

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Hotel syariah mulai berkembang mengikuti tuntutan masyarakat saat ini. Hal ini disebabkan karena berkembangnya pola pikir masyarakat tentang prinsip syariah, salah satu kelebihan adalah memberikan rasa aman dan terjamin kehalalannya. Berbagai fasilitas disediakan oleh pihak hotel mengikuti kebutuhan para konsumen yang semakin hari menuntut kenyamanan lebih.¹

Di pusat Kabupaten Garut terdapat berbagai hotel baik konvensional maupun syariah yang menyebabkan terjadinya persaingan antar pemilik hotel berbintang maupun tidak berbintang. Perusahaan harus mampu menganalisis kondisi yang ada agar tidak kalah dengan perusahaan pesaing.² Dalam memenangkan persaingan diperlukan strategi bisnis, manajerial produk dan pemasaran yang tepat sehingga bisnis hotel bisa memperebutkan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan.³ Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting bagi semua perusahaan yang ingin *survive* dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan.⁴ Pemasaran merupakan usaha-usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan dan membujuk konsumen agar menggunakan

¹“Perkembangan Bisnis Hotel Syariah di Indonesia “ dalam [http:// Kperkasa.com](http://Kperkasa.com) , diakses tanggal 16 Mei 2014.

²Dwi Geno Veva, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Resty Menara Pekanbaru”, *JOM FISIP*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2015, hlm. 1.

³Brigita Ingrid Noviana (tt.), Pengaruh *Service Marketing Mix* terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya, Artikel Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, hlm. 472.

⁴Tri Wahyudi, Yopa Eka Prawatya, “Analisis Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor”, *Jurnal ELKHA*, Vol. 4 No. 2, Oktober 2012, hlm. 34.

produk tertentu sangatlah diperlukan. Usaha tersebut meliputi bauran pemasaran.⁵ Peranan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh suatu jasa pelayanan tertentu sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan.⁶

Suatu perusahaan harus merumuskan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat agar terciptanya kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.⁷ Peranan bauran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghasilkan laba.⁸

Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut adalah sebuah penginapan kategori bintang 2 berbasis syariah yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No.6A, Sucikaler, Karangpawitan, Kabupaten Garut, Jawa Barat.⁹ Pengelola penginapan melakukan upaya pemasaran untuk meningkatkan hunian melalui beberapa aplikasi pemesanan hotel seperti Traveloka.com, Agoda.com, PegiPegi.com, Booking.com, Tiket.com dan sebagainya, dimana pengelola menjadi mitra aplikasi untuk pengadaan jasa penginapan.

Namun upaya pemasaran tersebut belum dapat mengoptimalkan tingkat hunian. Diantaranya terdapat beberapa pengunjung yang memberikan ulasan negatif maupun positif terkait penginapan Wisma Syariah Vandera Kab. Garut. Salah satunya ulasan dari Miswan pada aplikasi Traveloka.com tanggal 09

⁵Brigita Ingrid Noviana (tt.), *Pengaruh Service Marketing Mix...*, hlm. 472.

⁶Tri Wahyudi, Yopa Eka Prawatya, "Analisis Pengaruh *Marketing...*", hlm. 34.

⁷Dwi Geno Veva, "Pengaruh Bauran Pemasaran...", hlm. 2.

⁸Dwi Geno Veva, "Pengaruh Bauran Pemasaran...", hlm. 2.

⁹"Aplikasi Booking.com" dalam www.booking.com, diakses tanggal 01 Maret 2020.

Februari 2020, beliau memiliki pengalaman menginap kurang menyenangkan disana karena ada masalah terkait pembayaran via aplikasi yang sudah jelas berhasil namun tetap harus melakukan pembayaran kembali kepada pihak hotel. Kemudian dari Dwi W pada aplikasi Traveloka.com tanggal 02 Januari 2020, beliau memiliki pengalaman menyenangkan karena resepsionis yang melayaninya ramah, namun kesulitan mencari kebutuhan makanan sekitar penginapan.¹⁰ Secara keseluruhan dari ulasan pengunjung rating yang diperoleh penginapan Wisma Syariah Vandera Kab. Garut lebih rendah apabila dibandingkan dengan rating hotel syariah yang setara di Kab. Garut seperti Hotel Azalea Syariah, Sudirman Guesthouse Syariah, Alana Gardenia Syariah.¹¹

Penginapan Wisma Syariah Vandera Kab. Garut pada aplikasi Traveloka.com memiliki rating sebesar 7,5 masuk dalam kategori 'nyaman' dari 28 ulasan diantaranya hanya ada 10 ulasan yang ditampilkan oleh aplikasi 5 ulasan kurang baik dan 5 ulasan baik dari pelanggan, sedangkan Hotel Azalea Syariah memiliki rating 8,6 berkategori 'mengesankan' dan Sudirman Guesthouse syariah memiliki rating 8,8 berkategori 'mengesankan'.¹² Sedangkan pada aplikasi Booking.com Penginapan Wisma Syariah Vandera Kab. Garut tidak memiliki rating sama sekali dari aplikasi karena jumlah ulasan belum berada pada batas minimum yakni hanya ada 1 ulasan saja sedangkan penginapan Alana Gardenia Syariah memiliki rating 9,6 berkategori 'istimewa' dan Sudirman Guesthouse Syariah memiliki rating 9,3 berkategori 'luar biasa'.¹³

¹⁰"Aplikasi Traveloka" dalam m.traveloka.com, diakses tanggal 01 Maret 2020.

¹¹"Aplikasi Traveloka" dalam m.traveloka.com..., Maret 2020.

¹²"Aplikasi Traveloka" dalam m.traveloka.com..., Maret 2020.

¹³"Aplikasi Booking.com" dalam www.booking.com..., Maret 2020.

Teori Kotler dan Armstrong mendefinisikan pemasaran secara sederhana sebagai suatu proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan, sasarannya yaitu untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai dan menjaga serta menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.¹⁴ Pemasaran menjadi suatu proses untuk memenuhi kebutuhan dan dapat memuaskan konsumen.¹⁵ Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran teknis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran untuk mempengaruhi permintaan produknya.¹⁶ Sehingga semakin baik perusahaan mengontrol bauran pemasaran maka kepuasan konsumen semakin meningkat dengan terpenuhinya kebutuhan konsumen. Menurut Zeithnal dan Bitner dalam tulisan Ika Suryono Djunaid bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat di kontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu.¹⁷ Upaya bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan belum mencapai tingkat kepuasan konsumen yakni adanya ulasan negatif konsumen dan rendahnya penilaian penginapan pada aplikasi jasa penginapan.

Penelitian sebelumnya oleh Dwi Geno Veva yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Resty Menara Pekanbaru*”, hasil penelitiannya menyebutkan bahwa pelaksanaan bauran

¹⁴Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12* terj. Bob Sabran, M. M. Jld.1, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 5-6.

¹⁵Veithzal Rivai Zainal (dkk.), *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw cet.2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2018, hlm. 18.

¹⁶Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hlm. 62.

¹⁷Ika Suryono Djunaid, “Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Jasa Penginapan Berbasis Syariah di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor”, *Jurnal Fame*, Vol. 1, No. 1, 2018, hlm. 9.

pemasaran pada Hotel Resty Menara Pekanbaru dapat dikategorikan sudah baik, dari tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen yang mengindikasikan telah merasa cukup terpuaskan dengan bentuk-bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak hotel, bauran pemasaran dalam penelitian ini meliputi 7 komponen diantaranya produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses, masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Resty Menara Pekanbaru.¹⁸

Adanya ketidaksesuaian antara teori yang diutarakan oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong dengan fenomena yang terjadi di lapangan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Alat pemasaran yang akan digunakan untuk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Sehingga berdasarkan fenomena di atas penulis akan mengangkat penelitian yang berjudul “*Analisis Prioritas Marketing Mix pada Jasa Penginapan Syariah di Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang teridentifikasi di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *marketing mix* di penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut?
2. Bagaimana prioritas *marketing mix* di penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut untuk kepuasan konsumen?

¹⁸ Dwi Geno Veva, “Pengaruh Bauran Pemasaran...”, hlm. 8.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis *marketing mix* di penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut.
2. Untuk menganalisis prioritas *marketing mix* di penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut untuk kepuasan konsumen.

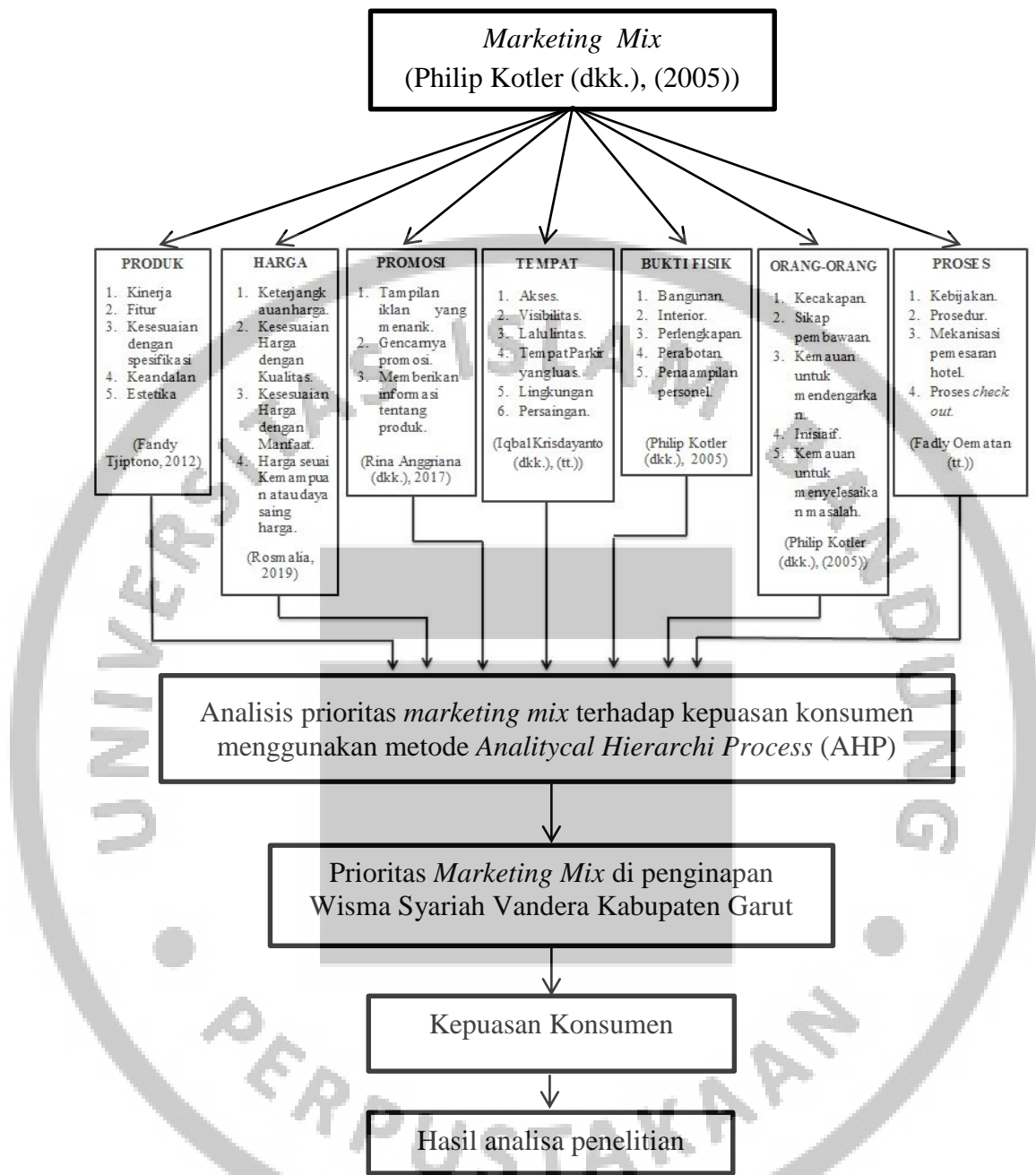
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, harapan peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberikan kontribusi terhadap keilmuan ekonomi syariah dalam hal ini adalah bagi peningkatan daya usaha dalam bisnis hotel syariah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pemilik dan pengurus berupa saran dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan jasa penginapan.
3. Bagi peneliti, menjadikan sarana untuk mengaplikasikan teori selama pembelajaran di perkuliahan, menambah wawasan, pengalaman serta sarana latihan untuk memecahkan masalah yang ada di dalam masyarakat sebelum berperan di dunia pekerjaan.

E. Kerangka Teori

Peneliti menjabarkan pola berpikirnya dalam bentuk peta literatur sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Teori

Sumber: diolah penulis, 2020

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan

atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati sehingga mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.¹⁹ Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis yaitu peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu.²⁰

Metode yang digunakan adalah metode penelitian survei (*survey research*) dimana peneliti tidak melakukan perubahan (tidak ada perlakuan khusus) terhadap variabel-variabel yang diteliti.²¹

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua:

a. Data Primer

Data primer yang digunakan adalah berupa penyebaran angket dan wawancara kepada narasumber yaitu pemilik dari penginapan Wisma Syariah Vandera Kab. Garut dan penyebaran kusioner kepada para ahli yang memahami masalah penelitian terkait.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang terkait, jurnal, brosur, atau artikel, *website*, aplikasi online pelayanan jasa pemesanan tiket, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian.

¹⁹Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *Equilibrium*, Vol. 5, No. 9, Januari-Juni 2009, hlm. 2-3.

²⁰Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif"..., hlm. 3.

²¹Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama* cet.3, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, hlm. 4.

3. Alat Pengumpulan Data

a. Wawancara

Melakukan wawancara kepada pemilik penginapan dan para ahli lainnya baik dari instansi pemerintah, akademisi atau dari praktisi dengan menggunakan alat panduan wawancara.

b. Observasi

Melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi lingkungan penginapan yang dijadikan objek penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda, sehingga responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.²²

Lima para ahli telah ditentukan oleh peneliti untuk menjadi responden diantaranya:

- 1) Pemilik sekaligus pengelola penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut bernama bapak Amir Hamzah.
- 2) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yaitu ibu Tita Puspitasari bagian Kasi Promosi Pariwisata,
- 3) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yaitu bapak Bambang Prasetyo bagian Kasi Analisa Data dan Informasi.

²²Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 21.

- 4) Wakil Ketua BPC Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kabupaten Garut bernama Bapak Herri Lukardi Taufiq kedudukan jabatan sebagai Manajer Hotel Bintang 2 Redante.
- 5) Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi Universitas Garut bernama bapak Dani Adiatma.

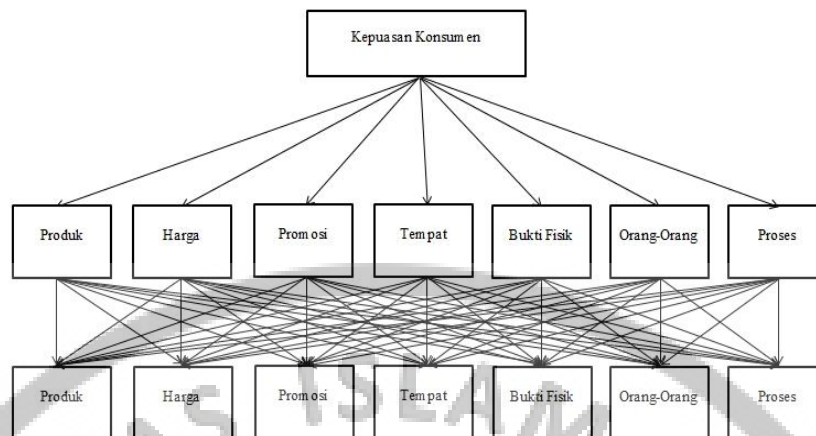
4. Teknik Analisa Data

Metode yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini menggunakan *Analitycal Hierarchi Process* (AHP) merupakan salah satu metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh Dr. Thomas L. Saaty, seorang ahli matematika dari Universitas Pittsburg, Amerika Serikat pada awal tahun 1970-an. AHP merupakan salah satu model pengambilan keputusan yang dapat membantu kerangka berpikir manusia. Dasar berpikirnya metode AHP adalah proses membentuk skor secara numerik untuk menyusun rangking setiap alternatif keputusan yang berbasis pada bagaimana sebaiknya alternatif itu dicocokkan dengan kriteria pembuat keputusan.²³ Perhitungan AHP pada penelitian ini dibantu oleh *software* (perangkat lunak) Expert Choice 2000. Prinsip dasar AHP:

- a. *Decomposition* (prinsip menyusun hirarki): memecahkan masalah atau membagi problem yang utuh menjadi unsur-unsurnya ke dalam bentuk hirarki proses pengambilan keputusan, dimana setiap unsur atau elemen saling berhubungan.²⁴

²³Gatot Broto Ismoyo, "Analisa dan Perancangan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan dengan Metode AHP (*Analytic Hierarchy Process*) dalam Penetapan Siswa Unggulan pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kabupaten Tebo Berbasis Web, (T.Tp), (Tt.), (Tp.).

²⁴Christian Iswhahyudi, "Sistem Pendukung Keputusan", Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer (STMIK) STIKOM Bali, 2014.



Gambar 1. 2 Struktur Hirarki AHP

Sumber: diolah penulis, 2020

- b. *Comparative Judgement*. Dilakukan dengan penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkatan di atasnya. Hal tersebut merupakan inti dari AHP karena akan berpengaruh terhadap urutan prioritas dari elemen-elemennya. Hasil dari penilaian ini disajikan dalam bentuk matriks *pairwise-comparison* yaitu matriks perbandingan berpasangan memuat tingkat preferensi beberapa alternatif untuk tiap kriteria.²⁵ Skala preferensi yang digunakan yaitu skala 1 yang menunjukkan tingkat yang paling rendah (*equal important*) sampai skala 9 yang menunjukkan tingkatan yang paling tinggi (*extreme importance*). Skala Saaty:²⁶

Skala	Definisi
1	Sama Penting
2	Rata-Rata

²⁵ Christian Iswhahyudi, "Sistem Pendukung Keputusan...", 2014.

²⁶ Christian Iswhahyudi, "Sistem Pendukung Keputusan...", 2014.

3	Sedikit Lebih Penting
4	Rata-Rata
5	Lebih Penting
6	Rata-Rata
7	Sangat Penting
8	Rata-Rata
9	Mutlak Sangat Penting
Kebalikan	Jika aktivitas i mendapat satu angka dibandingkan dengan aktivitas j, maka j memiliki nilai kebalikan dibandingkan i.

Tabel 1. 1 Skala Saaty²⁷

	Kriteria-1	Kriteria-2	Kriteria-3	Kriteria-n
Kriteria-1	K11	K12	K13	K1n
Kriteria-2	K21	K22	K23	K2n
Kriteria-3	K31	K32	K33	K3n
Kriteria-m	Kn1	Kn2	Kn3	Kmn

Tabel 1. 2 Matriks Perbandingan Berpasangan²⁸

Kemudian mendefinisikan perbandingan berpasangan sehingga diperoleh jumlah penilai seluruhnya sebanyak $n \times [(n-1)/2]$ buah, dengan n adalah banyaknya elemen yang dibandingkan. Kemudian

²⁷Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarak, "Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi, *Jurnal Siliwangi*, Vol. 3, No. 2, 2017, hlm. 194.

²⁸Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarak, "Penerapan Metode Analytical..., hlm. 194.

menghitung nilai eigen dan menguji konsistensinya. Jika tidak konsisten pengambilan data diulangi.²⁹

- c. *Synthesis of Priority*. Menghitung vektor eigen dari setiap matriks perbandingan berpasangan yang merupakan bobot setiap elemen untuk penentuan prioritas elemen-elemen pada tingkat hirarki terendah sampai mencapai tujuan.³⁰ Dilakukan dengan menggunakan *eigen vector method* untuk mendapatkan bobot relatif bagi unsur-unsur pengambil keputusan. Penghitungan dilakukan melalui cara menjumlahkan nilai setiap kolom yang bersangkutan untuk memperoleh normalisasi matriks dan menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris dan membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan rata-rata. Apabila A adalah matriks perbandingan berpasangan, maka vektor bobot yang berbentuk:

$$(A)(w^T) = (n)(w^T)$$

dapat didekati dengan cara:

- 1) Menormalkan setiap kolom j dalam matriks A , sedemikian hingga:

$$\sum a(i,j) \text{ } i=1 \text{ sebut sebagai } A'$$

- 2) Hitung nilai rata-rata untuk setiap baris i dalam A' : dengan w_i adalah bobot tujuan ke- i dari vektor bobot.³¹

- d. *Logical Consistency* merupakan karakteristik AHP yang dicapai dengan mengagresikan seluruh *eigen vector* yang diperoleh dari berbagai tingkatan hirarki yang selanjutnya diperoleh suatu *vector*

²⁹ Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarak, "Penerapan Metode Analytical..., hlm. 194.

³⁰ Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarak, "Penerapan Metode Analytical..., hlm. 194.

³¹ Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarak, "Penerapan Metode Analytical..., hlm. 194.

composite yang menghasilkan urutan pengambilan keputusan.³²

Apabila A adalah matriks perbandingan berpasangan dan w adalah vektor bobot, maka konsistensi dari vektor bobot w dapat diuji sebagai berikut:

- 1) Hitung: $(A)(w^T)$ dengan rumus konsistensi dari vektor bobot:

$$t = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\frac{\text{elemen ke } - i \text{ pada } (A)(w^T)}{\text{elemen ke } - i \text{ pada } w^T} \right)$$

- 2) Hitung indeks konsistensi dengan rumus konsistensi indeks:

$$CI = \frac{t - n}{n - 1}$$

- 3) Indeks random RI_n adalah nilai rata-rata CI yang dipilih secara acak pada A dan diberikan sebagai:

Ordo Matriks	1,2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RI	0	0,52	0,89	1,11	1,25	1,35	1,4	1,45	1,49	1,51	1,54

Tabel 1. 3 Nilai Random Indeks³³

- 4) Hitung rasio konsistensi

$$CI = \frac{t - n}{n - 1}$$

- Jika $CI = 0$, maka hirarki konsisten.
- Jika $CR < 0,1$, maka hirarki cukup konsisten.
- Jika $CR > 0,1$, maka hirarki sangat tidak konsisten.³⁴

³²Christian Iswhahyudi, "Sistem Pendukung Keputusan...", 2014.

³³Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarok, "Penerapan Metode Analytical...", hlm. 194.

³⁴Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarok, "Penerapan Metode Analytical...", hlm. 194-195.