



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai¹. Berhasil tidaknya suatu usaha atau bisnis sangat tergantung pada keahlian dibidang pemasaran dari barang atau jasa yang diproduksi.

Dalam konsep Pemasaran Konvensional sekarang ini yang diperhatikan adalah bagaimana agar produk baru dikenal oleh sasaran pasar dan diterima demikian juga produk yang sudah ada, dengan mementingkan sisi keuntungan produk saja, sehingga para marketer atau yang bergelut dalam bidang marketing dan promosi dituntut untuk berfikir mencari cara dalam menarik minat dan perhatian sasaran pasar dengan meramu kreatifitas, baik dengan menggunakan gambar ataupun pengolahan kata, lalu memberikan pengaruh terhadap semua ide-idenya agar sasaran pasar tertarik lalu mengambil keputusan untuk membeli².

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan,

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. (Jakarta: Erlangga, 2009) Jilid 1, h. 4

² M. Ismail Yusanto dan M. K Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. (Jakarta : Gema Insani, 2002) h. 67

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam³.

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama demi pencapaian hasil yang diinginkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah An-Najm (53) : 39,

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya : *“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”*.

Berdasarkan ayat Al-Qur’an diatas, maka dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mau berusaha keras dalam usaha atau bisnisnya, maka akan memperoleh apa yang telah diusahakannya. Hal ini dapat kita lihat pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemasar dalam memasarkan produk barang atau jasanya, disini marketer melakukan kegiatan promosi untuk menarik pelanggannya untuk membeli, menyewa, atau menggunakan manfaat yang ditawarkan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan adanya kegiatan tersebut.

Salah satu contoh bisnis yang berkembang di Kota Pekanbaru ini adalah hotel yang berbasis syariah. Operasional hotel syariah secara umum tidak berbeda dengan hotel-hotel lainnya, tetap tunduk kepada peraturan Pemerintah, tetap buka 24 jam, tanpa interupsi. Pemasarannya pun terbuka bagi semua kalangan, baik

³ Buchari Alma. *Manajemen Bisnis Syariah*. (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 258

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

muslim maupun non-muslim. Bisnis hotel syariah memang tidak mudah. Ada banyak persyaratan yang harus dipenuhi investor, terutama prinsip syariah itu sendiri yang terkait dengan kaidah "halallan thoyiban". Perkembangan bisnis hotel syariah di Pekanbaru, salah satunya adalah Hotel Zaira Pekanbaru yang terletak di Pusat Kota Pekanbaru. Jl. Tuanku Tambusai No. 9, yang dianggap mampu bersaing dan menggarap pasar yang ada dan dapat mengambil segmennya sendiri.

Berdirinya Hotel Zaira sebagai hotel syariah di Pekanbaru, tentunya akan diperlukan suatu strategi pemasaran agar produk dan pelayanan yang diberikan dapat diketahui oleh masyarakat. Dalam hal ini Hotel Zaira menggunakan 4 komponen yang tercakup dalam marketing mix untuk mengetahui strategi pemasaran pada Hotel Zaira tersebut, atau yang terkenal dengan sebutan *4P*, yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*⁴.

Dengan maraknya dunia persaingan bisnis saat ini, khususnya pada bidang perhotelan menyebabkan banyaknya perusahaan yang harus bisa mempertahankan produk yang mereka tawarkan. Cara yang paling tepat yaitu dengan adanya produk pesaing ataupun jasa yang dapat memberikan manfaat tambahan bagi para konsumennya atau yang sering disebut sebagai *Augmented Product*. *Augmented Product* yaitu ada sesuatu nilai tambah yang diluar apa yang dibayangkan konsumen⁵.

Jika dibandingkan dengan hotel syariah yang ada di Pekanbaru pada umumnya, maka Hotel Zaira adalah salah satu hotel syariah yang memiliki *Augmented Product* (produk dan pelayanan) yang berdasarkan prinsip syariah.

⁴ Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung : Alfabeta, 2014) h. 205

⁵ *Ibid*, h. 141



Oleh karena itu penulis tertarik untuk melihat sejauh mana augmented product yang dimiliki oleh Hotel Zaira ini mampu menarik minat para tamu untuk memilih Hotel Zaira sebagai pilihan.

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan hotel zaira terhadap Augmented Product seiring dengan perkembangan hotel yang berbasis syariah dengan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul :

“STRATEGI PEMASARAN HOTEL ZAIRA PEKANBARU TERHADAP AUGMENTED PRODUCT MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau membatasi ruang lingkup masalah yang diteliti. Agar penelitian ini lebih terarah dan sampai kepada sasaran yang di inginkan, penulis membatasi permasalahan dalam penulisan ini. Penulis hanya mengkaji tentang strategi pemasaran Hotel Zaira terhadap *Augmented Product* seiring berkembangnya hotel syariah menurut perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis akan merumuskan permasalahan yang menjadi objek penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran terhadap Augmented Product yang dilakukan oleh Hotel Zaira Pekanbaru?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagaimana strategi pemasaran Hotel Zaira terhadap Augmented Product menurut Ekonomi Islam?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran terhadap Augmented Product yang dilakukan oleh Hotel Zaira Pekanbaru
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Hotel Zaira terhadap Augmented Product menurut Ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai pengembangan pengetahuan penulis di bidang ekonomi syariah khususnya berhubungan dengan strategi pemasaran Hotel Zaira terhadap Augmented Product.
2. Sebagai informasi ilmiah bagi penelitian selanjutnya yang ada kaitannya dengan strategi pemasaran Augmented.
3. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Strata (1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

E. Metodologi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam strategi pemasaran hotel syari'ah terhadap Augmented Product ini adalah : Zaira

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hotel Pekanbaru terletak di Jl. Tuanku Tambusai No. 9, Pusat Kota Pekanbaru.

b. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama dalam penelitian yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah Manajemen Hotel. Sedangkan objek penelitian adalah sifat keadaan dari sesuatu benda, orang/keadaan yang menjadi pusat penelitian atau sasaran penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran terhadap Augmented Product Hotel Zaira Pekanbaru.

c. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memenuhi kriteria. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh yang bekerja di hotel Zaira yang berjumlah 40 orang. Populasi yang ada di Hotel Zaira ini terdiri dari 1 orang Pimpinan Utama/Top Manajemen (Manajer Hotel), 9 orang Kepala Bagian pada Manajemen Hotel Zaira, dan 30 orang lainnya adalah sebagai Karyawan/Staf pada Hotel Zaira. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dengan populasi yang ada, maka penulis menggunakan teknik random sampling yaitu memilih populasi yang tersedia secara acak sebagai informan penelitian.

d. Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian pada strategi pemasaran Hotel Zaira terhadap Augmented Product ini adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data⁶. Adapun data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan manajemen hotel terhadap produk yang ditawarkan.
2. Data Sekunder, yaitu data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya⁷. Adapun data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku-buku sebagai teori, artikel, laporan perusahaan (hotel zaira) berupa profil hotel, data tingkat hunian hotel, dan lain sebagainya.

e. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang benar-benar dapat mendukung penelitian ini, maka penulis melakukan pengumpulan data melalui beberapa cara sebagai berikut :

1. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian⁸. Disini peneliti melakukan observasi langsung pada hotel zaira.

⁶ V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian* . (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014)

⁷ *Ibid*, h. 74

⁸ *Ibid*, h. 75

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan⁹. Disini peneliti melakukan wawancara dengan HRD Hotel Zaira.
3. Studi Dokumen merupakan metode pengumpulan data kualitatif, sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya¹⁰. Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data berbentuk surat seperti profil hotel, struktur organisasi hotel, arsip foto dan lain sebagainya.

f. Metode Analisa Data

Adapun metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk Analisa deskriptif Kualitatif. Analisa deskriptif kualitatif yaitu adalah suatu metode analisa penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Disini peneliti memberikan gambaran tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh hotel zaira tersebut terhadap Augmented Product.

g. Metode Penulisan

Setelah data dianalisa, kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan

⁹ *Ibid*, h. 74

¹⁰ *Ibid*, h. 33

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata.

F. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sebuah sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Memaparkan tentang Kota Pekanbaru, meliputi : letak geografis di kota pekanbaru, kependudukan dan ketenagakerjaan di kota pekanbaru, agama di kota pekanbaru, perekonomian di kota pekanbaru, dan pendidikan di kota pekanbaru. Memaparkan tentang Hotel Zaira, meliputi : Sejarah berdirinya Hotel Zaira, Lokasi Hotel Zaira, Visi Misi Hotel Zaira, Motto Hotel Zaira, Struktur Organisasi Hotel Zaira, dan Strategi Pemasaran Augmented Product.

Bab III : TINJAUAN TEORITIS

Menguraikan tentang Pengertian Strategi dan Pemasaran, pengertian Pemasaran Syariah, Sumber Hukum Pemasaran, dan Strategi Pemasaran dalam Islam.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meliputi uraian hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pemasaran Hotel Zaira terhadap Augmented Product, Strategi Pemasaran Hotel Zaira terhadap Augmented Product menurut Ekonomi Islam.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dikemukakan penulis atas dasar analisis yang telah dilakukan.