area, area lobby dan parkir luas. Dari fasilitas yang telah penginapan sediakan termasuk telah memenuhi unsur etika islam, yakni unsur *unity* (tauhid).

7) *Process* (Proses)

Proses merupakan sebuah kebijakan, prosedur, mekanisme, dengan apa produk disalurkan ke tamu. Kebijakan yang ada di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal adalah apabila ada tamu yang hendak menginap harus menunjukkan KTP/passport. Bagi tamu yang merupakan pasangan suami istri harus menunjukkan surat nikah/KTP yang menunjukkan satu alamat serta berstatus menikah. Selain itu, kebijakan yang telah ditetapkan oleh penginapan adalah waktu *check in* tamu ialah pukul 14.00, sedangkan waktu *check out* pukul 12.00. Prosedur yang ada di penginapan ini adalah diawali dengan pemesanan via telephone terlebih dahulu atau juga bisa melakukan pemesanan secara langsung di penginapan. *Check out* yang ada di penginapan dilakukan dengan cara penyerahan kunci kamar, kemudian pihak *cleaning service* mengecek terlebih dahulu kamar yang telah di tempati oleh tamu yang hendak *check out* tersebut. Dari pemaparan proses tersebut, dapat dilihat dari etika islam bahwa telah memenuhi unsur *unity* (tauhid), unsur *responsibility* (tanggung jawab).

E. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan. Dapat disimpulkan bahwa di Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan dalam menerapkan strategi pemasaran telah sesuai serta tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip yang ada di dalam etika bisnis islam. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan serta penjelasan dari produk, harga, tempat, promosi, manusia, kemasan, dan proses. Adapun keunggulan dari Penginapan Syariah Ikhlas Beramal ini ialah, tersedianya alat sholat di setiap kamar tamu. Jika dilihat dari segi etika bisnis islam, kegiatan strategi pemasaran yang telah diterapkan dan juga lebih banyak memenuhi semua unsur etika bisnis ialah manusia.

F. Daftar Pustaka

Aman, Nur, and Salman Nasution. "Implementasi Sistem Pengelolaan Hotel Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada Hotel Syariah Al'Jayri Medan)." *Amwaluna: Jurnal*

- Amrulloh, Yuzakky, and Dahruji Dahruji. "Pengaruh Harga, Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 682–97. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3122>.
- Astuti, Hartiningsih, Santi Wijaya, and Mei Agustina. "Implementasi Marketing Mix 7P Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 11, no. 1 (2023): 1–14. <https://doi.org/10.33366/ref.v11i1.4416>.
- Atmoko, Temoteus Prasetyo Hadi. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1, no. 2 (2018): 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>.
- Business, Islamic, and Finance Ibf. "PENGARUH LABEL SYARIAH PADA HOTEL TERHADAP JUMLAH Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Iqra Annisa Pekanbaru e - Mail : Ikaernitasari75@yahoo.Com Abstact Pengaruh Label Syariah Pada Hotel Ika Ernita Sari , Dkk Islamic Business And" 2, no. 1 (2021): 1–22.
- Fawwaz Salim, Muhammad, and Irwansyah Irwansyah. "Pandangan Fiqh Siyasah Terhadap Penyelewengan Fasilitas Hotel Syariah Menjadi Tempat Tindak Prostitusi." *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia* 9, no. 1 (2023): 321. <https://doi.org/10.29210/1202322865>.
- Hanifah Noor Setyawan, and Amin Wahyudi. "Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 305–32. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.989>.
- Hukum, Jurnal, and Ekonomi Syariah. "J-HES" 07 (2023).
- Isnaini, Nur. "Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 3 (2022): 127–44. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.
- Izza, Muh. "Penerapan Manajemen Hotel Syariah Dengan Pendekatan Maqasid As-Syariah." *Al Tijarah* 4, no. 1 (2018): 19. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v4i1.2370>.
- Julianti, Nurul Hak, and Aan Shar. "Analisis Marketing Mix Syariah Pada Hotel Qieran

- Syariah Kota Bengkulu.” *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Dan Bisnia* 11, no. 2 (2023): 1639–50.
- Kabanga, Margaretha Sartien. “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7P Di Hotel Ima Kupang.” *Bisman-Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8, no. 1 (2023): 11–26. <https://doi.org/10.32511/bisman.v2i2.56>.
- Lubis, Hilma Kholilah, Purnama Ramadani Silalahi, and Khairina Tambunan. “Analisis Faktor Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah Di Kota Medan.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM2)*, no. 1 (2022): 102–10. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/2842/814/>.
- Mentari, Karina Rizka, Darmawan Ockto S., and A. Faidlal Rahman. “Pengaruh Pelatihan Terhadap Keterampilan Pramusaji Food and Beverage Service Di Hotel Swiss-Belinn Malang.” *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no. 1 (2020): 46–52. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.46-52>.
- Musyawah, Irdha Yanti, and Desi Idayanti. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju.” *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2022): 1–13.
- Septiani, R. Anisya Dwi, Widjojoko, and Deni Wardana. “Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca.” *Jurnal Persada* III, no. 3 (2020): 130–37.
- Sugeng, Rachmat. “Pengelolaan Hotel Berdasarkan Konsep Syariah (Studi Kasus Hotel Al-Badar Makassar).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1717–21.
- Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–54. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>.
- Zulfikri, Agung, and Sarah Fariyah. “Strategi Pemasaran Syariah Untuk Augmented Products (Studi Kasus Hotel Sakinah).” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1, no. 1 (2023): 30–45.