

**ANALISIS STRATEGI BISNIS HOTEL SANTIKA PALU DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mengikuti Ujian Skripsi
Pada Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh:

M. CHEDER SYAHRUDDIN DANI
NIM. 18.3.12.0112

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 02 juli 2023 M
14 Syawal 1444 H



Penulis

M. Cheder Syahrudin Dani
NIM. 18.3.12.0112

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI BISNIS HOTEL SANTIKA PALU DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”, oleh M. CHEDER SYAHRUDDIN DANI, NIM: 18.3.12.0112, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk di ajukan.

Palu, 02 juli 2023 M
14 Syawal 1444 H

Pembimbing I



Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Pembimbing II



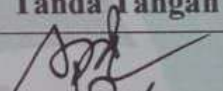
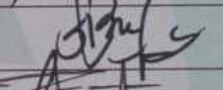
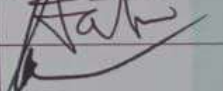
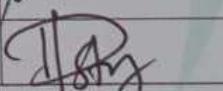
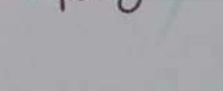
Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M. Pd.
NIDN. 2028119103

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara M. Cheder Syahrudin Dani, NIM: 18.3.12.0112 dengan judul **“Analisis Strategi Bisnis Hotel Santika Palu dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam”**, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 16 Agustus 2023 M yang bertepatan dengan tanggal 29 Muharram 1445 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 28 Agustus 2023 M
11 Safar 1445 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Abdul Jalil, M.M.	
Munaqisy 1	Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag.	
Munaqisy 2	Fatma, M.M	
Pembimbing1	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Pembimbing 2	Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd.	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 2 002

Ketua
Jurusan Ekonomi Syariah

Nursyamsu, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19860507 201503 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ آمِينَ

Puji dan syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini, Penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis yaitu Ayah Syahrudin dan Ibu Senaini yang telah mendoakan, memberikan motivasi, dan mendidik penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini. Semoga Allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmat-Nya Aamiin.
2. Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Bapak Prof. Dr. H. Abidin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. H. Kamarudin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr Mohamad Idhan S.Ag., M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kemudahan dalam menimbah ilmu pengetahuan di kampus hijau Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.

3. Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr Ermawati, S.Ag., M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Drs Sapruddin M.H.I sebagai Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Malkan, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
5. Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekertaris Jurusan Bapak Noval, M. M yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
6. Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I selaku pembimbing I dan Ibu Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing Penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Ibu Dr Ermawati, S.Ag., M.Ag, selaku penguji I dan Ibu Fatma, S.E., M.M., selaku penguji II yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis sehingga dapat selesai tepat waktu dan sesuai harapan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
9. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.

10. Rifai Dongko selaku kepala perpustakaan yang mengizinkan penulis mencari referensi terkait judul skripsi, dan juga Perpustakaan Daerah yang telah menyediakan referensi yang penulis butuhkan.
11. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018, khususnya Ekonomi Syariah IV yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.
12. Segenap keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan sepanjang perjalanan pendidikan penulis.
13. Seluruh informan yang telah membantu penulis dalam melakukan proses wawancara.
14. Teman-teman mahasiswa dari Universitas Tadulako dan Stimik Adhi Guna yang telah memberi suport kepada penulis.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak sempat termuat dalam pengantar ini, Penulis mohon maaf serta terima kasih atas bantuan, motivasi dan kerjasamanya. Penulis senantiasa mendoakan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah swt.

Palu, 02 juli 2023 M
14 Syawal 1444 H

Penulis

M. Cheder Syahrudin Dani
NIM. 18.3.12.0112

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTARK.....	xii

BAB 1 PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah	6
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D.Penegasan Istilah	7
E.Garis-garis Besar Isi	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
A.Penelitian Terdahulu	10
B.Kajian Teori	15
1. Pengertian Strategi Bisnis	15
2. Tujuan Strategi Bisnis	17
3. Prinsip-prinsip Strategi Bisnis.....	18
4. Analisis Swot.....	23
C. Konsep Tentang Perhotelan	27
1. Pengertian Hotel.....	27
2. Fasilitas Hotel	30
3. Produk Hotel	31
4. Prosedur Bisnis Perhotelan	32
D. Pendapatan	33
1. Pengertian Pendapatan	33
E. Ekonomi Islam.....	36
1. Pengertian Ekonomi Islam	36
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam	38
3. Nilai-Nilai Ekonomi Islam.....	42
F. Kerangka Pikir	44

BAB III METODPENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian	47
C. Kehadiran Peneliti	47
D. Data dan Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisis Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Data	50
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskriptif hasil penelitian.....	53
1. Sejarah Hotel Santika.....	53
2. Visi Dan Misi.....	54
3. Sturktur Organisasi Hotel Santika Palu	55
4. Uraian Tugas Dan Tanggung Jawab.....	56
5. Fasilitas Umum Hotel Santika Palu.....	60
B. Hasil Penelitian.....	63
1. Strategi Bisnis Hotel Santika Palu Dalam Meningkatkan	
Pendapatan.....	63
2. Laporan Pendapatan pada Hotel Santika Palu.....	72
3. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Bentuk Strategi Bisnis	
Hotel Santika Palu.....	75
 BAB V METODE PENELITIAN	
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabe 1.1	: Jumlah Pengunjung di Hotel Santika Palu.....	5
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1	: Harga Room Hotel Santika Palu.....	62
Table 4.2	: Pendapatan dari Tiap Penjualan Room, Meeting Room dan Restaurant pada Hotel Santika Palu.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	: Struktur organisasi Hotel Santika Palu.....	56
-------------------	--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I** : Pedoman Wawancara
- Lampiran II** : Daftar Informan
- Lampiran III** : Surat Izin Penelitian
- Lampiran IV** : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran V** : SK Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran VI** : Lembar Pengajuan Judul
- Lampiran VII** : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran VIII** : Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama : M. Cheder Syahrudin Dani
NIM : 18.3.12.112
Jurusan/Fakultas : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bisnis Hotel Santika Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam

Skripsi ini membahas tentang Strategi Bisnis Hotel Santika Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam. Dengan rumusan masalah yaitu: 1) Untuk mengetahui bagaimana bentuk strategi bisnis Hotel Santika palu dalam meningkatkan pendapatan. 2) Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap bentuk strategi bisnis yang diterapkan oleh Hotel Santika Palu.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis Swot. Proses pelaksanaan yaitu dengan menganalisis strategi bisnis yang sudah digunakan dalam Hotel Santika Palu mulai dari awal berdiri hingga saat ini sudah membuat Hotel Santika Palu dikenal dan diketahui masyarakat serta mendapat kepercayaan dari masyarakat khususnya masyarakat Kota Palu.

Hasil Dalam Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis Hotel Santika Palu dalam meningkatkan pendapatan dapat di lihat dari segi : *Strengths* (Kekuatan) diantaranya *Brand Image*, Mengoptimalkan biaya pemasaran melalui promosi berbagai media, Lokasi, Memelihara hubungan dengan pelanggan, Kualitas pelayanan. *Weaknesses* (kelemahan) yaitu : Tarif kamar, Lahan parkir. *Opportunities* (peluang) yaitu : Pangsa Pasar, Kebijakan Pemerintah. *Threats* (Ancaman) yaitu : Pesaing, Komptitor baru. Hal ini dapat di simpulkan bahwa Hotel Santika Palu memiliki kekuatan lebih besar dari kelemahan. Dengan demikian kekuatan yang dimiliki Hotel Santika Palu dapat diandalkan untuk menghadapi persaingan.

Hasil Penelitian ini dalam pandangan Ekonomi Islam terhadap bentuk strategi bisnis yang telah digariskan dalam Islam di Hotel Santika Palu antara lain : *Siddiq* (jujur, Benar), *Amanah* (*Tanggung jawab*), *Istiqamah* (konsisten), *Tabligh* (Menyampaikan, Komunikasi, keterbukaan), *Fathonah* (kecerdasan), bahwa Strategi Hotel Santika Palu sudah sesuai dengan syara, karena dalam penetapan strategi bisnis sudah memenuhi nilai-nilai ekonomi Islam, yaitu prinsip *Siddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, dan *Tabliqh*.

Hotel Santika Palu sebaiknya meningkatkan strategi bisnis agar dapat menambah pendapatan maka Hotel Santika Palu harus memperhatikan strategi produk dengan secara terus menerus meningkatkan kualitas produk, fasilitas dan pelayanan serta penawaran paket-paket khusus yang sesuai dengan aturan dan etika bisnis islam

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hotel adalah kebutuhan akan sarana akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, minum serta jasa lainnya untuk umum yang tinggi untuk sementara waktu dan dikelola secara profesional. Selain itu hotel dapat diartikan sebagai bangunan yang menyediakan kamar untuk tempat menginap tamu, Sumber makanan, minuman dan fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan.

Dapat juga hotel diartikan sebagai suatu usaha yang dikelola dibidang akomodasi yang dikelola secara profesional yang menghasilkan keuntungan untuk menyediakan penginapan, makanan, minuman dan fasilitas lainnya.¹

Saat ini banyak para pengusaha menggunakan hotel sebagai bisnis usahanya. Bisnis hotel merupakan bisnis jasa yang menjual segala bentuk akomodasi yang didalamnya terdapat unsur kenyamanan, pelayanan dan berbagai fasilitas yang diperuntukkan bagi mereka yang menghendaki sarana prasarana penginapan untuk kepentingan pekerjaan, keluarga maupun liburan.

Berkaitan dengan hal tersebut tentunya hotel merupakan industri pariwisata dimana di dalamnya terdapat komponen yang sangat penting yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Maka dari itu kepuasan pelanggan merupakan awal dari keberhasilan suatu bisnis.

Dalam dunia bisnis terutama dalam bisnis hotel, kualitas pelayanan memang sangat diperlukan karena pada dasarnya bisnis hotel merupakan komoditas yang

¹Gusti Bagus Rai, *Pengantar Industri Pariwisata*, (Sleman: Depublish, 2012), 51.

bersumber dari non migas, dimana beberapa tahun terakhir sangat digalakkan peningkatannya.

Dengan adanya peningkatan usaha sektor wisata tersebut merupakan peluang baru bagi munculnya hotel-hotel baru yang ikut meramaikan bisnis di dunia industri pariwisata atau akomodasi (Hotel). Dengan bermunculannya bisnis tersebut namun disisi lain juga diimbangi dengan persaingan yang semakin ketat.

Persaingan yang ketat itulah yang menyebabkan mereka berlomba-lomba untuk menawarkan *value* yang lebih sebagai daya tarik konsumen terhadap hotel. Mereka mulai menambahkan dari segi makanan, minuman, fasilitas lain yang menambah daya tarik konsumen. Selain itu juga menambahkan ornament atau fasilitas kamar yang lebih aman dan nyaman serta untuk menunjang agar para penginap bisa betah singgah di hotel tersebut.

Maka dari itu, konsumen tentunya akan lebih pintar memilih hotel yang memberikan kenyamanan dengan harga yang terjangkau dengan fasilitas yang memuaskan. Konsumen tentunya akan memilih hotel sesuai dengan kriteria-kriteria yang sesuai dengan mereka. Berbagai konsumen memiliki minat yang berbeda-beda akan hal tersebut. Konsumen dari golongan menengah biasanya lebih menekankan pada harga yang terjangkau dan kamar yang memadai, sedangkan konsumen golongan menengah, mereka lebih mengedepankan dengan mempertimbangkan harga dan fasilitas yang diperoleh.

Namun untuk konsumen golongan menengah keatas, mereka lebih cenderung untuk memilih hotel dengan fasilitas full music, swalayan, cafe, room service serta fasilitas lain yang mengutamakan kualitas tanpa memperhatikan harga.

Maka dari situlah pihak manajemen hotel harus cerdas dalam mengatur mengenai kriteria atau keinginan konsumen.²

Kepuasan pelanggan merupakan awal dari keberhasilan suatu bisnis industri perhotelan. yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan *interior* dan *eksterior* kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang di jual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang di jual.

Bisnis didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.³

Dalam melakukan kegiatan bisnis hal penting yang harus dipersiapkan adalah strategi bisnis. Strategi menurut Basu Swastha adalah sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan.⁴

Strategi bisnis adalah upaya perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.⁵

²Joko Priyono, *Analisis Kepuasan ditinjau dari kualitas Pelayanan Hotel* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2009), 19.

³O.P. Simorangkir, *Etika Bisnis Jabatan dan Perbankan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), 30.

⁴Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty. 1997), 68.

⁵Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1997), 67.

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).⁶

Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di masa pandemi covid-19 menunjukkan bahwasannya pandemi covid-19 memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap penurunan tingkat hunian rata-rata. Penurunan tingkat *accupancy* tersebut kemudian juga berakibat pada *revenue* (pendapatan perusahaan) yang menurun secara drastis. Penurunan tingkat *occupancy* dan juga *revenue* perusahaan tersebut tentunya sangat mengancam keberlangsungan hidup sektor perhotelan sehingga manajemen perhotelan dituntut untuk menerapkan strategi atau cara yang tepat untuk dapat mempertahankan hidup usahanya di tengah pandemi.

Observasi awal yang dilakukan peneliti, Hotel Santika mengklasifikasikan strategi yang diterapkan oleh manajemen hotel menjadi 4 yaitu bekerjasama dengan pihak eksternal, memanfaatkan kondisi untuk mencari keuntungan, meminimalisir pengeluaran dan juga memanfaatkan secara maksimal seluruh fasilitas yang dimiliki oleh hotel.

Disadari bahwa saat ini tingkat keramaian dan eksistensi dari hotel Santika mulai menurun hal tersebut membuat turunnya tingkat hunian di akibatkan oleh masa pandemi covid-19. Menurut salah satu narasumber yaitu Bapak Taufan selaku HRD bahwa saat ini Hotel Santika mengalami penurunan pengunjung tidak

⁶Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 56.

seperti tahun-tahun sebelumnya, biasanya hari *weekend* atau hari biasa merupakan hari yang sangat menguntungkan untuk hotel tersebut.⁷

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung di Hotel Santika Palu Priode Tahun 2021-2022

No	Bulan	Tahun	
		2021	2022
1	Januari	1.950	1.824
2	Februari	2.242	2.112
3	Maret	2.791	3.205
4	April	2.707	2.604
5	Mei	2.777	3.083
6	Juni	3.103	3.418
7	Juli	2.677	2.850
8	Agustus	2.451	1.520
9	September	2.586	2.899
10	Oktober	3.078	2.893
11	November	3.158	3.256
12	Desember	3.310	3.171
Total		32.830	32.835

Sumber: laporan jumlah pengunjung dari Hotel santika palu

Berdasarkan penjelasan di atas Hotel Santika Palu bagian dari industri pariwisata, mengalami tekanan berat pada saat ini. Hotel Santika sebagai salah satu industri perhotelan di Kota Palu yang berupaya untuk bertahan di tengah situasi yang sulit saat ini. setiap perusahaan melakukan pengaturan ulang strategi bisnis agar mampu meningkatkan pendapatannya tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “*ANALISIS STRATEGI BISNIS HOTEL SANTIKA PALU DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*”.

⁷Hasil wawancara dengan bapak Taufan selaku HRD Hotel Santika Kota Palu (10 Juni 2022)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas muncul beberapa permasalahan, yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bisnis Hotel Santika Palu dalam meningkatkan pendapatan?
2. Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap strategi bisnis yang diterapkan oleh Hotel Santika Palu?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai dari sebuah hasil penelitian yang di perolehnya. Oleh karena itu, tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana bentuk strategi bisnis Hotel Santika palu dalam meningkatkan pendapatan
- 2) Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap bentuk strategi bisnis yang diterapkan oleh Hotel Santika Palu.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah adanya manfaat teoritis dan manfaat praktis, dijelaskan sebagai berikut:

1). Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yaitu pengembangan ilmu pengetahuan sesuai dengan konsentrasi keilmuan penulis. Diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan disiplin ilmu

ekonomi islam serta pengembangan pengetahuan dibidang muamalah, khususnya yang terkait dengan persoalan bisnis.

2). Manfaat praktis

Manfaat praktis yaitu kebermanfaatan bagi lembaga/Isntitusi terkait. Diharapkan dapat menjadi cerminan bagi tempat-tempat hotel lainnya, khususnya tempat hotel yang menjadi obyek penelitian dan umumnya tempat hotel milik orang islam.

D. Penegasan Istilah

Penelitian ini berjudul strategi bisnis hotel santika palu dalam meningkatkan pendapatan perspektif ekonomi islam. Beberapa kata istilah dalam judul penelitian ini perlu dijelaskan agar tidak memunculkan salah pengertian atau salah pemahaman. Adapun sebagai berikut:

1. Strategi bisnis, yaitu tindakan yang dilakukan perhotelan atas dasar pengambilan keputusan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya. Dan mendukung aktivitas bisnisnya sehingga mendapatkan keuntungan.
2. Perhotelan merupakan suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya dimana fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang ingin menginap.

3. Perspektif ekonomi islam, yaitu merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Perspektif ekonomi islam yang dimaksud disini adalah konsep islam mengenai strategi bisnis atas prinsip keadilan dan kelayakan.

E. Garis-Garis Besar Isi

Garis-garis besar isi yang terdapat dalam proposal ini terdiri atas bab pendahuluan, kajian teoritis, dan metode penelitian. Maka secara global dapat ditulis sebagai berikut:

Bab I pendahuluan yang di dalamnya memuat latar belakang masalah yang menjadi fokus kajian peneliti dan dilanjutkan dengan rumusan masalah untuk membatasi ruang lingkup pembahasan. Agar peneliti ini terarah dan mudah untuk dipahami dicantumkan tujuan dan manfaat penelitian yang hendak dicapai, selanjutnya diuraikan pula tentang pengesahan istilah untuk menghindari kesalahan tentang judul, serta garis-garis besar isi.

Pada bab II adalah kajian teori yang di dalamnya memuat teori-teori yang ada relevansinya dengan penelitian yang sedang diteliti peneliti, di antaranya penelitian terdahulu dan kajian teori yang membahas tentang strategi bisnis yakni pengertian strategi bisnis serta strategi bisnis dalam perspektif ekonomi islam.

Bab III adalah metode yang digunakan dalam melakukan penelitian yang memuat tentang, pendekatan dan desain penelitian digunakan untuk mempermudah dalam mengelola data sesuai dengan penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian dan objek penelitian, kehadiran peneliti, jenis dan sumber data berisi macam-macam data yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data merupakan cara mengelola data yang diperoleh dalam penelitian, serta pengecekan keabsahan data digunakan sebagai alat untuk melihat kebenaran data.

Bab IV adalah berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian data dan analisis data.

Bab V adalah rangkaian terakhir dari penulisan yang berisikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya yang berkaitan dengan judul peneliti saat ini. Berikut ini penulis sebutkan penelitian dan hasil penelitian:

1. Hasil penelitian Muh Rijal, dengan judul **“Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD. Humaerah Motor Kabupaten Bone.** Berdasarkan hasil penelitian yaitu, UD Humaerah Motor meningkatkan strategi bersaing dengan menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, memaksimalkan pengiriman, meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, dan mempertahankan citra perusahaan dimata masyarakat. Kondisi UD Humaerah Motor berada pada Kuadrat pertama, hal ini yang menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kondisi yang menguntungkan, karena memiliki kekuatan sehingga dapat memilih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, dan meraih kemajuan secara maksimal.¹

¹Muh Rijal, “Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD. Humaerah Motor Kabupaten Bone” (Skripsi Diterbitkan, Jurusan Universitas Muhammadiyah, Makassar, 2018).

2. Hasil penelitian Isty Evrilia Rahayu, dengan judul **“Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo”**. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti yaitu Strategi bisnis yang dilakukan pedagang kaki lima di alun-alun Ponorogo terdapat beberapa cara yaitu Strategi produk dan pelayanan, sebagian besar pedagang masih belum berani untuk berinovasi dan mengembangkan produk yang dimiliki. Strategi harga, menggunakan penetapan harga sesuai dengan teori penetrasi harga. Strategi promosi, yang digunakan sudah cukup baik dengan memperhatikan beberapa aspek seperti kepuasan pelanggan, selalu berusaha berpenampilan rapi, ramah terhadap pelanggan, tidak memaksakan kehendak konsumen. Strategi tempat, yang dilakukan oleh pedagang di alun-alun Ponorogo sangat tepat karena alun-alun merupakan tempat yang strategis berada di tengah kota, lokasi sering diadakan acara besar seperti konser dan lain sebagainya. Maka dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa yang menjadi sebab penurunan pendapatan dari pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo dikarenakan kurangnya inovasi produk dari pedagang itu sendiri, sedangkan diluar sana banyak pesaing-pesaing yang menawarkan beragam produk yang lebih menarik minat konsumen.²
3. Hasil penelitian Dian Anggariani, dengan judul **“Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UKM Tenun dan Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan)”**. Berdasarkan hasil dari

²Isty Efrilia Rahayu “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo” (Skripsi Diterbitkan, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo, 2020).

penelitian ini menyatakan bahwa dalam mempertahankan eksistensi (keberadaan) usahanya, Ridaka menggunakan beberapa strategi yang meliputi: strategi konsentrasi, pengembangan produk, pengembangan pasar, inovasi, strategi integrasi vertikal ke depan, strategi diversifikasi konsentrik, dan juga menerapkan strategi dalam setiap bidang fungsionalnya yang meliputi strategi operasi, strategi sumber daya manusia, strategi keuangan, serta strategi pemasaran. Keberhasilan bisnis yang dijalankan Ridaka tidak hanya bergantung pada strategi tersebut. Akan tetapi, Ridaka mencoba memberikan manfaat bagi lingkungan maupun masyarakat sekitar, dan tidak meninggalkan nilai-nilai aturan Islam dalam menjalankan strategi bisnisnya.³

Tabel 2.1
Tinjauan (Riview) Studi Terdahulu

No.	Nama /Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Hasil penelitian Muh Rijal, dengan judul “Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD. Humaerah Motor Kabupaten Bone.	Berdasarkan hasil penelitian yaitu, UD Humaerah Motor meningkatkan strategi bersaing dengan menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, memaksimalkan pengiriman, meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, dan mempertahankan citra	Terletak pada objek penelitian yang mengkaji tentang Strategi Bisnis	Lokasi penelitian Waktu penelitian

³Dian Anggariani, judul “Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UKM Tenun dan Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan” (Skripsi Diterbitkan, Jurusan Ekonomi islam, UIN Walisongo, Semarang, 2017).

		perusahaan dimata masyarakat. Kondisi UD Humaerah Motor berada pada Kuadrat pertama, hal ini yang menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kondisi yang menguntungkan, karena memiliki kekuatan sehingga dapat memilih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, dan meraih kemajuan secara maksimal.		
2.	Hasil penelitian Isty Evrilia Rahayu, dengan judul “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo”	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti yaitu Strategi bisnis yang dilakukan pedagang kaki lima di alun-alun Ponorogo terdapat beberapa cara yaitu Strategi produk dan pelayanan, sebagian besar pedagang masih belum berani untuk berinovasi dan mengembangkan produk yang dimiliki. Strategi harga, menggunakan penetapan harga sesuai dengan teori penetrasi harga. Strategi promosi, yang digunakan sudah cukup baik dengan memperhatikan beberapa aspek seperti kepuasan pelanggan, selalu berusaha berpenampilan rapi, ramah terhadap pelanggan, tidak memaksakan kehendak konsumen. Strategi tempat, yang dilakukan oleh pedagang di alun-alun	Terletak pada objek penelitian yang mengkaji tentang Strategi Bisnis	Lokasi penelitian Waktu penelitian

		Ponorogo sangat tepat karena alun-alun merupakan tempat yang strategis berada di tengah kota, lokasi sering diadakan acara besar seperti konser dan lain sebagainya. Maka dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa yang menjadi sebab penurunan pendapatan dari pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo dikarenakan kurangnya inovasi produk dari pedagang itu sendiri, sedangkan diluar sana banyak pesaing-pesaing yang menawarkan beragam produk yang lebih menarik minat konsumen.		
3.	Hasil penelitian Dian Anggariani ,dengan judul “Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UKM Tenun dan Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan)”.	Berdasarkan hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam mempertahankan eksistensi (keberadaan) usahanya, Ridaka menggunakan beberapa strategi yang meliputi: strategi konsentrasi, pengembangan produk, pengembangan pasar, inovasi, strategi integrasi vertikal ke depan, strategi diversifikasi konsentrik, dan juga menerapkan strategi dalam setiap bidang fungsionalnya yang meliputi strategi operasi, strategi sumber daya manusia, strategi keuangan, serta strategi pemasaran. Keberhasilan bisnis yang dijalankan Ridaka tidak hanya	Terletak pada objek penelitian yang mengkaji tentang Strategi Bisnis	Lokasi penelitian Waktu penelitian

		bergantung pada strategi tersebut. Akan tetapi, Ridaka mencoba memberikan manfaat bagi lingkungan maupun masyarakat sekitar, dan tidak meninggalkan nilai-nilai aturan Islam dalam menjalankan strategi bisnisnya.		
--	--	--	--	--

B. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi Bisnis

Saat ini perkembangan bisnis mengalami sebuah revolusi teknologi yang pesat. Hal tersebut ditandai dengan peralihan pasar tradisional menuju pasar modern yang kian marak disebut jual beli dengan sistem online. Di dalam sebuah organisasi atau perusahaan pasti berjumpa dengan kondisi dimana perubahan dan tantangan akan muncul pada waktu yang tidak diinginkan, maka diperlukan arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misi untuk mencapai sebuah visi atau disebut dengan strategi.⁴

Griffin mengungkapkan bahwa strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi (Strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals). Tidak sekadar pencapaian tujuan, strategi juga bermaksud untuk keberlangsungan organisasi. Pendapat lain dari Ansoff terkait definisi strategi yaitu standar pembandingan untuk mengukur performa saat ini dengan masa yang akan datang. Ukuran yang dimaksud berbentuk kualitatif dengan wujud tercapainya tujuan (objective) dan kuantitatif yang berorientasi sasaran (goal).

⁴Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 15.

Sedangkan strategi menurut Potler adalah alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Merujuk pada beberapa pandangan tentang definisi strategi yang diutarakan oleh para ahli. Maka, istilah strategi bermakna suatu kesatuan rencana yang bersifat menyeluruh, komprehensif, dan terpadu pada arahan guna mencapai tujuan yang diinginkan.⁵

Memilik istilah strategi, pada mulanya konsep strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan. Istilah tersebut muncul seiring dengan adanya dunia militer, yang mana pada saat terjadi peperangan, panglima perang melakukan berbagai cara untuk melawan musuhnya. Sedangkan cara yang dimaksud dikenal dengan sebutan taktik.

Perluasan makna strategi kemudian berubah sejalan dengan adanya perkembangan konsep manajemen strategik, istilah strategi tidak hanya bermakna sebagai cara untuk mendapatkan tujuan atau capaian. Melainkan sebuah ketetapan dari berbagai tujuan dengan diperoleh sebuah keputusan. Keputusan tersebut merupakan keputusan strategis oleh manajemen perusahaan dengan harapan terpeliharanya keunggulan kompetitif di perusahaan.

Keputusan yang berpengaruh terhadap perusahaan dan unit bisnis dalam jangka panjang merupakan definisi dari keputusan strategis. Sebagaimana contoh dari keputusan strategis yang dilakukan oleh kelompok usaha Wings. Kelompok usaha Wings menyatakan keputusannya masuk dalam industri makanan dengan memproduksi Mie sedaap. Hadirnya unit bisnis Wings Food ini nantinya akan berpengaruh terhadap korporasi.

⁵ Griffin, *Manajemen Komprehensif Strategik*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005), 192-193.

Peristiwa tersebut berkaitan dengan pendapat Kotler tentang tujuan utama pembuatan strategi yaitu agar perusahaan mampu menghadapi lingkungan dalam jangka panjang.⁶

2. Tujuan Strategi Bisnis

Tujuan penetapan strategi dalam dunia bisnis yakni mengarahkan bagaimana upaya organisasi tersebut dapat memenangkan persaingan bisnis melalui pemanfaatan lingkungan dan pengorganisasian kapabilitas perusahaan agar tercapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Upaya untuk mengguguli lawan (pesaing) melalui kemampuan perusahaan dalam menciptakan suatu nilai yang berbeda sehingga pesaing tidak dapat melakukannya disebut dengan istilah keunggulan bersaing.

Di dalam dunia bisnis, setiap organisasi berupaya untuk mengungguli lawannya. Terdapat tiga penentu yang dapat diciptakan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaing, tiga penentu itu adalah:

- a. Perspektif Internal, fokus terhadap sumber daya dan kapabilitas. Seperti sumber daya yang unik dan tidak dapat diduplikasi pesaing.
- b. Perspektif Eksternal, fokus pada struktur industri dan cara perusahaan memposisikan dirinya untuk mengambil keuntungan.
- c. Perspektif Dinamis, yang menjembatani perspektif internal dan eksternal dengan melihat peluang dan mengembangkan sumber daya yang unik untuk menciptakan perubahan yang mengganggu.

Dalam manajemen strategi, perusahaan menerapkan strategi bersaing yang diharapkan dapat menjamin keunggulan bersaing. Strategi bersaing tersebut memberikan posisi yang ingin dicapai di pasar, antara lain:

⁶Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), 25.

- 1) Target pasar yang berupa pasar luas, terbatas maupun pasar sempit.
- 2) Cara perusahaan mengejar keunggulan bersaing, melalui harga rendah atau diferensiasi produk.⁷

3. Prinsip-prinsip Strategi Bisnis

Menurut Riyanto Sofyan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan apabila prinsip-prinsip syariah hendak diterapkan dalam beberapa strategi bisnis , diantaranya:⁸

a. Strategi Produk dan Layanan (Product and Service Strategy)

Dalam ekonomi konvensional, produk merupakan barang yang dapat dipertukarkan. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian. Dalam Islam produk adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdayaguna secara moral.⁹

Prinsip syariah mengubah paradigma dalam menjual, yaitu suatu paradigma yang memandang sebuah produk atau jasa dari beberapa aspek secara menyeluruh. Apa yang dijual akan dibahas bukan hanya dari segi aspek bisnis atau aspek pasar (*supply dan demand*), tetapi juga dari segi nilai-nilai syariah dari produk atau jasa tersebut. Nilai-nilai inilah yang akan menjaga suatu jasa atau produk tetap pada fitrah kekuatan jualnya, tanpa harus melacurkan diri.¹⁰

⁷Sofjan Assauri, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016, .11-13.

⁸Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 116.

⁹Rhenald Kasali, Boyke R. Purnomo, dkk, *Modul Kewirausahaan* (Jakarta: Uversitas Gadjadara, 2010), 382.

¹⁰Ibid. 35.

Dengan demikian secara tidak langsung kita menciptakan paradigma baru atau pasar baru yang orientasinya lebih kepada produk atau jasa tersebut (*product or service oriented*), bukan dikendalikan atau didorong oleh pasar (*market driven or market oriented*). Tetapi bukan berarti produk dan jasa tersebut tidak dibutuhkan pasar karena fitrah atau esensi dari suatu produk tidak akan terbawa atau diperkaya dengan sesuatu yang diluar dari esensi dasar produk atau jasa tersebut.

Bahkan sebaliknya, produk dan jasa tersebut akan diperkaya dengan inovasi-inovasi yang menarik yang akan menguatkan fungsi atau esensi dari produk dan jasa.¹¹

b. Strategi Harga (Price Strategy)

Harga merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Penetapan harga memiliki dampak langsung dan jelas terlihat pada penerimaan pasar sehingga menjadi sangat penting terhadap keseluruhan bauran pemasaran. Selain itu harga merupakan alat yang sangat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dan suatu waktu harga akan meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.¹²

Ada beberapa alternative dalam penetapan harga, sebagai berikut:¹³

- 1) *Cost Based Pricing* adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Terbagi menjadi dua yaitu: *Cost Plus Pricing*: penetapan harga biaya plus metode

¹¹Ibid. 36.

¹²Rhenald Kasali, Boyke R. Purnomo, dkk, *Modul Kewirausahaan* (Jakarta: Hikmah, 2010), 154.

¹³Hadianto Joewono, *Strategy Management* (Jakarta: Arrbey, 2012), 154-155.

ini merupakan metode paling sederhana, pengusaha hanya menambah mark-up tertentu terhadap biaya produksinya. *Break Even Analysis* and *Target Profit Pricing* : analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran, ini adalah metode dengan menghitung titik impas atau membuat target laba tertentu di atasnya.

- 2) *Value Based Pricing* adalah penetapan harga berdasarkan persepsi calon konsumen terhadap nilai barang.
- 3) *Metode persepsi* nilai dari pembeli. Jadi pertama-tama dilihat berapa konsumen bersedia membeli untuk produk yang ditawarkan sedangkan biaya produksi dilihat belakangan untuk mengetahui apakah masih menguntungkan.
- 4) *Competition Based Pricing* adalah penetapan harga berdasarkan persaingan. *Going rate pricing* adalah penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku, mendasarkan harganya pada harga yang ditawarkan rata-rata pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.

c. *Strategy Promosi (Promotion Strategy)*

Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen agar membeli. Tujuan dari segala kegiatan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan promosi yaitu bauran promosi diantaranya:

- 1) *Advertising* (Periklanan) adalah komunikasi yang bersifat nonpersonal, yang dibayar dan digunakan oleh suatu sponsor yang ditunjuk untuk menyampaikan kepada khalayak mengenai produk.

- 2) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi) adalah metode dengan cara berkomunikasi tatap muka dengan calon-calon pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya dan menstimulasi pembelian.
- 3) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) adalah kegiatan promosi jangka pendek yang dirancang untuk merangsang konsumen agar tetap setia pada produsen.
- 4) *Public Relations* (Hubungan Masyarakat) suatu bentuk publisitas yang dibentuk dan dikendalikan oleh perusahaan. Tujuannya untuk membangun reputasi yang baik kepada pelanggan. Dengan adanya metode promosi maka diharapkan perusahaan dapat menyampaikan empat hal kepada konsumen yaitu membuat mereka sadar terhadap kehadiran produk, membuat mereka mengenal lebih jauh, membujuk agar menyukai produk, dan membujuk agar membeli produk.¹⁴

Kedua, membangun banyak relasi. Rasulullah saw. adalah sosok yang sangat gemar menjalin relasi dan merawatnya. Beliau adalah sosok yang andal dan piawai dalam membangun relasi. Beliau tak hanya mengandalkan satu atau dua relasi dalam membangun sebuah bisnis.¹⁵

d. Strategi Tempat

Kesuksesan pemasaran produk tergantung pada bagian distribusi. Distribusi disebut juga tempat yang berarti bagaimana melakukan kombinasi untuk menyampaikan produk kepada para pengguna akhir.

¹⁴Hadiananto Joewono, *Strategy Management* (Jakarta: Arrbey, 2012), 156.

¹⁵Ibid., 77.

Distribusi mencakup pengundangan, saluran-saluran distribusi, cakupan distribusi, lokasi tempat ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan, kurir transportasi, penjualan grosir, dan ritel.

Saluran distribusi adalah jalur yang dilewati suatu produk dari tangan produsen kepada pengguna akhir. Saluran-saluran distribusi bermula dari suatu manufaktur dan berakhir pada seorang konsumen atau suatu pengguna industry.

Saluran distribusi yang paling banyak digunakan untuk distribusi barang dan jasa adalah :¹⁶

Saluran 1: Produsen – Konsumen

Saluran 2: Produsen – Pengecer – Konsumen

Saluran 3: Produsen – Grosir – Pengecer – Konsumen

Saluran 4: Produsen – Agen/Broker – Grosir –Pengecer – Konsumen

Jadi, jauh sebelum ahli bisnis modern seperti seperti Frederick W. Taylor dan Henry Fayol menjadikan prinsip manajemen sebagai sebuah disiplin ilmu, Rasulullah saw. telah mengimplementasikan nilai-nilai manajemen modern dalam pola kehidupan dan praktik bisnis. Beliau sukses mempraktikkan manajemen dalam bisnisnya, mulai dari proses transaksi, hubungan bisnis dengan seluruh elemen bisnis, penjualan produk, promosi produk dan evaluasi atas semua proses yang dilakukannya.¹⁷

Dalam hal bisnis beliau mengedepankan kepuasan dan jaminan pada pelanggan. Bagi beliau pelanggan adalah hal paling utama. Rasulullah saw. juga

¹⁶Rhenald Kasali, Boyke R. Purnomo, dkk, *Modul Kewirausahaan* (Jakarta: Hikmah, 2010), 156.

¹⁷Ibid, 82.

membangun kompetisi yang sehat bersama rekan-rekan bisnisnya. Beliau tak pernah melakukan jalan pintas atau licik untuk mengejar keuntungan. Jika diamati prinsip-prinsip manajemen sangat polos karena kompetisi yang dibangun dengan rekannya berjalan sehat namun tetap tak lepas dari persaingan.¹⁸ Transparansi juga menjadi daya tarik tersendiri dalam diri Rasulullah saw. Beliau tidak pernah curang, tidak korupsi, dan sangat jujur.

4. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.¹⁹

Menurut *Pearce dan Robinson* SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

¹⁸Rhenald Kasali, Boyke R. Purnomo, dkk, *Modul Kewirausahaan* (Jakarta: Hikmah, 2010), 82-83.

¹⁹Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 19.

Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil.²⁰

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang di layaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor- faktor lain.

Faktor- faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.²¹

²⁰Pearce Robinson, Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian, 229.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.²²

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/ regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi

²¹Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 17.

²²Fred, R, David, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 17

perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawarmenawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.²³

Faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktro- faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan factor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.²⁴

5. *Matriks SWOT*

Matriks SWOT merupakan suatu teknik analisis yang dikembangkan untuk membantu para perencana strategi dalam proses pembuatan strategi. Teknik ini menggambarkan SWOT menjadi suatu matriks dan kemudian di dentifikasikan semua aspek dalam SWOT.²⁵

Matriks SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

²³Sadarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), 109.

²⁴Pearce Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, 231.

²⁵Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Tehnik Membedah Kamus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 23.

- a. Strategi SO (Strength-Opportunity): strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya.
- b. Strategi ST (Strength-Threat): strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (Weakness-Opportunity): strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.²⁶
- d. Strategi WT (Weakness-Threat): strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

C. Konsep Tentang Perhotelan

Hotel adalah sebuah bangunan yang disediakan kepada publik secara komersial untuk para tamu yang ingin mendapat pelayanan menginap, makanan atau minuman dan pelayanan lainnya.²⁷

Pengertian hotel menurut Hotel Proprietors Act, 1956, adalah : Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.²⁸

²⁶Irham Fahmi, *Manajemen Resiko Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 274.

²⁷Bagyono dan Ludfi Orbani, *Dasar-Dasar House Keeping Dan Laundry Hotel* (Yogyakarta: Adicita Karya Nusa 2003), 2.

²⁸Agus Sulatyo, *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi, Manajemen Penyelenggaraan Hotel* (Bandung: Alfabeta, 1999), 5.

Sedangkan pengertian hotel yang dimuat oleh *Grolier Electronic Publishing Inc.* 1995, menyebutkan bahwa hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum.²⁹

Pemerintah menurunkan peraturan yang dituangkan dalam surat keputusan Menparpostel No. KM37/PW.340/MPPT-86, tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel. Bab I, Pasal 1, ayat (b) dalam SK (Surat Keputusan) tersebut menyatakan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi menggunakan bangunan fisik menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya diperuntukkan bagi umum dikelola secara komersial, yang dimaksud dengan dikelola secara komersial adalah: dikelola dengan memperhitungkan untung atau ruginya, serta yang utama adalah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang sebagai tolak ukurnya.³⁰

Pengertian hotel menurut Keputusan Menparpostel tersebut diatas, hendaknya dibedakan dengan penginapan atau losmen, dalam keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi tersebut dijelaskan (pasal 2) bahwa penginapan atau losmen tidak termasuk dalam pengertian hotel.

²⁹Ibid, 5.

³⁰Agus Sulatijono, *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi, Manajemen Penyelenggaraan Hotel* (Bandung: Alfabeta, 1999), 7.

Pengertian penginapan atau losmen, adalah suatu usaha komersil yang menggunakan seluruh atau sebagian dari suatu bangunan yang khusus disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan sewa kamar untuk menginap. Dengan demikian bedanya dengan hotel adalah bahwa penginapan tidak menyediakan pelayanan makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya.

Perkembangan hotel modern di Indonesia diawali dengan dibukanya Hotel Indonesia di Jakarta pada tahun 1962. Untuk mengetahui secara pasti kapan sebenarnya usaha hotel di Indonesia mulai dikelola secara komersil adalah sulit, tetapi yang jelas bahwa semenjak jaman penjajahan Belanda sudah terdapat usaha akomodasi yang dikelola secara komersil, walaupun pada saat itu belum dikelola secara modern.³¹

Setelah kemerdekaan Republik Indonesia, para pengusaha nasional (termasuk pengusaha akomodasi/penginapan) pada waktu itu membentuk suatu asosiasi yang disebut dengan Organisasi Perusahaan Sejenis (OPS).³² Untuk dapat memberikan informasi kepada para tamu yang akan menginap di hotel tentang standar fasilitas yang dimiliki oleh masingmasing jenis dan tipe hotel, maka Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi melalui Direktorat Jenderal Pariwisata mengeluarkan suatu peraturan usaha dan penggolongan hotel (SK.No.KM 37/PW.304/MPPT-86).

Pengelolaan hotel tersebut ditandai dengan bintang, yang disusun mulai dari hotel berbintang 1 sampai dengan yang tertinggi adalah hotel dengan berbintang 5.³³

³¹Ibid, 11.

³²Ibid.

³³Agus Sulatiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, (Jakarta:CV. Alfabeta, 2002),30.

Hotel berbintang merupakan suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan dan bangunan tersebut disediakan secara khusus, untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang. Persyaratan tersebut mencakup sebagai berikut:

- a. Persyaratan fisik, seperti lokasi hotel dan kondisi bangunan.
- b. Bentuk pelayanan yang diberikan (service)
- c. Kualifikasi tenaga kerja, seperti pendidikan dan kesejahteraan karyawan
- d. Fasilitas olahraga dan rekreasi lainnya, seperti kolam renang dan lapangan untuk berolahraga.
- e. Jumlah kamar yang tersedia.

1. Fasilitas Hotel

Hotel bukan merupakan suatu objek pariwisata melainkan merupakan salah satu sarana dalam bidang kepariwisataan, maka dalam hal ini hotel perlu mengadakan kegiatan bersama dengan tempat-tempat rekreasi, hiburan, agen perjalanan dan lain-lain, untuk mempromosikan sesuatu yang unik dari objek wisata yang ada di daerah. Jasa yang dapat ditawarkan oleh bidang perhotelan ini adalah :

- a. Penyediaan/penyewaan kamar dan ruang konferensi
- b. Menyangkut urusan keuangan, menyediakan penukaran, valuta asing, safety box untuk keamanan harta benda bawaan konsumen.
- c. Urusan makanan, menyediakan kafetaria, restoran.
- d. Bidang rekreasi, hiburan band, tempat bermain anak-anak.

- e. Bidang hiburan, amusement, band, nyanyi dan tari.
- f. Bidang olah raga, kolam renang, ruang fitness.
- g. Bidang komunikasi/bisnis : telepon, fax, foto copy.³⁴

2. Produk Hotel

Produk yang dihasilkan oleh hotel dapat dibedakan menjadi :

Komponen produk nyata adalah sebagai berikut :

a. Lokasi

Lokasi yang dibutuhkan oleh suatu usaha pariwisata seperti hotel, adalah suatu lokasi yang strategis dan memiliki nilai-nilai ekonomis yang tinggi, yang dimaksud adalah lokasi hotel dalam hubungan dengan Bandar Udara, Stasiun, Pusat Perbelanjaan/Bisnis.

b. Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas ataupun segala kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Fasilitas tersebut dapat berupa kamar, restoran, fasilitas olah raga, fasilitas hiburan, dan lain sebagainya.

c. Komponen

Komponen produk tidak nyata/abstrak. Adapun komponen-komponen tidak nyata, adalah merupakan suatu produk yang hanya dapat dirasakan dan dialami sebagai suatu pengalaman. Factor-faktor produk tidak nyata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan dan citra suatu produk yang dihasilkan

³⁴Ibid, 67.

oleh hotel. Factor-faktor tidak nyata lainnya adalah hal-hal yang dapat memberikan rasa kehangatan kepada tamu sebagai manusia dan kesediaan untuk menyenangkan hati orang lain.³⁵

3. Prosedur Bisnis Perhotelan

Prosedur bisnis perhotelan dapat dilihat dari standar atau kriteria jasa hotel sebagai berikut:

- a. Fasilitas: semua fasilitas merupakan fasilitas yang dapat memberi manfaat bagi tamu. Penggunaan fasilitas yang disediakan juga disesuaikan dengan tujuan diadakannya sehingga tidak terjadi penyalahgunaan fasilitas.
- b. Tamu yang check in: tamu yang check in khususnya yang lawan jenis wajib dilakukan reception policy (seleksi tamu). Seleksi dilakukan untuk mengetahui apakah pasangan merupakan suami istri atau keluarga. Seleksi tersebut didasarkan pada dua hal yaitu: gelagat (pasangan tersebut terlihat canggung atau mesra, mengucapkan kata-kata sayang pada pasangannya, berjauhan pada saat mendatangi counter front office) dan penampilan serta perbedaan usia yang sangat mencolok.
- c. Pemasaran: terbuka bagi siapa saja baik pribadi maupun kelompok, formal maupun informal, dengan berbagai macam suku, agama, ras dan golongan. Asalkan aktifitas tamu tersebut tidak dilarang oleh negara dan tidak merupakan penganjur kerusakan, kemungkaran, permusuhan dan lain sebagainya.³⁶

³⁵Sugiarto, E. *Hotel Front Office Administration*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum, 2000), 98.

³⁶Syamsir Abduh, Fachrul Husain Habibi, *Sistem Informasi Perhotelan*, (Jakarta: Universitas Trisakti, 2005), 15.

E. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan.

Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai income, maka income dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan. Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).³⁷

Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.³⁸

³⁷Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), 185.

³⁸Soemarso S.R *Akuntansi Suatu Pengantar*. (Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat 2009),54.

Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan.³⁹

Pendapatan adalah kenaikan modal perusahaan akibat penjualan produk perusahaan. Arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengirim barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.⁴⁰

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.⁴¹

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.⁴²

³⁹Ibid.

⁴⁰Ibid.

⁴¹Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006), 47.

⁴²Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 132.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus kas masuk yang berasal dari kegiatan normal perusahaan dalam penciptaan barang atau jasa yang mengakibatkan kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban.

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:⁴³

- a. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- b. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- c. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika

⁴³Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 150.

pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.

Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinya tingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain yang akhirnya akan menimbulkan anti pati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah terhadap yang berpendapatan tinggi, sehingga akan menimbulkan kecemburuan sosial di dalam masyarakat.⁴⁴

F. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Menurut Mannan, Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam.⁴⁵

Ekonomi Islam adalah kumpulan dari dasar-dasar umum ekonomi yang diambil dari Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah serta dari tatanan ekonomi yang dibangun di atas dasar-dasar tersebut, sesuai dengan macam-macam bi'ah (lingkungan) dan setiap zaman.⁴⁶

Ekonomi Islam adalah kumpulan norma hukum yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadis yang mengatur urusan perekonomian umat manusia.⁴⁷

⁴⁴Mahyu Danil, "*Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen*", (Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. IV No. 7: 9).

⁴⁵M. Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007),5.

⁴⁶Ahmad Izzan dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah Ayat-Ayat Al Qur'an Yang Berdimensi*, (Ekonomi, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), 32.

⁴⁷Zainudin Ali, *Hukum ekonomi Syariah*, (jakarta : Sinar Grafika, 2009), 4.

Kata ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga (*house-hold*), sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan suatu negara.

Ilmu yang mempelajari bagaimana setiap rumah tangga atau masyarakat mengelola sumber daya yang mereka miliki, untuk memenuhi kebutuhan mereka disebut ilmu ekonomi. Definisi yang lebih populer yang sering digunakan untuk menerangkan ilmu ekonomi tersebut adalah: “salah satu cabang ilmu sosial yang khusus mempelajari tingkah laku manusia atau segolongan masyarakat dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang relatif tidak terbatas, dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas adanya”.⁴⁸

Adapun Islam berarti juga damai ataupun selamat. Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan (integral) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama islam dalam berbagai aspek.

Islam mendefinisikan agama bukan hanya berkaitan dengan spiritualitas atau ritualitas, namun agama merupakan serangkaian keyakinan, ketentuan dan peraturan serta tuntunan moral bagi aspek kehidupan manusia. Islam memandang agama sebagai suatu jalan hidup yang melekat pada setiap aktivitas kehidupan, baik ketika manusia melakukan hubungan dengan tuhan nya maupun ketika manusia berinteraksi dengan sesama manusia dan alam semesta.⁴⁹

⁴⁸Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, “*Prinsip Dasar Ekonomi Islam*” (Jakarta : Kencana), 2.

⁴⁹Ibid, 5.

Islam mengatur kehidupan manusia baik kehidupan manusia baik kehidupan di dunia maupun diakhirat. Dengan demikian ekonomi merupakan suatu bagian dari agama (Islam), karena bagian dari kehidupan manusia yang bersumber dari Alquran dan al-sunnah.

Kedudukan sumber mutlak ini menjadikan Islam sebagai suatu agama yang istimewa dibandingkan dengan agama lain sehingga dalam membahas perspektif ekonomi Islam segalanya bermuara pada akidah islam berdasarkan al-Quran al-karim dan al-sunnah al-nabawiyah.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan ekonomi Islam itu adalah sistem yang mengaplikasikan prinsip ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam, bagi setiap kegiatan ekonomi yang bertujuan menciptakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.⁵⁰

2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Definisi prinsip menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah asas atau kebenaran yang menjadi pokok dasar pemikiran dan bertindak. Sedangkan makna lain dari prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang ataupun kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak.

Dalam ekonomi Islam, prinsip merupakan suatu mekanisme atau elemen pokok yang menunjukkan struktur atau kelengkapan suatu kegiatan atau keadaan.⁵¹

Prinsip-prinsip ekonomi Islam secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:

⁵⁰Dewi Maharani, “*Ekonomi Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi*” (Jurnal agama dan pendidikan islam, Tahun 2018).23.

a. Prinsip Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Allah pemilik alam semesta dan semua sumber daya yang ada karena Allah yang menciptakan alam semesta dan beserta isinya. Dalam Islam semua yang diciptakan Allah ada manfaat dan tujuannya. Karena itu segala aktivitas yang ada hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (muamalah) di bingkai dalam kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya kita akan mempertanggung jawabkan segala perbuatan kita, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

b. Prinsip Keadilan

Dalam islam keadilan didefinisikan sebagai tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Para Pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok dalam berbagai golongan dan akan menzalimi sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia.⁵²

c. Prinsip Pertanggung Jawaban

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan

⁵²Dewi Maharani, “*Ekonomi Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi*” (Jurnal agama dan pendidikan islam, Tahun 2018), 25.

bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan apa yang ada di dalam Al-Qur'an surah Al-Muddassir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Terjemahnya:

Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya. (QS. Al-Muddassir: 38).⁵³

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggung jawabannya baik itu terhadap allah maupun manusia. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Al- qur'an dan Sunnah yang baru dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

d. Prinsip Kebenaran dan Kejujuran

Kebenaran dan kejujuran terutama sangat penting bagi seorang pengusaha muslim karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan dan godaan untuk memperbesar kemampuan produk atau jasa mereka selama penjualan. Dapat dipahami bahwa kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan. Sebagai pelaku bisnis manusia hendaknya selalu berkata benar, berlaku jujur dan mempertahankan kejujuran.

e. Prinsip Kerelaan

Prinsip kerelaan dalam bisnis menegaskan bahwa setiap pelaku bisnis harus terbebas dari tindakan eksploitasi dan pemaksaan yang dapat berakibat pada

⁵³Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV. Nala Dana, 2007), 850.

cacatnya akad. “Segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan keadaan dan taat masing-masing hak. Apabila ada transaksi tidak terpenuhi asas ini, maka artinya sama dengan memakan harta dengan cara bathil”. Suka sama suka dalam kontrak merupakan persyaratan yang paling mendasar dalam semua kontrak komersial dalam hukum Islam. Dapat dipahami bahwa prinsip kerelaan mengandung arti segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan kerelaan antara masing-masing pihak. Selain itu harus didasarkan pada kesepakatan bersama dari para pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, dan penipuan.

f. Prinsip Haramnya Riba

Islam melarang Riba dalam segala bentuknya. Allah SWT berfirman dalam surah ar-Ruum ayat 39:⁵⁴

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ
وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Terjemahnya :

“Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”. (QS. Ar-Ruum: 39).⁵⁵

Ayat di atas menjelaskan bahwa semua harta yang dikeluarkan sesuai dengan aturan Allah dan diniatkan untuk mendekatkan diri kepada Allah akan di lipatgandakan pahala dan balasan. Allah tidak menambahkan keridhaannya

⁵⁴Mustafa Edwin Nasution, M. Arief Mufraeni, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 39.

⁵⁵Departemen agama R.I. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang, 1989, Toha Putra), 597

kepada harta riba, karena harta yang diberikan kepada orang-orang yang memakan riba dengan tujuan untuk menambah harta mereka, tidak suci di sisi Allah, dan tidak akan berkah.

Tujuan ekonomi islam ini adalah untuk bagaimana seharusnya kita umat islam dilarang mengambil riba dan melibatkan diri dengan riba. Keharamannya yang sudah jelas bersumber dari beberapa surah di al-qur'an dan hadits rasulullah saw. Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, dan setiap kegiatan bisnis haruslah berdasarkan prinsip syariah dan kehati-hatian. Dengan memahami lebih mendalam tentang ekonomi islam, maka perusahaan dan apa saja di dalamnya dapat dilaksanakan dengan baik.

3. Nilai-Nilai Ekonomi Islam

Menurut Akhmad Mujahidin dijelaskan untuk umat muslim Allah mengirimkan Nabi akhir zaman, Nabi yang sempurna untuk diteladani yaitu Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama Nabi Muhammad SAW yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sebagai berikut.

a. Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap Muslim Karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kahidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidaup Muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan

kegiatan yang benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran, karena kalau mubadzir berarti tidak benar).

b. Amanah

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap Muslim. Karena seorang Muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala menepati amanah yang telah dipikulnya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memerankan peranan yang sangat penting dalam dunia ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

c. Istiqamah

(konsisten) artinya konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan.

d. Tabligh

Sifat tabligh (menyampaikan, komunikasi, keterbukaan) merupakan teknik hidup Muslim karena setiap Muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini apabila sudah mendarah daging pada setiap Muslim, apalagi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini massa, open management, iklim keterbukaan, dan lain-lain.⁵⁶

⁵⁶Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 19.

e. Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim. Karena untuk mencapai Sang Maha Benar, seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan olehNya. “dan Allah menimpakan kemakmuran kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalNya”.

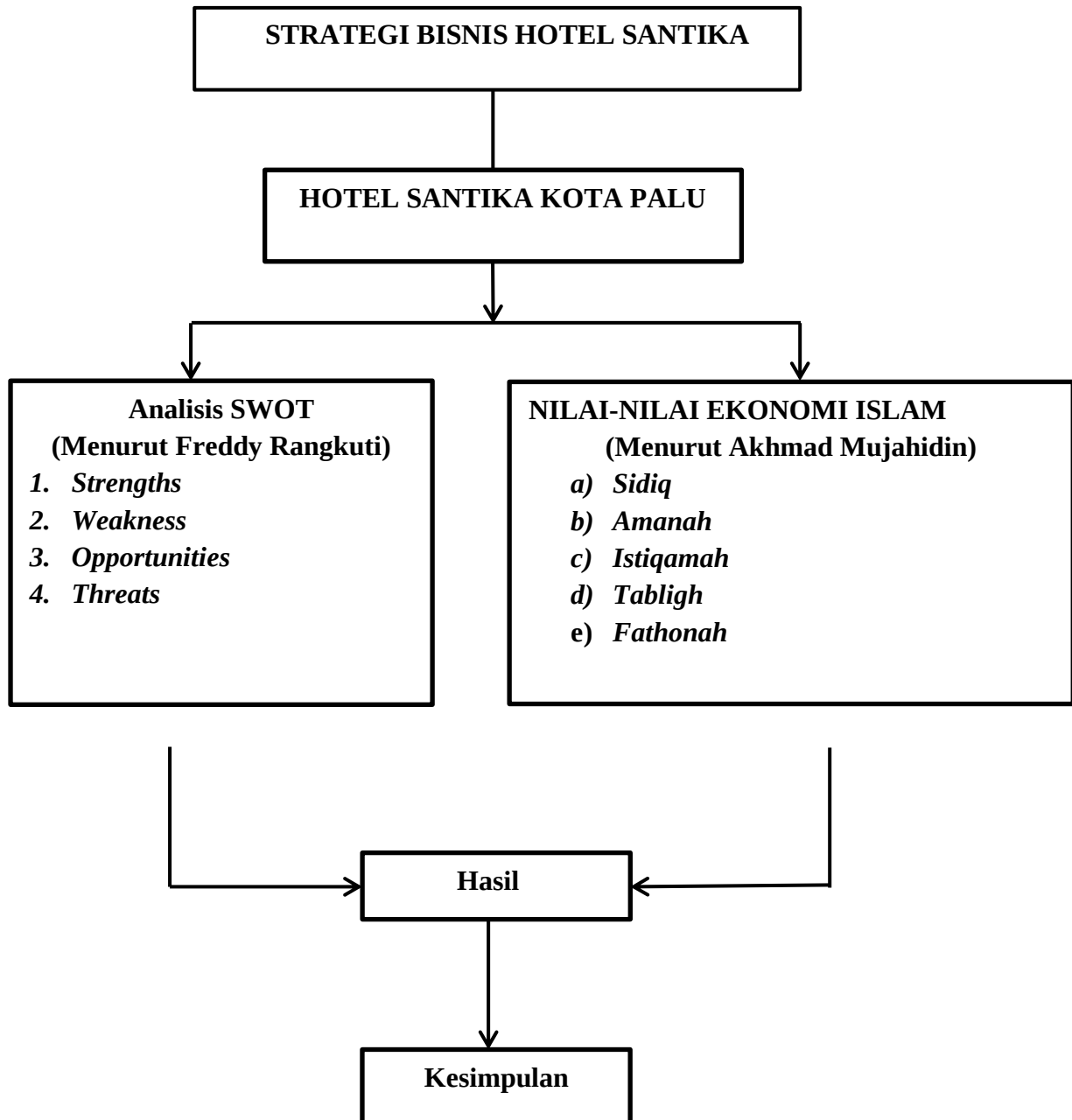
Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan optimalisasi semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel, dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan berbisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.⁵⁷

F. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah model atau juga gambaran yang berupa konsep yang didalamnya itu menjelaskan mengenai suatu hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Oleh karena itu, sebaiknya kerangka berpikir tersebut dibuat di dalam bentuk diagram atau juga skema, dengan tujuan untuk dapat mempermudah memahami beberapa variabel data yang kemudian akan dipelajari ditahap penelitian.

⁵⁷Adiwarman A. Karim, *Ekonomo Mikro Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 41.

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dibuat dalam bentuk bagan sebagai berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk juga ilmu pendidikan. Sejumlah alasan juga dikemukakan yang intinya bahwa penelitian kualitatif mempermudah hasil penelitian. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami.¹

Untuk mendapatkan data yang mendalam, yakni suatu data yang mengandung makna dibutuhkan metode yang tepat. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Sehingga analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dikonstruksi menjadi teori. Dengan demikian, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif karena didasarkan pada data yang dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara, hasil observasi atau pengamatan, dan disajikan dalam bentuk kata-

¹Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. I; Jakarta: Gaung Persada, 2009), 11

kata, gambar atau dokumen lain, sehingga dalam penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran yang berkaitan pada masalah “Analisis Strategi Bisnis Hotel Santika Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam”.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Hotel Santika jln. Moh. Hatta No. 18, Lolu Utara, Kec Palu Timur, Kota Palu. Menurut penulis bahwa Hotel Santika layak dijadikan tempat penelitian karena Hotel Santika ini merupakan salah satu jaringan hotel nasional terbesar di Indonesia dan telah berhasil mengelola smart hotel, hotel bintang tiga, bintang empat. Hal ini yang membuat penulis tertarik sehingga mengambil lokasi penelitian di Hotel Santika Kota palu.

C. Kehadiran Peneliti

Untuk mendapatkan data-data yang valid atau objektif apa yang diteliti, maka kehadiran penulis di lapangan dalam penelitian kualitatif mutlak diperlukan. Jadi dalam penelitian ini, instrument penelitian adalah penulis sebagai pengumpulan data.²

²Burhan Bungin, *Metode Penelitian Social dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 71.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung.³ Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian yaitu berupa hasil wawancara dengan Manajer/HRD serta pegawai Hotel Santika Kota Palu.
2. Data sekunder adalah jenis yang dapat dijadikan sebagai pendukung data pokok.⁴ Adapun yang dijadikan data yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan dengan cara mengumpulkan data melalui literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dan dimaksudkan untuk memberi dasar teoritis dan menunjang dalam penelitian lapangan. Pada metode ini penulis mempergunakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku literatur, jurnal, dan dokumen yang memiliki relevansi dengan objek penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menerapkan tiga macam teknik pengumpulan data. Karena ketiganya merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan atau saling berkaitan satu sama lain. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

³Jiko. P. Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta 1997), 88.

⁴Suryadi Suryabra, *Metodologi Penelitian* (Jakarta:Grafindo Persada, 1992), 85

1. Observasi

Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada pimpinan dan karyawan di lokasi penelitian tentang strategi bisnis Hotel Santika Kota Palu. Observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, maupun membantu mengerti perilaku manusia. Metode observasi yang dilakukan adalah observasi langsung yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi.⁵

2. Wawancara

Wawancara yaitu komunikasi dengan informan untuk menggali keterangan informan mengenai strategi bisnis Hotel Santika Palu. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan. Metode wawancara yang digunakan yaitu berdasarkan pertanyaan berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan atau dibakukan.⁶

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu penulis mengumpulkan sejumlah data dan keterangan di lapangan dengan cara menghimpun dokumen-dokumen atau arsip-arsip penting yang dianggap dapat membantu memberikan data lengkap tentang Strategi Bisnis Hotel Santika Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Islam.

⁵Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Apikatif)*, (Bandung: Refika Aditama, 2016), 30

⁶Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2011), 138-140

F. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Redaksi data yaitu proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah atau data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh penulis secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan data sebanyak mungkin.

2. Penyajian Data

Penyajian data yaitu penyusunan informasi yang kompleks ke dalam suatu bentuk yang sistematis, sehingga menjadi lebih selektif dan sederhana serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan data dan pengambilan tindakan. Dengan proses penyajian data ini penulis telah siap dengan data yang telah disederhanakan dan menghasilkan informasi yang sistematis.

3. Verifikasi Data

Verifikasi data yaitu merupakan tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini sejumlah data dan keterangan yang masuk dalam pembahasan penelitian ini akan diseleksi kebenaran dan validitas data, sehingga data-data yang masuk dalam pembahasan ini tidak diragukan keabsahannya.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Salah satu bagian yang terpenting dalam penelitian kualitatif adalah pengecekan keabsahan data untuk mendapatkan validasi dan tingkat kredibilitas data yang diperoleh.

Setelah selesai laporan sementara, dilakukan pengecekan keabsahan data apakah sesuai dengan masalah yang diteliti atau tidak. Langkah selanjutnya

melakukan evaluasi terhadap semua data yang dikemukakan dan mengungkapkan dalam bentuk karya ilmiah yang didukung oleh data yang akurat. Langkah-langkah terakhir dalam pengecekan keabsahan data ini, yaitu mencocokkan data-data yang diperoleh apakah sesuai dengan teori atau belum, kemudian didiskusikan dengan sahabat-sahabat yang paling utama dengan dosen pembimbing.

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, untuk memperoleh kebenaran dan informasi yang benar dengan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, triangulasi meliputi empat hal, yaitu:

1. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang relevan dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, triangulasi tahap ini dilakukan jika ada atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan peneliti diragukan kebenarannya.
2. Triangulasi antara peneliti dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan data dan analisis data.

Teknik ini untuk memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian.

3. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui metode wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi serta gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.
4. Triangulasi teori adalah hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual penulis atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan ke dalam pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.⁷

⁷Hartati Fatshaf, *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*, (Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol. 10 No. 1, April 2010), 46-62

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Dekripsi Hasil Penelitian

1. Profil Singkat Hotel Santika Palu



Santika Indonesia Hotels & Resorts yang dinaungi oleh PT Grahawita Santika merupakan salah satu jaringan hotel nasional terbesar di Indonesia dan telah berhasil mengelola smart hotel, hotel bintang tiga, bintang empat, boutique villas, hingga luxurious boutique di berbagai kota di Indonesia. PT Grahawita Santika sendiri adalah anak perusahaan dari Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Nama Grahawita Santika diambil dari bahasa Sansekerta yang berarti rumah yang sentosa. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 22 Agustus 1981 di Jakarta dan memperoleh izin Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) yang bergerak di bidang jasa pengelolaan hotel berbintang terpadu lengkap dengan berbagai fasilitasnya seperti restaurant and bar, fitness center, convention room, meeting room, swimming pool, dan lainnya.

Hingga saat ini, PT Grahawita Santika telah memiliki 70 properti hotel di 32 kota di Indonesia dan 1 properti di Singapura. Properti hotel tersebut dibagi menjadi dua kelompok, yang pertama adalah Santika Indonesia Hotels & Resorts yang terdiri dari Hotel Amaris, Hotel Santika, Hotel Santika Premiere, serta Hotel

Santika Dyandra Premiere, dan yang kedua adalah The Royal Collection yang terdiri dari The Kayanan dan The Samaya. Selanjutnya pada tanggal 16 September 2012, PT Grahawita Santika resmi membuka Hotel Santika di Palu, Sulawesi Tengah.

Hotel Santika Palu merupakan Hotel Santika ke-17 dan hotel ke-49 dalam jajaran grup Santika Hotels & Resorts. Salah satu faktor berdirinya Hotel Santika Palu adalah tingkat kunjungan wisata yang lebih tinggi dari daerah lainnya di Sulawesi Tengah. BPS (2015) mencatat tingkat kunjungan wisatawan di Palu pada tahun 2015 mencapai 903.053 orang baik wisatawan mancanegara maupun domestik. Sementara itu, untuk persentase tingkat hunian kamar hotel berbintang untuk data lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2010 hingga 2014 cenderung mengalami tren yang stabil.

2. Visi dan Misi Hotel Santika Palu

Adapun Visi dan Misi Hotel Santika Palu Yaitu:

a. Visi Hotel Santika Palu

Visi Hotel Santika Palu adalah “Menjadi jaringan hotel pilihan utama yang terbesar di Indonesia”. Artinya ada dua hal utama yang ingin dicapai oleh Hotel Santika di masa yang akan datang, yaitu menjadi pilihan utama dan terbesar di Indonesia. Menjadi pilihan utama adalah mengambil tempat di hati para pelanggan, ketika membutuhkan hotel maka Hotel Santika yang menjadi pilihan. Terbesar di Indonesia adalah mempunyai jaringan yang luas dengan keberadaan Hotel Santika di banyak daerah di seluruh Indonesia.

b. Misi Hotel Santika Palu

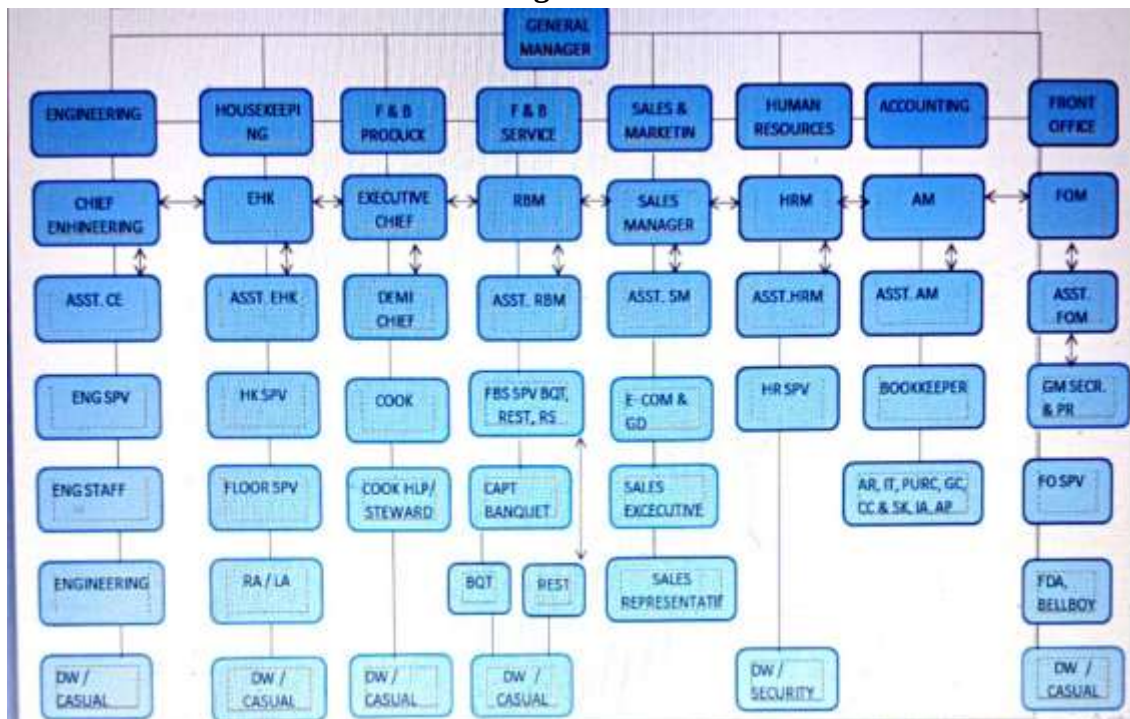
Misi Hotel Santika yaitu “Menciptakan nilai lebih bagi stakeholders dengan menyajikan produk bermutu disertai pelayanan professional yang ramah dan mewujudkan ‘Sentuhan Indonesia’ sebagai citra dari Hotel Santika”. Misi tersebut berarti bahwa Hotel Santika akan memberikan nilai lebih kepada para pemangku kepentingan melalui produk yang bermutu dengan pelayanan yang ramah. Selain itu, Hotel Santika ingin membangun citra dengan cara mewujudkan sentuhan Indonesia yaitu pelayanan yang khas dengan budaya positif Indonesia.

3. Struktur Organisasi Hotel Santika Palu

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang mempunyai tujuan baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang yang akan dicapai. Agar dapat mencapai tujuan tersebut diperlukan koordinasi dan Kerjasama antar fungsi yang ada didalam perusahaan. Pembagian tugas dan tanggung jawab merupakan bagian yang terpenting di dalam perusahaan sehingga kegiatan dapat berjalan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Untuk itu diperlukan struktur organisasi yang jelas dalam menspesifikasikan tugas dan tanggung jawab manajemen pada semua tingkat dalam organisasi.

Struktur organisasi yang terdapat pada Hotel Santika Palu berbentuk fungsional dimana struktur wewenanganya berupa garis yang menunjukkan bahwa masing-masing tanggung jawab pada satu atasan. Berikut ini struktur organisasi Hotel Santika Palu :

Gambar 4.1
Struktur organisasi Hotel Santika Palu



Sumber: Struktur Organisasi dari Hotel santika palu

4. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Pembagian uraian tugas dan tanggung jawab pada Hotel Santika Palu adalah sebagai berikut :

1. General Manager

Fungsi, wewenang dan tanggung jawab General Manager adalah sebagai pemimpin utama dalam hotel yang bertugas memberikan arahan serta mengawasi pelaksanaan seluruh kegiatan dilapangan baik menyangkut operasional hotel itu sendiri maupun sistem pelaporan dan hal-hal administrative lainnya sekaligus sebagai pengambil keputusan. General Manager bertanggung jawab kepada pihak pemegang saham Hotel Santika Palu.

2. Executive Secretary

Bertugas membantu General Manager khususnya dalam hal administrasi. Secretary juga bertugas menemani/mendampingi General Manager di saat tugas-tugas eksteren yang bertanggung jawab terhadap General Manager.

3. Executive Assistant Manager

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Executive Assistant Manager adalah :

- a. Menjalankan perintah yang di sampaikan oleh General Manager dan selanjutnya meneruskan kepada Manager.
- b. Executive Assistant Manager, bertanggung jawab kepada General Manager.
- c. Menyampaikan laporan yang dibuat oleh para manager.
- d. Mengambil alih tugas General Manager apabila sewaktu-waktu General Manager berhalangan.

4. Human Resources Departement

Human Resources Departement merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam hal ini seperti pelatihan karyawan, bagian administrasi yang bertanggung jawab atas segala urusan yang berhubungan dengan tata administrasi hotel, dan bertanggung jawab terhadap keseluruhan keamanan hotel. Bagian ini merupakan bagian yang sangat penting pada hotel karena merupakan bagian pengembangan karyawan pada hotel.

5. Sales and Marketing Department

Bagian ini adalah divisi yang khusus mengkonsentrasikan diri pada bidang pemasaran dan penjualan yang mana tugas dan tanggung-jawabnya adalah melakukan kontrak dengan para relasi yang sudah lama dan akan menggunakan jasa hotel. Memastikan penjualan kamar memenuhi target, menggiatkan program promosi, baik kamar maupun makanan/minuman dan konvensi lainnya. Juga bertanggung jawab dalam mempertahankan hubungan dengan para pelanggan. Mengatur pelaksanaan proses pemasaran seperti iklan, dan penawaran-penawaran serta menciptakan hubungan-hubungan baru. Mengorganisasi pelaksanaan even tertentu di hotel dan melakukan evaluasi terhadap performa produk yang dimiliki oleh hotel.

6. Financial Controller

Tugas dan tanggung jawab bagian Financial Controller yaitu :

- a. Mencatat transaksi keuangan setiap hari.
- b. Membuat laporan keuangan setiap bulan dan setiap tahun, kemudian di sampaikan kepada pimpinan hotel.

7. Executive House Keeper

Sesuai dengan namanya, bagian tata graha (House Keeper) bertugas menata rumah dalam arti mengatur peralatan, menjaga kebersihan, agar hotel tampak rapi, bersih, menarik dan menyenangkan. Bagian ini mempunyai tugas dan tanggungjawab antara lain mengkoordinir pelaksanaan persiapan kamar yang meliputi perlengkapan, kerapian, kebersihan dan kenyamanan guna memastikan pelayanan maksimal yang diberikan kepada tamu. Selain

itu tugasnya juga meliputi bunatu atau pencucian dan penyetrikaan, penggantian seprai dikamar, kebersihan area publik dan pengontrolan pemakaian mini bar di kamar oleh tamu.

8. Food and Beverage Department

Bagian ini bertanggung jawab atas operasional pada visi makanan dan minuman yang meliputi kegiatan di restaurant, room service, konvensi seperti pesta, seminar, ulang tahun, show, dan lain-lain. Juga turut dalam pelaksanaan tugas di dapur yang meliputi main kitchen dan pastry serta ruang makan karyawan atau employe dining room, selain itu tugasnya juga meliputi bagian entertainment seperti bar, karaoke, dan diskotik.

9. Executive Chef

Bagian ini bertanggung jawab terhadap seluruh makanan yang disajikan pada Hotel Clarion, mulai dari masakan Indonesia, Chinese, dan masakan Eropa, semuanya dikerjakan oleh tenaga-tenaga yang ahli pada bidangnya.

10. Entertainment General Manager

Entertainment General Manager berfungsi untuk bertanggung jawab terhadap kegiatan hiburan yang diberikan oleh Hotel Clarion sekaligus memperkenalkan keluar Hotel mengenai jenis hiburan yang diberikan serta melakukan event-event dengan mendatangkan artis, seperti pada bagian Redtro's dan D'liquid.

11. Chief Engineering

Bagian ini bertanggung jawab terhadap pelaksanaan perbaikan dan perawatan perlengkapan yang ada di kamar dan peralatan, mesin-mesin,

computer, audio visual, pendingin dan alat elektronik lainnya yang ada di seluruh hotel serta cat hotel yang sering mengalami perubahan sesuai event yang sedang dilaksanakan.

12. Front Office Manager.

Front Office Manager memiliki tugas dan tanggung jawab seperti berikut :

- a. Menjual kamar, tugas ini antara lain menerima pemesanan kamar, menangani tamu yang tanpa pemesan kamar, melaksanakan pendaftaran, dan penentuan kamar.
- b. Memberikan informasi tentang pelayanan hotel.
- c. Mengkoordinir pelayanan tamu, antara lain sebagai penghubung antara bagian-bagian di hotel menangani berbagai masalah dan keluhan tamu.
- d. Menyusun laporan status kamar dan mengkoordinasikan penjualan kamar dengan bagian house keeping
- e. Menyelenggarakan pembayaran tamu.
- f. Menyusun riwayat kunjungan tamu antara lain melakukan pencatatan data-data individu untuk kunjungan akan datang, dan menyelenggarakan arsip kartu riwayat kunjungan tamu.
- g. Menangani telephone switch board, telex, dan telegram.
- h. Menangani barang-barang bawaan tamu.

5. Fasilitas Umum Hotel Santika Palu

Hotel Santika Palu juga memiliki fasilitas yaitu :

1. Fasilitas utama :
 - 1 Restoran
 - Meeting Room 1 ballroom

- Swimming pool Outdoor
- Mini GYM
- Laundry
- Wi-Fi gratis

2. Fasilitas kamar :

- Bath room
- Aminities
- Telepon
- Mini bar
- Sofa
- Tv
- Wifi
- Safety deposit box
- Air mineral
- Minuman dingin

3. Fasilitas di sekitar hotel :

- Parkiran
- Musolah
- Taman
- Dekat dengan taman Gor

4. Prosedur pelayanan

Pelayanan sendiri adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi antara seorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan kepada pelanggan. Berikut adalah proses pelayan kepada tamu :

- Memberikan salam (greeting)
- Menempatkan tamu (seating the guest)

- Memberikan buku menu (presenting the menu book)
- Mencatat pesanan dan membacakan kembali pesanan tamu
- Take out peralatan yang ada di meja sesuai banyaknya tamu
- Memasang napkin di atas paha tamu
- Memberikan kue atau roti garlick dan butter sebagai makanan penunggu
- Menyajikan makanan dan minuman sesuai pesanan (serving food and beverage)
- Melakukan pembayaran (billing system)
- Mengucapkan terima kasih
- Membersihkan meja (celear up)

Tabel 4.1
Harga Room Hotel Santika Palu

ROOM	RATES
Superior	IDR 1.100.000,-
Deluxe	IDR 1.200.000,-
Deluxe Pool Acces	IDR 1.400.000,-
Junior Suite	IDR 1.700.000,-
Family Suite	IDR 2.000.000,-
Santika Suite	IDR 3.000.000,-
Executieve Suite	IDR 3.200.000,-

Notes:

- Harga tersebut diatas sudah termasuk 21% pajak pemerintah dan pelayanan
- Harga tersebut diatas sudah termasuk dengan makan pagi untuk 1 atau 2 orang

- Gratis menggunakan alat kebugaran
- Gratis akses internet
- Waktu check in pukul 02:00 siang
- Waktu check out pukul 12:00 siang
- Harga berlaku sampai tanggal 30 Desember 2023

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini penulis menghadirkan beberapa data primer dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada objek penelitian. Objek penelitian adalah pihak internal (manajer) Hotel Santika Palu dan pihak eksternal (konsumen) dari Hotel Santika Palu dan penulis menghadirkan hasil wawancara dalam bentuk deskriptif.

Responden dari pihak internal Hotel Santika Palu diantaranya adalah Ibu Linda Liana yang merupakan Human Resources Manager dari Hotel Santika Palu.

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan ke arah lebih maju Hotel Santika Palu adalah dengan memanfaatkan semua informasi tersebut ke dalam model-model kualitatif perumusan strategi dan sebaiknya menggunakan beberapa model sekaligus, agar dapat memperoleh analisis yang lengkap dan akurat.

1) Strategi Bisnis Hotel Santika Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan

Hotel Santika adalah Hotel yang bergerak di bidang penyediaan jasa kamar hotel, kegiatan pertemuan atau *meeting* dan restaurant. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis perhotelan dan penginapan serta ruang meeting maka kegiatan pemasaran menjadi faktor yang paling penting peranannya dalam upaya

pencapaian peningkatan jumlah kamar yang terpakai dan peningkatan penggunaan ruang *Meeting*. Kondisi pasar yang semakin mengarah pada persaingan penjualan kamar hotel dan penggunaan ruang *meeting* menjadi kendala tersendiri bagi Hotel Santika untuk mengantisipasi persaingan pasar tersebut. Hotel Santika menetapkan strategi bisnis yang berorientasi pada peningkatan penjualan serta segmentasi pasar dalam negeri.

A. Analisis SWOT

Analisis Swot adalah suatu alat perencanaan strategis yang penting untuk membantu perencanaan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman eksternal.

1. *Strengths* (Kekuatan) Adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dari peluang yang ada. Kekuatan inilah yang disebut Spirit, dimana kekuatanlah yang menjadi sumber pertahanan dalam suatu perusahaan. seperti hasil wawancara Bersama Ibu Linda Liana

Asst Human Resources Manager :

“ *Brand image* itu sendiri merupakan kekuatan yang patut diperhitungkan oleh Hotel Santika di sisi lain testi moni tamu Hotel Santika Sebagian besar merasakan kepuasan terhadap pelayanan hotel yang diberikan. Hal ini menjadikan peluang pasar Hotel Santika di masa akan mendatang, yang mana saat ini tamu Hotel Santika Sebagian besar melakukan reservasi. Dan kemudian akan memutuskan melakukan pemesanan. Oleh karena itu strategi yang paling tepat dengan kondisi pada saat ini bagi Hotel Santika Palu adalah dengan senantiasa mempertahankan kualitasnya dan pelayanannya terhadap tamu hotel untuk menjaga kepuasan dan citra Hotel Santika”.¹

¹Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

Beberapa testimoni daring oleh para tamu hotel mengatakan bahwa karyawan di Hotel Santika Palu sangat ramah dan pelayanannya sangat baik, namun menurut mereka pelayanan itu masih dapat ditingkatkan. Melihat pangsa pasar yang masih akan terus bertumbuh.

- a. promosi sebagai kekuatan Hotel Santika Palu perlu semakin di optimalkan melalui optimalisasi biaya pemasaran melalui promosi dengan berbagai media semacamnya. Selama ini Hotel Santika Palu telah melakukan promosi di beberapa media cetak yang juga diterbitkan secara daring seperti metrosulawesi.com hingga melalui akun instagram @soalpalu yang merupakan salah satu event organizer di Palu. Optimalisasi promosi ini diharapkan akan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih besar lagi. Seperti yang dikatakan hasil wawancara Bersama Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* Mengemukakan bentuk-bentuk strategi bisnis salah satunya yaitu dengan :

” Adapun promosi yang dilakukan oleh Hotel Santika untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan melakukan kegiatan seperti periklanan. ada beberapa periklanan yang dilakukan diantaranya melalui sosial media , media elektronik seperti radio, televisi. media cetak seperti surat kabar dan juga media luar ruangan seperti baliho dan spanduk. Bentuk komunikasi tidak langsung tersebut didasari oleh informasi tentang keunggulan Hotel Santika yang di susun dengan rangkaian kata-kata yang sedemikian rupa dengan merubah pikiran seorang untuk datang ke Hotel Santika Palu untuk menikmati fasilitas-fasilitas yang di tawarkan.”²

- b) Salah satu peluang yang dimanfaatkan Hotel Santika Palu adalah lokasi tersebut. Seperti yang dikatakan hasil wawancara Bersama Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* :

²Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

“Hotel Santika Palu yang berlokasi ditengan Kota Palu merupakan kekuatan yang dimanfaatkan sebagai keunggulan Hotel Santika palu. Jarak bandara Mutiara Sis Aljufri hanya sekitar 15 menit begitu pula akses ke pusat kota dan tempat lokasi wisata lainnya hanya berjarak sekitar 20 menit saja. Sehingga ini menjadi suatu peluang yang di manfaatkan sebagai kakuatan Hotel Santika Palu..”³

- c) Yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki Hotel Santika Palu untuk menghadapi ancaman dengan memelihara hubungan dengan pelanggan. Seperti yang dikatakan hasil wawancara bersama Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* Mengemukakan bentuk-bentuk strategi bisnis salah satunya yaitu dengan

“Hotel Santika dapat melakukan strategi memelihara hubungan dengan pelanggan atau klien lama (perusahaan mitra, agen pariwisata, klub swasta, dll) melalui tawaran kerjasama menarik ataupun melalui promosi dalam bentuk post material pada pelanggan yang potensial. Hal ini penting, mengingat proses bisnis hotel berlangsung ketat dan dalam jangka panjang kerjasama akan mendatangkan keuntungan bagi Hotel Santika baik secara langsung (keuntungan ekonomis) maupun tidak langsung (peningkatan brand image)”⁴

- d) Kualitas pelayanan dan fasilitas saat ini, lebih di pentingkan dalam dunia bisnis hotel karena diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan juga akan memperhitungkan persaingan yang timbul dari berbagai jasa perhotelan. Seperti yang dikatakan hasil wawancara Bersama Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* :

“Kualitas pelayanan memberikan dampak yang sangat baik buat konsumen kualitas pelayanan disini meliputi keramahan melayani tamu, kecepatan dalam melayani tamu, kesediaan dalam membantu tamu, kedisiplinan dalam melayani tamu, berbusana dan bertingkah laku baik, kopentensi staf hotel, keterampilan staf hotel dalam

³Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

⁴Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

memberikan informasi kepada tamu hotel, ketanggapan staf hotel dalam menangani keluhan tamu, serta sifat staf hotel bebas dari resiko atau keragu-raguan.”⁵

Dapat juga dilihat dari hasil wawancara yang dikemukakan oleh Bapak Safril konsumen Hotel Santika Palu, tentang pelayanannya.:

“kalau menurut saya kualitas pelayanan disini, sangat baik ya, saya senang berada di hotel ini dengan pelayanannya yang sangat ramah. Setiap saya ada kegiatan di Kota Palu untuk pekerjaan. saya selalu menginap di hotel ini saya sudah beberapa kali menginap di hotel ini. dengan harga yang terjangkau dan tawaran-tawarannya yang menarik membuat saya tertarik ingin kembali di hotel ini lagi.”⁶

Dan juga dilihat dari hasil wawancara yang dikemukakan oleh ibu marlin konsumen Hotel Santika Palu, tentang pelayanannya.:

“Selain kamarnya yang terjangkau dan pelayanannya yang memuaskan, Hotel Santika juga dekat dari pusat taman Kota Palu yaitu (Taman Gor) sehingga akses ke sana lebih mudah dan sampai sekarang Hotel Santika adalah pilihan utama saya Ketika ingin berlibur, karyawan dari Hotel Santika sangat ramah sehingga ada nilai tersendiri untuk hotel ini.”⁷

2. *Weakness* (Kelemahan) Yaitu strategi untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam suatu lembaga tentu ada kelebihan dan kekurangan atau kelemahan. Dimana dengan adanya kelemahan itu tentu melakukan kegiatan atau persaingan secara positif seperti menjalin kerja sama sehingga kelemahan dapat terbantuan. Seperti yang dikatakan hasil

⁵Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

⁶wawancara bersama Bapak Safril selaku konsumen dari Hotel Santika Palu, 09 Februari 2023

⁷wawancara bersama Ibu Marlin selaku konsumen dari Hotel Santika Palu, 09 Februari 2023

wawancara Bersama Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager*:

“Salah satunya tarif kamar itu sendiri di Hotel Santika yang di anggap terlalu mahal dengan para pesaing terutama hotel yang mempunyai peringkat yang sama, hal ini juga yang menyebabkan kelemahan Hotel Santika dalam bersaing. Sedikitnya minat tamu potensial untuk memilih Hotel Santika. oleh karena itu strategi yang paling tepat untuk dilakukan adalah dengan melakukan strategi promosi terhadap harga kamar hotel tertentu terutama bila berkaitan dengan suatu penyelenggaraan event tertentu baik dengan pemerintah maupun swasta dalam skala besar. Misalnya pada kegiatan penyelenggaraan festival palu nomoni ataupun sail tomini.”⁸

- a) Salah satu kelemahan Hotel Santika Palu yang di anggap masih sebagai kelemahan. Strategi melakukan renovasi bangunan yang perlu ditingkatkan agar dapat menghindari suatu ancaman, terutama lahan parkir untuk kenyamanan pelanggan, Seperti dari hasil wawancara yang dikatakan Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* :

“Dari fasilitas lahan parkir Hotel Santika Palu memang ada Sebagian konsumen yang merasa kurang puas dengan pasilitas parkir yang ada. alasan mereka tidak ada fasilitas parkir seperti *basement* atau *rooftop* yang bisa menghindari sinar matahari langsung dan hujan kalau masalah luasnya konsumen sudah merasa puas.”⁹

3. *Opportunities* (Peluang) Yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi ancaman. Kekuatan merupakan sumber daya/kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang di layaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perhotelan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya

⁸Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

⁹Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor- faktor lain. Seperti yang dikatakan hasil wawancara Bersama Ibu Andi Nurhayati Ass. *Front Office*:

“Untuk memenangkan persaingan, hotel santika perlu meningkatkan pangsa pasar dengan memberikan penawaran paket yang kompetitif dan menarik. Hotel Santika Palu dapat menawarkan harga atau tarif yang sangat menarik dan besaing tanpa perlu mengorbankan kualitas dan produk, penawaran bersaing itu tertama berupa kerjasama *contract rate* dengan perusahaan, *travel agent* dan *operator group tours* yang potensial memasok tamu. Selain itu, *airport representative* dan *resepsionis front office* juga harus terlatih untuk dapat memberikan atau memainkan tarif yang bersaing dengan melihat situasi yang ada”¹⁰

- a) Kebijakan pemerintah juga salah satu strategi yang di terapkan untuk membangun peluang Kerjasama. Seperti dari hasil wawancara yang dikatakan Ibu Linda Liana Asst *Human Resources Manager* :

“Pemerintah Kota Palu yang semakin giat melakukan promosi keluar untuk memperkenalkan peluang investasi serta kekayaan budaya dan pariwisata di Sulawesi Tengah merupakan peluang yang sangat baik bagi Hotel Santika. oleh karena itu, dengan *brand image*, kekuatan promosi, dan fasilitas restoran yang dimiliki Hotel Santika pihak manajemen dapat melakukan strategi membangun kemitraan dengan pihak pemerintah, perbankan serta perusahaan lainnya (*Government Promotion*) sehingga penyelenggaraan kegiatan-kegiatan utama yang berkaitan dengan pemerintah dan pihak bisnis lainnya dapat diselenggarakan di Hotel Santika Palu.”¹¹

4. Threats (Ancaman) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi.

¹⁰Wawancara Ibu Andi Nurhayati Selaku Ass. *Front office Manager*, 08 februari 2023

¹¹Wawancara Ibu Linda Liana salaku Asst *Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan.

Untuk mengatasi ancaman dari para pesaing berupa jenis produk yang mudah ditiru ataupun harga yang terus bersaing, maka strategi yang dapat dilakukan adalah terus melakukan inovasi terhadap produk dan pelayanannya sehingga dapat memberikan produk dan pelayanan yang berbeda dari pesaing. Seperti dari hasil wawancara yang dikatakan Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* :

“Beberapa hal yang bisa dilakukan untuk menghadapi para pesaing adalah memberikan fasilitas-fasilitas yang mencerminkan “Sentuhan Indonesia”, misalnya dengan pengadaan alat-alat musik tradisional lokal Palu di restoran untuk mengiringi para tamu restoran yang sedang menikmati hidangan. Selain itu untuk menambah cita rasa hidangan yang ditawarkan, dapat dilakukan inovasi dengan cara pemberian nama-nama tradisional yang unik pada menu makanan atau minuman. Selain itu, Hotel Santika perlu untuk berusaha menjadi yang pertama dalam melakukan inovasi untuk produk-produknya apabila ingin memimpin bisnis ini di Palu dan mengambil tempat dihati para pelanggan.”¹²

a) Munculnya kompetitor hotel-hotel baru membuat Hotel Santika Palu

¹²Wawancara Ibu Linda Liana selaku *Asst Human Resources Manager*, 08 Februari 2023

merasakan ancaman, Seperti dari hasil wawancara menurut Ibu Linda

Liana Asst Human Resources Manager :

“Kedatangan jaringan kompetitor hotel-hotel baru tersebut akan merupakan tantangan berat bagi Hotel Santika Palu karena walaupun belum di buka saja, image masyarakat sudah terbentuk membandingkan layanan dan fasilitas yang diberikan di bandingkan dengan yang mampu diberikan oleh hotel-hotel yang beridiri sejak lama. Rendahnya hambatan masuk pasar hotel tersebut merupakan ancaman bagi prospek pengembangan jasa perhotelan di Kota Palu dimasa mendatang.”¹³

Berdasarkan dari Matriks Internal dan Eksternal yan telah dibuat kemudian dirangkum dalam Matriks SWOT untuk memberikan rumusan alternatif strategi yang sesuai bagi Hotel Santika Palu, penyusunan rumusan strategi masing-masing sel adalah dari berpaduan faktor SWOT yang telah dikembangkan dalam Matriks Internal dan Eksternal. Perpaduan Matriks SWOT tersebut dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.2
Matriks SWOT Hotel Santika Palu

FAKTOR	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
INTERNAL	• Brand Image • promosi • Lokasi • Memelihara hubungan dengan pelanggan • Kualitas pelayanan	• Tarif kamar • Lahan parkir
EKSTERNAL		
OPPORTUNITY (P)	STRATEGI SO	STRATEGI WO

¹³Wawancara Ibu Linda Liana selaku Asst Human Resources Manager, 08 Februari 2023

• Pangsa pasar • Kebijakan pemerintah	• Strategi harga pada kamar dan restoran • Mempertahankan kualitas pelayanan untuk menjaga kepuasan pelanggan • Mengoptimalkan biaya pemasaran melalui promosi berbagai media • Meningkatkan pangsa pasar	• Merenovasi bangunan • Meningkatkan promosi • Membangun kemitraan dengan pihak pemerintah
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
• Pesaing • Kompetitor Baru	• Menciptakan inovasi produk dan pelayanan • Memelihara hubungan dengan pelanggan atau Klien lama seperti, Agen pariwisata, club swasta, Perusahaan mitra, dll. • Memberikan penawaran paket yang kompetitif dan menarik.	• Merenovasi bangunan • Meningkatkan Promosi • Menghadapi para pesaing

2) Laporan Pendapatan pada Hotel Santika Palu

Berdasarkan analisis peneliti bahwa pencatatan pengakuan pendapatan pada Hotel Santika Palu lebih cocok menggunakan metode basis akrual. Karena pendapatan diakui pada saat terjadinya transaksi, sehingga informasi yang diberikan lebih handal dan terpercaya walaupun kas belum diterima dan setiap terjadinya pembayaran dicatat kedalam masing-masing akun sesuai dengan transaksi.

Pengukuran pendapatan pada Hotel Santika Palu adalah sebagai berikut:

Selain pengakuan, pengukuran menjadi masalah lain yang cukup rumit dalam penerapan akuntansi pendapatan. Hal ini disebabkan adanya pertanyaan tentang apa yang menjadi dasar pengukuran itu dan berapa besar pendapatan yang akan

diterima perusahaan. Pada Hotel Santika Palu pengukuran pendapatan dilakukan dengan net income, yaitu pendapatan yang diterima dikurangi dengan tax (pajak hotel dan restoran) serta service charge yang menjadi hak karyawan. Ketentuan tersebut sebagaimana amanah dari Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Sedangkan untuk ketentuan service charge sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia No. PER02/MENN/1999 tentang Pembagian Uang Service pada Usaha Hotel, Restoran dan Usaha Pariwisata Lainnya.¹⁴

Pengukuran pendapatan yang telah dilakukan oleh Hotel Santika Palu sesuai dengan ketentuan PSAK No. 23 tentang Pendapatan dengan mengurangi hak pihak ketiga (pemerintah daerah dan karyawan) yang bukan merupakan manfaat ekonomik yang mengalir ke entitas dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas, oleh karena itu harus dikeluarkan dari pendapatan. Berikut diuraikan pendapatan dari penjualan tiap *room*, *meeting room* dan *restaurant* pada Hotel Santika Palu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pendapatan dari Tiap Penjualan *Room*, *Meeting Room* dan *Restaurant* pada Hotel Santika Palu Tahun 2022 (Rp)

Jenis	<i>Publish Price</i>	Pendapatan/tahun
Superior	1.100.000	305.276.000
Deluxe	1.200.000	567.980.000
Deluxe Pool Access	1.400.000	393.650.000

¹⁴ Fifi Alfia, Jurnal Ekonomi Invoie Dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Volume 1 No 2 Tahun 2019

Junior Suite	1.700.000	340.560.000
Family Suite	2.000.000	1.013.697.000
Santika Suite	3.000.000	2.013.697.000
Executive Suite	3.200.000	2.540.679.000
(Half Day Meeting) 4 jam	270.000	155.620.000
(Full Day Meeting) 8 jam	385.000	153.780.000
(Fullboard Meeting) 12 jam	450.000	272.770.000
Topas Cafe	448.175	188.810.000
Spinel Lobby Lounge	448.175	122.689.000
Total		8.069.226.000

Sumber Data: Hotel Santika Palu

Harga Publish (*publish price*) merupakan dasar *Gross Income* adalah harga dasar atau full rate yang ditetapkan oleh manajemen Hotel Santika Palu sebelum menetapkan *discount rate* atau *growth up rate* untuk transaksi dan/atau waktu tertentu. Harga tersebut sudah termasuk (*include*) *tax and service charge*. *Breakfast* dan *meeting room* merupakan fasilitas yang diberikan pada tamu dan *include* dalam perhitungan harga kamar. Sehingga, dalam penyajian pendapatan harus dipisahkan antara pendapatan kamar dan pendapatan restoran (*breakfast*) serta pendapatan dari *meeting room*.

3) Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Bentuk Strategi Bisnis Hotel Santika Palu

Berdasarkan teori ini operasional dan praktik pengelolaan Hotel Santika Palu sudah sesuai dengan konsep pengertian hotel dalam pandangan Ekonomi Islam, dimana Hotel Santika Palu pengelolaannya dilakukan dengan baik dan menghindarkan hal-hal yang dilarang oleh syara terutama dalam pengelolaan fasilitas dan operasional seperti mereka menjauhkan hotel dari diskotik, club, dan bar juga makanan-makanan haram. Kemudian ornamen yang disediakan juga jauh dari kata syirik berupa patung dan lain-lain. Selain itu perlengkapan ibadah juga sudah tersedia dan tertata dengan rapi di hotel sehingga memberikan kesan nyaman bagi tamu yang datang.

Beberapa nilai-nilai bisnis yang telah digariskan dalam Islam di Hotel Santika Palu antara lain :

a) *Siddiq (jujur, Benar)*

Dalam bisnis yang paling dasar dan paling penting adalah jujur. Kejujuran adalah hal yang penting untuk dimiliki oleh seorang pebisnis. Jujur baik dalam perusahaan itu sendiri maupun di luar perusahaan. Misalnya saja tetap jujur kepada karyawan dan rekan kerja. Dengan jujur, para karyawan maupun rekan kerja akan dengan mudah percaya dengan kita. Sehingga mempermudah proses kinerja para pemilik bisnis.

Dari hasil wawancara Bersama Ibu Linda Liana *Human Resources Manager* : yang dilakukan mengenai kejujuran yang di dapat dari Hotel Santika Palu yang perlu ditekankan terkait pada hal pelayanannya, yang diantaranya dari karyawan kepada *costumer*.

“Di Hotel Santika selalu menerapkan aspek kejujuran dalam hal berupa pelayanan, yang diantaranya yaitu Ketika terdapat barang yang tertinggal di ruangan *costumer* maka karyawan yang bertugas wajib langsung melapor kepada manager.”¹⁵

Dari contoh di atas dapat disimpulkan bahwa kejujuran atau sifat (*siddiq*) sudah diterapkan pada Hotel Santika Palu.

a. Hotel Santika Palu juga tidak memproduksi, memperdagangkan, menyediakan, menyewakan suatu produk atau jasa yang seluruh maupun sebagian dari unsur jasa atau produk tersebut, dilarang atau tidak dianjurkan dalam Syariah. Seperti makanan yang mengandung unsur daging babi, minuman beralkohol atau zat yang memabukan, perjudian, perzinahan, pornografi, pornoaksi dan lain - lain.

b) *Amanah (Tanggung jawab)*

Amanah, penanaman sifat Amanah sangat penting bagi seluruh elemen staf hotel, karena kepercayaan konsumen yang menginap perlu dijaga sebagai tanggung jawab kita sebagai pihak hotel yang menyediakan jasa penginapan. Dengan menjaga Amanah tentunya kepercayaan dan kepuasan *consumer* akan meningkat terhadap pelayanan Hotel Santika Palu. Seperti dikutip ayat berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (QS. Al Anfal: 27)¹⁶

¹⁵Wawancara Ibu Linda Liana Selaku Asst Human Resources Manager, 08 februari 2023

¹⁶Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Semarang, 1989, Toha Putra), 234.

Pertanggung jawaban atau (*responsibility*), merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mematuhi peraturan serta melaksanakan tugas terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kasinambungan usaha dalam jangka Panjang, yang disesuaikan dengan nilai ekonomi islam, yang mengutamakan hak karyawan. Dari hasil wawancara Bersama Ibu Linda Liana *Asst Human Resources Manager* :

“mengenai tanggung jawab (*responsibility*) yang di dapat dari Hotel Santika yaitu dapat dilihat dalam hal pemberian upah terhadap karyawan yang tepat waktu dan pemberian bonus karna Hotel santika selalu menerapkan tanggung jawab atas pemberian upah terhadap karyawan.”¹⁷

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa di Hotel Santika Palu menerapkan aspek tanggung jawab (*responsibility*) dalam hal upah terhadap karyawan yang tepat waktu dan pemberian bonus, dengan demikian pimpinan perusahaan sudah melaksanakan aspek tanggung jawab dengan baik.

a. Transaksi harus didasarkan pada suatu jasa atau produk yang riil, benar ada.

Hal ini juga sesuai dengan pengelolaan di Hotel Santika Palu, dimana produk yang ditawarkan benar adanya, yaitu pihak hotel menyerahkan kunci kepada tamu dan tamu menyerahkan uang kepada pihak hotel sebagai pertukaran produk yang rill.

c) *Istiqamah (konsisten)*

Istiqamah adalah usaha untuk menjaga perbuatan baik di jalan Allah secara konsisten dan tidak berubah. Namun yang terbaik adalah mengikuti arahan syariat dan mengikuti jejak nabi dan para sahabatnya yang walaupun aktif berbisnis, tapi tetap memperhatikan ibadah alias tidak melalaikan tugas-tugasnya

¹⁷Wawancara Ibu Linda Liana Selaku Asst Human Resources Manager, 08 februari 2023

sebagai hamba Allah. Dari Hasil wawancara menurut Ibu Linda Liana Asst

Human Resources Manager :

“Dari semua staff Hotel Santika yang beragama Islam, masi tetap mengedepankan ibadah, meskipun disibukkan dengan aktivitas kerja.”¹⁸

Dapat di simpulkan dari hasil penelitian, di Hotel Santika Palu menerapkan aspek tidak mengganggu kegiatan ibadah dalam hal pelayanan serta konsisten dalam menjalankan suatu ibadah meskipun dalam aktivitas kerja.

d) Tabligh (Menyampaikan, Komunikasi, keterbukaan)

Hal ini juga sudah diterapkan di Hotel Santika Palu dimana dari hasil wawancara Ibu Andi Nurhayati Selaku Ass. *Front Office Manager :*

“Pihak hotel sangat menghargai kedatangan para tamunya yaitu dengan menyambut setiap tamu dengan sopan dan ramah. Mereka juga tidak sungkan untuk selalu mengingatkan atau menyampaikan waktu sholat, terhadap karyawan maupun para tamu. sudah tersedia juga musolah, dan peralatan solat. untuk yang ingin sholat di dalam kamar sudah tersedia juga sajadah dan arah kiblat yang di sediakan oleh pihak hotel.”¹⁹

Dan juga berdasarkan wawancara yang di ungkapkan oleh bapak Aris, selaku pengunjung hotel, yakni sebagai berikut :

“Ya kalau fasilitas yang diberikan pihak hotel ini cukup bagus dan juga lengkap, dan semua karyawanya sangat ramah. cukup memuaskan kalau dari segi fasilitasnya, perlengkapan untuk shalat juga ada seperti sajadah dan sarung yang sudah di sediakan, musolah yang sangat bersih. Untuk fasilitas dan harganya juga yang lumayan terjangkau dan saya rasa cukup bagus.”²⁰

¹⁸Wawancara Ibu Linda Liana Selaku Asst Human Resources Manager, 08 ebruari 2023

¹⁹Wawancara Ibu Andi Nurhayati Selaku Ass. *Front office Manager*, 08 februari 2023

²⁰Wawancara Bersama bapak Aris selaku konsumen dari Hotel Santika Palu, 09 febuari 2023

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Hotel Santika Palu merupakan hotel yang pelayanan dan operasionalnya sudah termaksud dalam sifat (*Tabligh*). sehingga mengingatkan manusia pada dasar nilai-nilai tauhid.

e) *Fathonah (kecerdasan)*

Fathonah, sifat ini sudah dimiliki oleh setiap staf Hotel Santika Palu, karena kecerdasan dan daya tanggap yang cukup untuk memenuhi kebutuhan yang konsumen perlukan akan menjadi bagian penting dalam kepuasan konsumen. Daya tanggap dan gesit Ketika menyediakan ataupun melayani apa yang konsumen perlukan akan membuat puas menggunakan jasa dan fasilitas hotel tersebut. Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Andi Nurhayati Ass.

Front office Manager :

“Bahwa Hotel Santika Palu selalu menerapkan sesuatu hal yang baik dalam pelayanannya yang diberikan. secara ramah Tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi para tamu yang datang di Hotel Santika Palu.”²¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Hotel Santika Palu sudah memenuhi sifat (*Fathonah*) dan daya tanggap yang cukup. Karena sifat inilah salah satu dapat memenuhi kebutuhan yang konsumen perlukan dan menjadi bagian penting dalam mengutamakan kepuasan konsumen.

²¹Wawancara Ibu Andi Nurhayati Selaku Ass. Front office Manager, 08 februari 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal serta kekuatan dan peluang yang dimiliki juga kelemahan dan ancaman yang ada, diketahui bahwa dari keempat strategi bisnis yang digunakan (SO,ST,WO,WT) diketahui bahwa yang mempunyai nilai paling besar adalah strategi SO dimana Hotel Santika Palu menggunakan kekuatan yang dimilikinya untuk merebut peluang yang ada memanfaatkan *Brand Image* dengan cara mengoptimalkan biaya pemasaran melalui promosi berbagai media dan event tertentu. menawarkan harga khusus dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar, memelihara hubungan yang baik terhadap pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. dan memanfaatkan lokasi yang ada. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Hotel Santika Palu memiliki kekuatan lebih besar dari kelemahan. Dengan demikian kekuatan yang dimiliki Hotel Santika Palu dapat diandalkan untuk menghadapi persaingan.
2. Pandangan Ekonomi Islam terhadap bentuk strategi bisnis yang telah digariskan dalam Islam di Hotel Santika Palu antara lain :*Siddiq* (jujur, Benar), Dalam bisnis yang paling dasar dan paling penting adalah jujur. Kejujuran adalah hal yang penting untuk dimiliki oleh seorang pebisnis.

Amanah (Tanggung jawab), penanaman sifat Amanah sangat penting bagi seluruh elemen staf hotel, karena kepercayaan konsumen yang menginap perlu dijaga sebagai tanggung jawab kita. sebagai pihak hotel yang menyediakan jasa penginapan. *Istiqamah* (konsisten), Istiqamah adalah usaha untuk menjaga perbuatan baik di jalan Allah secara konsisten dan tidak berubah. *Tabligh* (Menyampaikan, Komunikasi, keterbukaan) Hotel Santika Palu merupakan hotel yang pelayanan dan operasionalnya sudah termaksud dalam sifat *Tabligh*, sehingga mengingatkan manusia pada dasar nilai-nilai *tauhid*. *Fathonah* (kecerdasan), sifat ini sudah dimiliki oleh setiap staf Hotel Santika Palu, karena kecerdasan dan daya tanggap yang cukup untuk memenuhi kebutuhan yang konsumen perlukan akan menjadi bagian penting dalam kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Strategi Hotel Santika Palu sudah sesuai dengan syara, karena dalam penetapan strategi bisnis sudah memenuhi nilai-nilai ekonomi Islam, yaitu prinsip Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabliqh.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas yang diperoleh dari analisis, maka dapat diajukan saran sebagai pelengkap hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mempertahankan posisi kompetitif pasar yang kuat, melihat semakin ketatnya persaingan akibat pertumbuhan jumlah hotel baik yang sudah beroperasi maupun yang akan beroperasi di Palu, maka Hotel Santika Palu harus memperhatikan strategi produk dengan secara terus

menerus meningkatkan kualitas produk, fasilitas yang tersedia dan pelayanan serta penawaran paket-paket khusus terutama paket khusus yang inovatif dan dapat mengekspose hotel.

2. Hotel Santika Palu sebaiknya meningkatkan strategi bisnis dan besarnya jumlah pendapatan dengan meminimalkan besarnya jumlah biaya yang dikeluarkan agar perusahaan memperoleh laba yang besar.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya harus memperbanyak menguasai metode-metode dalam analisis strategi bisnis Hotel Santika Palu dalam meningkatkan pendapatan , supaya bisa menjelaskan lebih dalam tentang strategi bisnis Hotel tersebut dan meningkatkan pendapatan dalam perspektif ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Strategi Management Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Abduh, Syamsir dan Fachrul Husain Habibi, *Sistem Informasi Perhotelan*, Jakarta: Universitas Trisakti, 2005.
- Alimin, dan Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004.
- Ali, Zainudin. *Hukum ekonomi Syariah*, jakarta : Sinar Grafika, 2009.
- Agama R.I, Departemen. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang, 1989, Toha Putra.
- _____. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: CV. Nala Dana, 2007.
- Bagus Rai, Gusti. *Pengantar Industri Pariwisata*, Sleman: Depublish, 2012.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Burhanuddin, Hukum Bisnis Syariah, Yogyakarta: UII Press, 2011.
- Danil, Mahyu. “*Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen*”, Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. IV No. 7: 9.
- David, Fred, R, *Manajemen Strategik* Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Fahmi, Irham *Manajemen Resiko Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Griffin. *Manajemen Komprehensif Strategik*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005.
- Hasil wawancara dengan bapak Taufan selaku HRD Hotel Santika Kota Palu, 10 Juni 2022.
- Izzan, Ahmad dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah Ayat-Ayat Al Qur'an Yang Berdimensi*, Ekonomi, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Joewono, Hadiano. *Strategy Management* Jakarta: Arrbey, 2012.
- Kasali, Rhenald dan Boyke R. Purnomo. dkk, *Modul Kewirausahaan*, Jakarta: Uversitas Gadj Mada, 2010.

- Kebudayaan, dan Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomo Mikro Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).
- Kadir, A. *Hukum Bisnis Islam dalam Al-Quran*, Jakarta: Amzah, cet. 1, 2010.
- Ludfi Orbani, dan Bagyono. *Dasar-Dasar House Keeping Dan Laundry Hotel*, Yogyakarta: Adicita Karya Nusa 2003.
- Muljono, Djoko. *BukuPintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Maharani, Dewi. “*EkonoI Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi*”, Jurnal agama dan pendidikan islam, Tahun 2018.
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Nasution, Mustafa Edwin dan M. Arief Mufraeni. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Priyono, Joko. *Analisis Kepuasan ditinjau dari kualitas Pelayanan Hotel*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2009.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*
- Robinson, Pearce *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*
- Soekartawi. *Faktor-faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Simorangkir, O.P. *Etika Bisnis Jabatan dan Perbankan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1997.
- Sholihin, Ismail. *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), 25.
- Sofyan, Riyanto. *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Sulatiyono, Agus. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi, Manajemen Penyelenggaraan Hotel* Bandung: Alfabeta, 1999.

- Sulatiyono, Agus. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Jakarta:CV. Alfabeta, 2002.
- Sugiarto. E. *Hotel Front Office Administration*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum, 2000.
- Soemarso S.R. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat 2009.
- Sukirno, Sadono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006.
- Sholahuddin, M. *Asas-Asas Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Siangian, Sondang P. *Manajemen Strategik* Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sadarmayanti, *Manajemen Strategi* Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Wawancara Ibu Linda Liana Selaku Human Resources Manager, 08 februari 2023
- Wawancara Ibu Andi Nurhayati Selaku Ass. Front office Manager, 08 februari 2023
- wawancara bersama Bapak Safril selaku konsumen dari Hotel Santika Palu, 09 Februari 2023
- wawancara bersama Ibu Marlin selaku konsumen dari Hotel Santika Palu, 09 Februari 2023
- wawancara bersama bapak Aris selaku konsumen dari Hotel Santika Palu, 09 Februari 2023
- Yunia, Ika Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi. *"Prinsip Dasar Ekonomi Islam"*, Jakarta : Kencana.

PEDOMAN WAWANCARA

Untuk Human Resources Manager Hotel Santika Palu

1. Bagaimana sejarah dan latar belakang Hotel Santika?
2. Apa visi dan misi dari Hotel Santika?
3. Berapa jumlah karyawan Hotel Santika Kota Palu saat ini?
4. Bagaimana struktur mengenai organisasi Hotel beserta tugas dan tanggung jawabnya?
5. Bagaimana Hotel memberikan pelayanan penerimaan tamu?
6. Bagaimana pihak hotel memberikan kenyamanan dan kebersihan ruang hotel terutama kamar tamu?
7. Bagaimana pemilihan menu makanan dan minuman bagi para tamu?
8. Berapa jumlah kamar di Hotel Santika Palu saat ini ?
9. Tipe kamar apa saja yang terdapat di Hotel Santika saat ini ?
10. Fasilitas apa saja yang terdapat di setiap tipe kamar?
11. Serta berapa tarif permalam menginap di Hotel Santika Palu ?
12. Bagaimana prosedur check in dan check out pada Hotel Santika Palu ?
13. Apakah Hotel menyediakan semua hiburan bagi para tamu ? dan apa saja bentuknya ?
14. Apakah Hotel menyediakan sarana ibadah bagi tamu ?
15. Strategi bisnis apa saja yang digunakan dan diterapkan Hotel Santika saat ini?
16. Bagaimana jumlah tamu hotel yang menginap di Hotel Santika Palu?
Apakah saat ini sedang mengalami peningkatan atau penurunan?

17. Apakah lebih banyak tamu domestic atayu tamu asing yang menginap di Hotel Santika Palu?
18. Peluang dan ancaman apa saja yang menjadi tantangan bagi hotel santika dan perlu di tindak lanjuti?
19. Apa saja dampak yang paling dirasakan hotel santika Palu saat pandemi Covid-19?

Untuk Front office Manager Hotel Santika

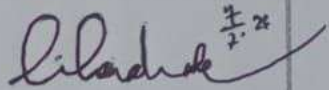
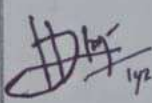
1. Apakah Hotel Santika Palu sering melakukan promosi?
2. Bentuk promosi seperti apa yang diterapkan di Hotel Santika dalam mengembangkan bisnis Tersebut?
3. Dalam melakukan promosi, media apa saja yang digunakan?
4. Apa saja jenis produk yang ditawarkan oleh Hotel Santika?
5. Bagaimana Bapak/Ibu memberikan harga kepada konsumen?
6. Apakah ada potongan harga yang di berikan?

Pengunjung Hotel Santika Palu

1. Berapa kali anda menginap di Hotel Santika Palu?
2. Apa alasan anda memilih Hotel Santika Palu sebagai tempat menginap ?
3. Bagaimana pelayanan pemesanan kamar yang di berikan oleh Hotel Santika Palu?
4. Bagaimana pelayanan penerimaan tamu yang di berikan oleh Hotel Santika ?

5. Bagaimana pelayanan kenyamanan dan kebersihan terutama kamar tamu ?
6. Bagaimana pelayanan makanan dan minuman yang diberikan oleh Hotel Santika ? Apakah anda menyukainya
7. Apakah ada sarana tempat ibadah yang disediakan oleh Hotel Santika ? Bagaimana menurut anda ?

DAFTAR INFORMAN

NO	NAMA	STATUS INFORMAN	TANDA TANGAN
1	Linda Liana	<i>Asst. Human Resources Manager</i>	 7/2/24
2	Andi Nurhayati	<i>Asst. Front Office Manager</i>	 01/02/24
3	Sarifil	Konsumen	
4	Marlin	Konsumen	
5	Arif	Konsumen	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 100 / Un.24 / F.IV / PP.00.9 / 01 / 2023
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

27 Januari 2023

Yth.
Pimpinan Hotel Santika Palu
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : M. Cheder Syahrudin Dani
NIM : 18.3.12.0112
TTL : Makassar, 29 Juli 1998
Semester : IX
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Ketimun II

Untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **Analisis strategi bisnis Hotel Santika Palu dalam meningkatkan pendapatan perspektif ekonomi islam**

Dosen Pembimbing :

1. **Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI**
2. **Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd**

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian di Hotel Santika Palu

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.



Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI
NIP. 19650505 199903 1 002

SURAT KETERANGAN

Nomor : 0010/SK/HSP/II/2023

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Nomor : 150 /Un.24/F.IV/PP.00.9/01/2023, hal : Izin Penelitian tertanggal 27 Januari 2023, Maka Management Hotel Santika Palu dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama	: M. Cheder Syahrudin Dani
NIM	: 18.3.12.0112
TTL	: Makassar, 29 Juli 1998
Semester	: IX
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Ekonomi Syariah
Alamat	: Jl. Ketimun II

Benar telah mengadakan penelitian di Hotel Santika Palu pada tanggal 8 Februari 2023 guna melengkapi data pada penyusunan skripsi yang berjudul : “ **Analisis strategi bisnis Hotel Santika Palu dalam meningkatkan pendapatan perspektif ekonomi islam**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palu, 14 Februari 2023



Linda Liliana

Asst. Human Resources Manager



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : M. Choder Syahrudin Dani
TTL : Makassar / 29-07-1998
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : Jln. Ketimun II
NIM : (103120112)
Jenis Kelamin : laki-laki
Semester : VIII
HP : 0852 9234 6692

Judul :

- Judul I
"Strategi Bisnis Perhotelan dalam Mempertahankan Pendapatan di masa Pandemi Covid-19 Perspektif Etika Bisnis Islam di Kota Palu" (Studi pada hotel Srikita Kota Palu)
- Judul II
"Peran Dinas Perdagangan dan Perindustrian dalam Pengelolaan Distribusi Pasar tradisional Impor manonda di Kota Palu guna meningkatkan pendapatan asli daerah perspektif ekonomi Islam (Studi Perdagangan dan Perindustrian)"
- Judul III
"Penerapan etika bisnis ekonomi Islam dalam melakukan transaksi jual beli terhadap pedagang pasar tradisional impor manonda di Kota Palu (Studi pasar impor manonda Kecamatan Palu Barat)"

Palu, 24 february 2022
Mahasiswa,

M. Choder Syahrudin Dani
NIM

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : Dr. Hilal Malang

Pembimbing II : Rabanich Kikilun

a.n. Dekan

Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN
KELEMBAGAAN,

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP. 19770331 200312 2 002

Ketua Jurusan,

NURSAMSU. S.H.I., M.S.I
NIP. 1986 05 07 2015 03 1002

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
NOMOR : 655 TAHUN 2022
TENTANG**

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

- Membaca : Surat saudara : **M. Cheder Syahrudin Dani / NIM 18.3.12.0112** mahasiswa jurusan **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu dengan judul skripsi : **Stratgei bisnis perhotelan dalam mempertahankan pendapatan dimasa pandemi covid-19 perspektif etika bisnis islm di Kota Palu (studi kasus Hotel Santika Kota Palu)**
- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
- b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
4. Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 041606/B.II/3/2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
7. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor : 457/Un.24/KP.07.6/12/2021 tentang Pengangkatan Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

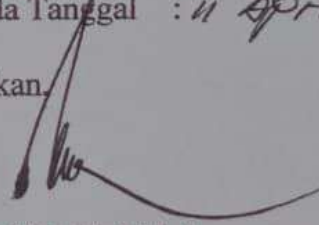
MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TAHUN AKADEMIK 2021/2022
- PERTAMA : 1. **Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI** (Pembimbing I)
2. **Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd.** (Pembimbing II)
- KEDUA : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA UIN DATOKARAMA Palu Tahun Anggaran 2022.
- KEEMPAT : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- KELIMA : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

Ditetapkan di : Palu

Pada Tanggal : 11 April 2022

Dekan,


Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I

NIP. 19650505 199903 1 002

Tembusan :

1. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

Dokumentasi



Wawancara dengan Ibu Linda Liana selaku Human Reseources Manager



Wawancara dengan Ibu Linda Liana selaku *Human Reseources Manager*



Wawancara dengan Ibu Andi Nurhayati selaku Ass. *Front Office Manager*



Wawancara dengan Ibu Andi Nurhayati selaku Ass. *Front Office Manager*



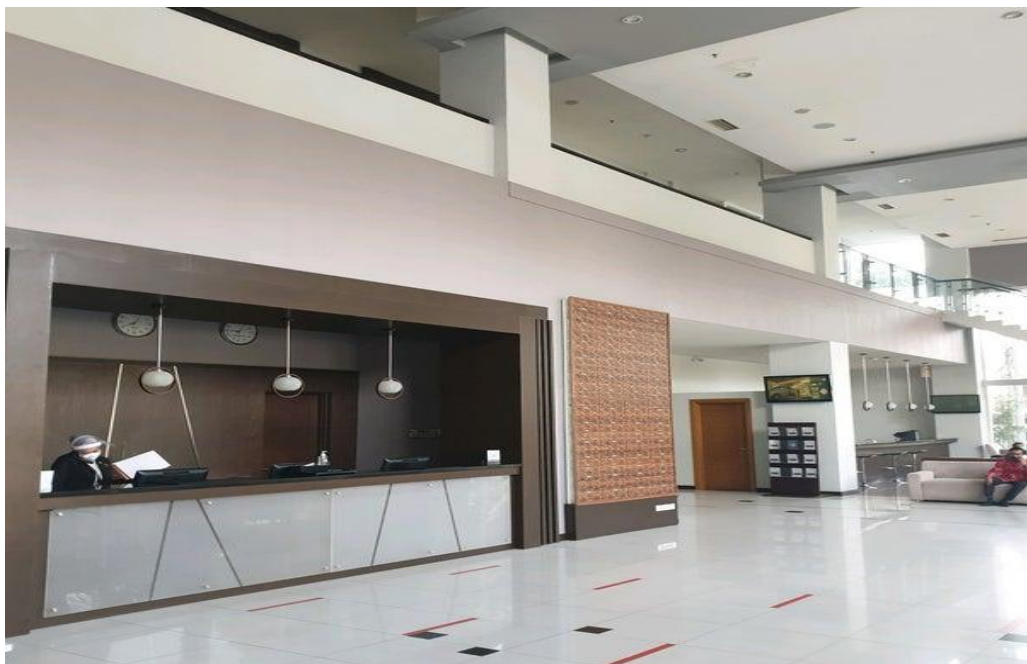
Wawancara bersama Bapak Aris selaku konsumen dari Hotel Santika Palu



Wawancara bersama Bapak Safril selaku konsumen dari Hotel Santika Palu



Wawancara bersama Ibu Marlin selaku konsumen dari Hotel Santika Palu



Fasilitas Tempat Penyewaan / Booking Kamar Hotel



Fasilitas Restaurant Hotel Santika palu



Fasilitas Gym Hotel Santika Palu



Fasilitas Kolam Renang Hotel Santika Palu

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : M. Cheder Syaharuddin Dani
Tempat Tanggal Lahir : Makassar, 29 juli 1998
NIM : 18.3.12.0112
Alamat Rumah : jln. Ketimun lrg 02
No. WA : 0852-4234-6692
Facebook : Hedar Abdee Negara
Email : m.cheder321@gmail.com
Nama Ayah : Syahrudin
Nama Ibu : Senaini



B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun lulus : SD Negeri 20 Palu, 2011
2. SMP/MTs, Tahun lulus : MTSN NEGERI PALU BARAT, 2014
3. SMA/MA, Tahun lulus : SMK NEGERI 3 PALU, 2017

Palu, 31 Mei 2023 M

30 Syawal1443 H

Penulis

M. Cheder Syahrudin Dani
Nim. 18.3.12.0115