**TATA KELOLA & STRATEGI PROMOSI HOTEL CORDOVO CIREBON UNTUK MENINGKATKAN CITRA HOTEL SYARIAH**

**Rifqi Maulana Mansur**

**Moh. Mabruri Faozi, MA**

**Dr. H. Syamsudin, M.Ag**

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Email: rifqimaulana121@gmail.com

 Mabrurifaozi31@gmail.com

samsudincrb@yahoo.co.id

***Abstract***

 *Governance is a series of processes, policies, rules, management and direction so that the company can run well and orderly to achieve success. Promotion strategy is marketing activities carried out to disseminate information, influence or persuade and increase the target market for the company and its products to be accepted in the community. Sharia hotels are a model hotel that offers facilities that are in accordance with the values ​​of Islamic religion.*

 *The purpose of this study was to determine the governance process of Cirebon Cordova hotel, the Cirebon promotional strategy of the Cordova hotel and how the governance & promotion strategy of the Sharia Cordova hotel image of Cirebon*

 *The research method used in this study is to use analysis with an inductive approach, processes and meanings from a subject perspective that are more highlighted or can be referred to as descriptive qualitative research. The technique of collecting data uses observation, documentation, and interviews. The data is validated using the triangulation method. Data analysis techniques using data reduction, data presentation, and research / verification conclusions.*

 *The results of this study in the governance of the Cirebon Cordova Hotel use the Sharia concept, which is realized to provide the best comfort, security and service. The promotion strategy of the Cordova Cirebon hotel uses social media and print media and collaborates with travel services. The governance carried out by the Cirebon Cordova hotel already uses sharia principles, as evidenced by applying sharia concepts such as the rules applied in guest services that violate the opposite sex who are not muhrim, violations do not carry items that are prohibited according to Islamic and state religious rules. The Cirebon cordova hotel promotion strategy is carried out to do ethics & honesty in communicating product offerings to hotel visitors. To improve the image of Sharia Hotel, Cordova Hotels always recite the verses of the Holy Qur'an, prayer and do not provide entertainment facilities that cause disobedience such as discotheques, clubs, bars and gambling.*

***Keywords: Governance, Promotion Strategy, Sharia Image***

Abstrak

 Tata kelola adalah rangkaian proses, kebijakan, aturan, pengelolaan dan pengarahan supaya perusahaan dapat menjalankan dengan baik dan tertata yang ingin dicapai untuk mengukur keberhasilan. Strategi promosi adalah aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia diterima di masyarakat. Hotel syariah adalah suatu model hotel yang menawarkan fasilitas yang sesuai dengan nilai agama islam.

 Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses tata kelola hotel cordova Cirebon, Proses strategi promosi hotel cordova Cirebon dan bagaimana tata kelola & strategi promosi terhadap citra syariah hotel cordova Cirebon.

 Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, proses dan makna dari perspektif subjek yang lebih ditonjolkan atau dapat disebut sebagai penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data divalidasi dengan menggunakan metode triangulasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penelitian/ verifikasi kesimpulan.

 Hasil dari penelitian ini dalam tata kelola hotel cordova Cirebon menggunakan konsep syariah, yang disadari untuk memberikan kenyamanan, keamanan serta layanan terbaik. Strategi promosi hotel cordova Cirebon menggunakan media social dan media cetak serta bekerja sama dengan jasa travel. Tata kelola yang dilakukan oleh hotel cordova Cirebon sudah menggunakan prinsip-prinsip syariah, terbukti dengan menerapkan konsep syariah seperti aturan yang diterapkan dalam pelayanan tamu yang melanggar lawan jenis yang bukan muhrim, pelanggaran tidak membawa barang yang dilarang menurut aturan agama islam dan negara. Adapun strategi promosi hotel cordova Cirebon yang dilakukan melakukan etika & kejujuran dalam mengkomunikasikan penawaran produk kepada pengunjung hotel. Untuk meningkatkan citra hotel syariah hotel cordova selalu melantunan ayat-ayat suci Al-Qur’an, sholawatan dan tidak menyediakan fasilitas hiburan yang menimbulkan kemaksiatan seperti discotik, club, bar dan perjudian.

Kata Kunci: **Tata kelola, Strategi Promosi, Citra Syariah**

**PENDAHULUAN**

 Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki beragam suku bangsa, bahasa, dan agama dengan jumlah penduduk 250,2 juta orang. Meskipun bukan Negara Islam, Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk Islam sebanyak 88 persen, Kristen 5 persen, Katolik 3 persen, Hindu 2 persen, Budha 1 persen dan lainnya 1 persen. Islam menduduki agama yang paling banyak dianut oleh masyarakat Indonesia, karena Islam merupakan agama yang universal permasalahan yang dibahas menyeluruh pada aspek kehidupan, baik tentang ibadah, syariah maupun akhlak.[[1]](#footnote-1)

 Dalam konsep agama Islam tidak hanya membahas hubungan antara manusia dengan Tuhan manusia dengan manusia akan tetapi mengatur hubungan antara manusia dengan manusia contohnya yaitu dalam hal bisnis didalam perhotelan syariah. Hotel syari’ah adalah hotel sebagaimana lazimnya, yang operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syari’ah atau pedoman ajaran Islam, guna memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat, dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun non-muslim. Operasional hotel syari’ah secara umum tidak berbeda dengan hotel-hotel lainnya, tetap tunduk kepada peraturan Pemerintah, tetap buka 24 jam, tanpa interupsi. Pemasaranya pun terbuka bagi semua kalangan, baik muslim maupun non-muslim.[[2]](#footnote-2)

 Bisnis diperlukan karena manusia tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan sendiri tanpa adanya bantuan dari orang lain oleh karena itu, allah swt telah menjelaskan dalam al qur’an surat Al maidah zuz (5): ayat 2

 Artinya: *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (Departemen Agama Republik Indonesi, 2010: 322).*[[3]](#footnote-3)

 Ayat tersebut menjelaskan bahwa hubungan masyarakat dengan masyarakat hendaknya tercermin dalam sikap saling membantu dan bekerja sama dalam hal kebajikan dan ketakwaan, sehingga akan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia. Selain itu tujuan bisnis syariah adalah untuk mengembangkan harta dan memperoleh keuntungan dengan jalan yang halal dan di ridhai oleh Allah Swt.[[4]](#footnote-4)

 Pada Era Globalisasi ini semakin ketatnya persaingan usaha banyak bisnis yang mulai bermunculan seperti bisnis wisata syariah adalah bisnis masa depan dan sudah menjadi trend di dunia pariwisata.[[5]](#footnote-5) Negara-negara yang penduduk mayoritasnya non-muslim saja sudah berlomba-lomba mengarah pada bagaimana memikat para wisatawan muslim untuk datang kenegara mereka.[[6]](#footnote-6)

 Salah satunya kegiatan pemasaran yang penting dalam industry perhotelan adalah bidang promosi (marketing division) yang merupakan suatu sarana komunikasi bagi perusahaan dengan pasar sasarannya (tamu).

 Bidang promosi dalam bisnis perhotelan sebagai besar di emban oleh seorang public relations. Untuk itu seorang public relations dalam suatu perusahaan sangat diperhitungkan kedudukannya karena memiliki peranan dalam perputaran sistem dan manajemen perusahaan. Seorang public relations dapat menjangkau aspek-aspek social dan kepentingan public. Karena public relation bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dan konsumen.

 Adapun ciri-ciri yang membedakan antara hotel syariah dan hotel konvensional yaitu pertama, hotel konvensional pada umumnya memberikan pelayanan itu sesuai sama peraturan hotel, namun untuk hotel yang berbasis syariah pelayanannya tidak bertentangan dengan kaidah islam, seperti tidak memberikan izin kepada pasangan yang bukan muhrim/ belum menikah kecuali memesan kamar yang berbeda. Kedua, pengelolaan dananya berbasis syariah seperti pemilik hotel diwajibkan menggunakan fasiltas perbankan syariah. Ketiga, fasilitas hotel syariah agak berbeda dari hotel konvensional dimana tersedia musallah khusus, alat shalat di masing-masing kamar, waktu pengingat adzan di dalam kamar, dan pada interior memasukkan unsur-unsur Islamiyah seperti tambahan gambar kaligrafi, mekkah, madinah. Keempat, pelayanan di hotel syariah wajib berpakaian muslim menutupi aurot dan harus mengetahui betul prinsip dasar syariah. Kelima, dalam hal makanan dan minuman, di hotel syariah tidak menyediakan minuman yang berbau alkohol dan makanan yang tidak halal menurut Islam, karena itu tidak disediakannya fasilitas seperti klub atau diskotik.

 Daerah Jawa Barat mulai ada hotel syariah yang berkembang mulai dari hotel yang sejak lahir sudah menggunakan konsep syariah sampai yang berpindah dari konsep konvensional ke konsep syariah, khususnya di daerah Cirebon masih minimnya hotel syariah dan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui akan adanya hotel berbasis syariah. Tentu ini menjadi masalah bagi perhotelan syariah termasuk hotel cordova Cirebon dalam meningkatkan jumlah pengunjung hotel.

 Dengan demikian peneliti merasa tertarik untuk membahas permasalahan tersebut dari yang telah dijabarkan diatas untuk pembahasan yang lebih jelas maka penelitian ini akan disusun dalam bentuk skripsi yang berjudul “**TATA KELOLA & STRATEGI PROMOSI HOTEL CORDOVO CIREBON UNTUK MENINGKATKAN CITRA HOTEL SYARIAH**”

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

* 1. Untuk mengetahui bagaimana tata kelola hotel cordova Cirebon.
	2. Untuk mengetahui bagaimana cara mempromosikan hotel cordova Cirebon.
	3. Untuk mengetahui bagaimana tata kelola & strategi promosi hotel cordova Cirebon dalam meningkatkan citra hotel syariah.

**LANDASAN TEORI**

**Tata Kelola**

 Tata kelola adalah rangkaian proses, kebijakan, aturan, pengarahan, pengelolaan, dan pengarahan supaya perusahaan dapat menjalankan dengan baik dan tertata. Tata kelola perusahaan yang baik merupakan sistem yang mengatur ke arah mana kegiatan usaha akan dilaksanakan, termasuk membuat sasaran yang ingin dicapai untuk mengukur keberhasilan (Amin wijaya tunggal, 2003: 69).[[7]](#footnote-7)

**Manajemen**

 Istilah dari manajemen berasal dari kata kerja *to manage* yang artinya *control.* Dalam bahasa Indonesia dapat diartikan: mengendalikan, menangani atau mengelola. Selanjutnya, kata benda “manajemen” atau *management* dapat mempunyai arti yaitu: pertama sebagai pengelolaan, pengendalian, atau penanganan *(managing).* Kedua, perlakuan secara terampil untuk menangani suatu berupa skillfull treatment. Ketiga, gabungan dari kedua pengertian ini berhubungan dengan pengelolaan suatu perusahaan, rumah tangga atau suatu bentuk kerja untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

 Kegiatan-kegiatan manajemen, yaitu perencanaan *(planning),* pengorganisasian *(organizing)*, pengarahan *(actuating)* dan pengawasan *(controlling).*

**Strategi Promosi**

 Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual.[[8]](#footnote-8)

 Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manjemen strategi meliputi pengamatan lingkungan (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.[[9]](#footnote-9) Sedangkan strategi menurut Anwar arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.

**Citra**

 Pengertian citra itu sendiri yaitu abstrak (*intangible*), tidak nyata, tidak bisa digambarkan secara fisik dan tidak dapat diukur secara sistematis, karena citra hanya ada dalam pikiran. Walaupun demikian, wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari publik dan masyarakat luas pada umumnya.[[10]](#footnote-10)

**Syariah**

 Syariat adalah hukum atau peraturan yang datang dari Allah SWT, baik melalui Alquran, Sunnah Nabi-Nya, maupun ikutan dari keduanya berupa Ijma dan Qiyas. Jika aturan itu bukan datang dari Allah SWT, maka ia tidaklah disebut syariat.[[11]](#footnote-11)

**Penelitian Terdahulu**

 Pertama, penelitian oleh **Siti Mutmainnah (2012)** dengan judul ***“Implementasi strategi marketing syariah dihotel semesta semarang”*.** Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi marketing syariah di hotel semesta semarang. Metode dari penelitian ini menggunakan metode kualitatif pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan Hotel syariah adalah hotel yang dalam penyediaan, pengadaan dan penggunakan produk dan fasilitas serta dalam operasional usaha tidak melanggar aturan syariah. Strategi marketing syariah adalah strategi pemasaran 4P *(produk, price, promotion, place)* sesuai dengan aturan syariah, adapun strategi marketing syariah terbagi menjadi dua yaitu ke dalam dan keluar, strategi yang keluar meliputi pelayanan dalam Hotel Semesta Semarang.

 Kedua, penelitian oleh **Siti Rohmah (2014)** dengan judul ***”Penerapan nilai nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syariah Yogyakarta”*.** Penelitian ini membahas tentang nilai-nilai binis Islam. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam serta kriteria hotel syariah standard nasional kategori hilal 1 di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Hotel Madani Syariah hadir untuk menawarkan perbedaan antara hotel syariah dan hotel konvensional, hotel syariah merupakan salah satu tawaran yang menarik dalam rangka meningkatkan kualitas moral dan karakter bangsa Indonesia yang luhur. Pemikiran etika bisnis Islam lalu dimunculkan kembali kepermukaan, dengan alasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna.

 Ketiga, Penelitian **Muhammad Faisal (2014)** dengan judul ***“Strategi Pemasaran Properti pada PT. Tiang Kencana Graha Surabaya”*** dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) yang menjadi latar belakang dan faktor konsumen dalam menentukan pemilihan rumah di perumahan graha asri sukodono yaitu karena konsumen ingin dekat dengan tempat kerja, kerukunan antar warga yang baik, lingkungan kondusif, hubungan antar warga guyub. Selain dari aspek lingkungan, juga karena harganya yang terjangkau, lokasi yang strategis, kualitas bangunan yang baik, pelayanan prima dan fasilitas yang bagus dari perumahan lainnya. 2) Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT.Tiang Kencana Graha dalam memasarkan produknya yaitu perumahan dengan mengutamakan pelayanan yang baik dan santun, 3) Lokasi perumahan yang dekat dengan keramaian, kualitas bangunan baik, 4) Harga yang sangat bersaing, dan 5) Promosinya menggunakann media massa. Dengan upaya yang dilakukan di atas sehingga bisa meningkatkan penjualan di perumahan graha asri sukodono.

**METODE PENELITIAN**

 Ditinjau dari segi metodologi, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif analisis. Penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana tata kelola & strategi promosi hotel cordova cirebon. Tempat dalam penelitian ini adalah Hotel Cordova Cirebon berada di Jalan Siliwangi Nomor 87-89 Cirebon dengan nomor telpon 0231-204877, 201506. Sumber Data, Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu pertama data primer Data primer adalah data yang diperoleh si peneliti langsung dari objek yang diteliti.[[12]](#footnote-12) Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa wawancara langsung kepada pihak Hotel Cordova Cirebon, yaitu kepada bagian *Human Resources Development Manager, Front Office, House Keeping Departement*. Kedua Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, publikasi yang sudah dalam bentuk jadi. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan seperti buku dan jurnal.[[13]](#footnote-13) Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, seperti buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode diantaranya:wawancara,dokumentasi, dan observasi. Teknik Analisis Data Dalam analisis data ini, penulis menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yang membagi tahapan analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi beberapa tahapan,yaitu reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan verifikasi/ kesimpulan data (verification/conclusion).[[14]](#footnote-14)

**HASIL PENELITIAN**

1. **TATA KELOLA HOTEL CORDOVA CIREBON**

 Tata kelola hotel cordova yaitu menggunakan konsep dasar syariah yang sengaja beliau terapkan pada hotel ini, yang disadari oleh keinginan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan serta layanan yang terbaik bagi tamu, yang notabene sebagai besar pengunjung adalah pengunjung wisata religi sunan gunung jati Cirebon sebagaimana yang telah disampaikan oleh owner hotel cordova.

 Melihat dari visi tersebut tentu saja semuanya harus berlandaskan syariah termasuk dalam manajemen yang digunakan oleh perusahaan. Setidaknya ada tiga hal yang harus dilihat dalam manajemen tata kelola. Pertama, perilaku harus berkaitan dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Kedua, struktur organisasi harus sesuai job disk masing-masing. Ketiga, sistem syariah yang disusun harus menjadikan perilaku-perilakunya berjalan dengan baik (Didin Hafidhudin dan Hendri Tanjung, 2003: 19-20).[[15]](#footnote-15)

 Klasifikasi hotel syariah berdasarkan peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif republic Indonesia nomer 2 tahun 2014 tentang pedoman menyelenggarakan usaha syariah secara umum pengklasifikasian hotel syariah di Indonesia dibagi menjadi 2 golongan, yaitu hotel syariah hilal-1 dan hotel syariah hilal-2. Dalam hal ini, Hotel cordova Cirebon termasuk kedalam kriteria hotel syariah hilal-1 karena memiliki 3 kriteria mutlak yang berlaku bagi hotel syariah yaitu:

1. Aspek produk yang terdiri dari 8 unsur dan 27 sub unsur

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Unsur** | **No** | **Sub Unsur** | **Kriteria** |
| 1 | ToiletUmum | 1 | Tersedianya penyekat antara urinoir yang lain untuk menjaga pandangan | M |
| 2 | Tersedianya peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air urinoir dan kloset  | M |
| 2 | Kamar TidurTamu | 3 | Tersedianya sajadah (*on request*) | M |
| 4 | Tersedianya Al-Qur’an | M |
| 5 | Tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun | M |
| 6 | Tidak ada minuman beralkohol di mini bar | M |
| 3 | KamarMandiTamu | 7 | Tersedia peralatan yang praktis di kamar mandi untuk bersuci dengan air urinoir dan kloset | M |
| 8 | Tersedianya peralatan untuk wudhu yang baik di kamar mandi tamu | M |
| 9 | Tersedianya kamar mandi tamu yang tertutup | M |
| 4 | Dapur | 10 | Tersedia dapur/ pantry khusus yang mengelola makanan dan minuman yang halal yang terpisah dari dapur biasa | M |
| 11 | Dapur/ pantry mengolah makanan dan minuman halal | TM |
| 5 | Ruangkaryawan | 12 | Tersedia peralatan untuk bersuci yang baik di kloset karyawan | TM |
| 13 | Tersedia penyekat antara urinoir satu dengan urinoir yang lain untuk menjaga pandangan | TM |
| 14 | Tersedia peralatan untuk berwudhu di kamar mandi karyawan | TM |
| 15 | Tersedia tempat ganti pakaian terhindar dari pandangan di masing-masing ruang ganti  | TM |
| 6 | Ruangibadah | 16 | Ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawatt | M |
| 17 | Area sholat laki-laki dan perempuan ada pembatas atau pemisah | TM |
| 18 | Tersedia perlengkapan sholat yang baik dan terawatt | M |
| 19 | Tersedia sirkulasi udara yang baik berupa alat pendingin atau kipas angina | M |
| 20 | Tersedia pencahayaan yang cukup terang M |  |
| 21 | Tersedia tempat wudhu laki-laki dan perempuan terpisah | TM |
| 22 | Tersedia tempat wudhu dengan kondisi bersih dan terawatt | M |
| 23 | Tersedia instalasi air bersih untuk wudhu | M |
| 24 | Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan kondisi baik | TM |
| 7 | KolamRenang | 25 | Tersedia dalam ruangan dan atau terhidar dari pandangan umum | TM |
| 8 | Spa | 2627 | Tersedia ruangan terapi yang terpisah antara pria dan wanitaTersedia bahan terapi yang berlogo halal halal resmi | TMTM |

1. Aspek pelayanan yang terdiri dari 6 unsur dan 20 sub unsur.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Unsur** | **No** | **Sub Unsur** | **Kriteria** |
| 1 | KantorDepan | 1 | Melakukan seleksi terhadap tamu yang dating berpasangan  | TM |
| 2 | Memberikan informasi masjid terdekat dengan hotel | M |
| 3 | Memberikan informasi jadwal waktu sholat | M |
| 4 | Memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (bila ada) | TM |
| 5 | Memberikan informasi restoran/ rumah makan halal | TM |
| 2 | TataGraha | 6 | Penyediaan perlengkapan sholat yang bersih dan terawatt | M |
| 7 | Penyediaan Al-Qur’an | TM |
| 8 | Menyiapkan area/ ruangan untuk sholat (bila tidak ada masjid yang dekat dengan hotel) | TM |
| 3 | MakanandanMinuman | 9 | Tersedia pilihan makanan dan minuman halal | M |
| 10 | Menyediakan tajil pada bulan ramadhan | TM |
| 11 | Menyediakan makan sahur pada bulan ramadhan | M |
| 4 | Olahraga, rekreasi danKebugaran | 12 | Pengaturan waktu penggu-naan sarana kebugaran di bedakan antara pri dan wanita | TM |
| 13 | Instruktur kebugaran khusus pri dan wanita khusus wanita | TM |
| 5 | Spa(apabila ada) | 14 | Spa hanya melayani pijat kesehatan dan perawatan kecantikan | M |
| 15 | Terapis pria khusus untuk pria dan terapis wanita khusus wanita | TM |
| 16 | Terapis menghindari men-yentuh dan melihat melihat area sekitar organ intim | TM |
| 17 | Apabila tersedia bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama | TM |
| 18 | Apabila tersedia aktivitas olah fisik dan jiwa tidak mengarah pada kemusyrikan  | TM |
| 6 | FasilitasHiburan | 19 | Tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila | M |
| 20 | Apabila menggunakan music hidup atau rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika dalam islam | M |

1. Aspek pengelolaan yang terdiri dari 2 unsur dan 2 sub unsur.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  No | Unsur |  No | Sub Unsur |  Kriteria |
|  1 | ManajemenUsaha |  1 | Memiliki dan penerapan sistem jaminan halal |  M |
|  2 | Sumber DayaManusia |  2 | Seluruh karyawan dan karyawati memakai seragam yang sopan |  M |

 Alasan mengapa hotel cordova Cirebon termasuk golongan hotel syariah hilal-1 karena penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai sudah memenuhi seluruh kriteria hotel syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim.

 Hotel Cordova Cirebon juga sebagai salah satu hotel di Cirebon yang memiliki manajemen tersendiri yaitu:

1. **Perencanaan**

 Dalam perencanaan yang sesuai dengan syariat islam, Hotel Cordova menetapkan seluruh rencananya dalam mendirikan hotel berbasis syariah seperti:

1. Sumber daya manusia.
2. Pemasaran dan bidang keuangan yang baik.
3. Memiliki standar perekrutan karyawan bagi karyawan baru.
4. Mempunyai pengetahuan ilmu tentang perhotelan, karyawan harus muslim dan mempunyai sifat-sifat jujur.
5. Dapat dipercaya serta karyawan hotel harus mempunyai semangat jiwa yang tinggi dalam mengemban tugas.
6. **Pengorganisasian**

 Pengorganisasian dalam hotel cordova dapat dilihat dalam pembagian job disk masing-masing divisi karyawan. Hotel cordova memiliki beberapa divisi yaitu:

1. Direksi yaitu secara umum mengatur dan mengawasi kinerja karyawan.
2. *Manager* yaitu mengecek, mengatur hal-hal yang berkaitan dengan pengunjung.
3. *Room Devision* yaitu tata kelola kamar yang akan ditempati pengunjung.
4. *Food and Beverage kitchen* yaitu mengurusi makanan dan minuman pengunjung yang dibantu waiters.
5. HRD *(Human Resources Development Manager)* yaitu mengolah SDM yang ada di hotel cordova.
6. **Pengarahan**

 Pengarahan bagi karyawan hotel cordova Cirebon ini merupakan arahan dari pimpinan untuk mengerjakan tugas-tugas masing-masing sesuai dengan job disk. Secara umum pengarahan dapat diberikan batasan sebagai suatu proses pembimbingan, pemberian petunjuk, dan intruksi kepada bawahan agar mereka bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

1. **Pengawasan**

 Pengawasan dalam hotel cordova Cirebon dilakukan dengan cara mengevaluasi prestasi kerja dan apabila perlu menerapkan tindakan-tindakan korektif sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan yang direncanakan.

1. **STRATEGI PROMOSI HOTEL CORDOVA CIREBON DALAM MENINGKATKAN CITRA SYARIAH**

 Strategi promosi yang dilakukan oleh Hotel Cordova Cirebon tidak jauh berbeda dengan hotel konvensional lainnya, yakni dengan strategi promosi melalui media social, seperti facebook, membuat paket spesial dengan memberikan diskon hingga 20% maupun *personal selling* dengan penyajian secara lisan kepada pelanggan yang bertujuan agar para tamu hotel dapat dengan mudah melakukan reservasi kamar.

 Dalam hasil wawancara dengan pak Arri Firmansyah selaku *Human Resources Development Manager* hotel cordova Cirebon, beliau mengungkapkan:

“*Kami mengiklankan produk melalui media cetak dan elektronik tentang produk penginapan yang kami miliki. Seperti melalui situs hotel cordova Cirebon diinternet yang dapat diakses kapan saja , kami juga menjalin kerja sama dengan situs* [*www.airyrooms.com*](http://www.airyrooms.com) *yaitu situs penyedia jasa travel yang bisa boking hotel dengan cepat,aman, murah. Selain itu kami mempublikasikan dengan menggunakan brosur, facebook, penawaran paket kamar dengan discon khusus dan lain-lain.”*

*“Hotel Cordova Cirebon sejak berupaya menjaga hubungan kekeluargaan antara karyawan dengan pelanggan dengan tujuan agar menciptakan citra baik dimata pelanggan sehingga dapat membawa keuntungan bagi hotel karena pelanggan bisa menyarankan untuk menginap kembali saat mereka berkunjung ke Cirebon, sehingga itu bagian dari strategi promosi yang kami harapkan bisa tetep terjaga”.*

 Adapun penjelasan dari karyawati dari bagian *Front Office* Hotel Cordova Cirebon adalah sebagai berikut:

*“promosi yang receptionis lakukan yaitu melalui kejelasan tentang produk hotel kepada pelanggan yang datang dengan bahasa komunikasi yang baik, lembut, dan sopan agar pelanggan dapat melakukan transaksi penyewaan kamar dengan nyaman”(Wawancara, mbak veliana)*

Hasil wawancara menunjukan hasil yang sama dengan hasil observasi terkait kegiatan strategi promosi yang dilakukan Hotel Cordova Cirebon yang meliputi promosi melalui media cetak dan media sosial, penawaran discon yang terpasang di depan hotel yang tujuannya untuk memperkenalkan produk agar masyarakat yang lewat dapat melihat dan pengen datang ke Hotel Cordova Cirebon. Adapun media elektonik yang digunakan seperti menggunakan situs resmi hotel Cordova dan agen travel ternama seperti [*www.airyrooms.com*](http://www.airyrooms.com)*.*

 Promosi lainnya adalah dengan menggunakan mulut ke mulut dengan melakukan *personal approach* yaitu pendekatan secara pribadi yang dilakukan kepada pelanggan hotel, hal ini dilakukan agar menjalin hubangan baik dengan pelanggan. Dalam kaitannya dengan mulut ke mulut, supaya dapat menjalin silaturahmi dengan menyebarkan informasi dan komunikasi untuk dapat mempromosikan produknya agar dapat dikenal dikalangan umum. Hal ini membuktikan bahwa silaturahmi adalah salah satu strategi yang tepat dalam islam. Sebagaimana hadist berikut:

*Rasullullah SAW bersabda: “barang siapayang ingin melapangkan rezekinya atau dipanjangkan umurnya, maka bersilaturahmilah”. (HR. Bukhari 5527, Muslim 4638, Abu Daud 1443, Ahmad 12128)*

 Sikap jujur mengutamakan etika dalam promosi yang dilakukan oleh Hotel Cordova Cirebon juga sesuai dengan konsep *syariah marketing* yang dikemukakan oleh hermawan kertajaya dan syakir sula (2006:32) bahwa syariah marketing adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya, dan tidak peduli apapun agamanya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal yang diajarkan oleh semua agama.

 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar strategi promosi yang dilakukan Hotel Cordova Cirebon tidaklah jauh berbeda dengan strategi promosi yang dilakukan oleh hotel-hotel konvensional yang menggunakan bauran promosi sebagai alat komunikasinya, namun jiga dilihat dari sudut pandang nilai-nilai syariat islam yang digunakan, terdapat perbedaan dimana dalam berpromosi Hotel Cordova Cirebon mengutamakan etika dan kejujuran, amanah dalam mengkomunikasikan dan memberikan penawaran produknya. Jika dilihat dari sudut pandang syariat islam maka strategi promosi dengan menjungjung etika tersebut sangatlah sesuai dengan yang diajarkan oleh syariat islam.

1. **IMPLEMENTASI TATA KELOLA & STRATEGI PROMOSI TERHADAP CITRA SYARIAH HOTEL CORDOVA CIREBON**
2. Analisis tata kelola hotel cordova Cirebon dalam meningkatkan citra syariah.

 Dalam hal ini, penulis akan menganalisis tata kelola hotel cordova Cirebon dengan menggunakan konsep syariah yang diterapkan oleh pihak hotel cordova Cirebon yaitu dengan memberikan kenyamanan, keamanan serta layanan yang baik bagi para pengunjung hotel cordova cirebon.

 Islam telah mengajarkan bila ingin mengerjakan hasil usaha atau bisnis yang baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas. Industri perhotelan adalah sebuah bisnis jasa yang harus mengedepankan tata kelola yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengunjung hotel cordova cirebon. Sesuai dengan firman allah swt dalam surat al-baqorah ayat 267 yang berbunyi (kemenag RI,2011:42)

 Artinya: *“hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah swt) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melaikan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.” (QS. Al-Baqorah: 267)*

 Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memberikan tata kelola hotel dengan memberikan kenyamanan, keamanan serta layanan yang berkualitas memberikan pelayanan yang sebaik mungkin yang sesuai dengan harapan para pengunjung hotel.

 Mengucapkan salam ketika ada pengunjung hotel, melarang pengunjung hotel yang bukan muhrim *(mahrom)* menginap dalam satu kamar terkecuali pasangan suami istri, menyediakan Al-Quran & perlengkapan sholat disetiap kamar, menyajikan makanan dan minuman yang halal dan tidak tersedianya sarana hiburan dalam bentuk apapun yang mengandung kemaksiatan, hanya lantunan islami saja seperti sholawatan, bacaan ayat-ayat suci Al-Quran dan dakwah islam. Hal ini yang membedakan antara hotel syariah dengan hotel konvensional.

 Dengan demikian hotel cordova cirebon dalam memberikan tata kelola kepada pengunjung hotel sudah sesuia menerapkan konsep tata kelola dalam prinsip-prinsip syariah.

1. Analisis Strategi Promosi hotel cordova Cirebon dalam meningkatkan citra syariah.

 Hotel cordova cirebon dalam melakukan strategi promosi yaitu mengedepankan nilai-nilai moral dan etika kejujuran, amanah dalam melakukan promosinya kepada masyarakat.

 Dalam konsep Al-Qur’an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur’an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat.[[16]](#footnote-16)

 Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan yang Maha Kuasa, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

 Jika meneladani rasulullah saw, saat melakukan kegiatan promosi, maka beliau mengedepankan adab dan etika yang luar biasa. Etika dan adab inilah yang dapat disebut sebagai strategi. Menurut Madjid Fakhri etika yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan anjuran syariah islam adalah:

1. Jangan pernah mengobral sumpah, dalam beriklan atau berpromosi janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati. Bersumpah secara berlebih dilarang dalam etika promosi dalam islam, Mengobral sumpah tanpa sesuai dengan sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai syariah islam. Allah swt dan Rosulullah saw memberi aturan dalam hal ini.

 Dari Abu Qotadah Al-Anshori, Nabi shalallahu’alaihi wasallam bersabda: *“hati-hatilah dengan banyak sumpah dalam mempromosikan yang kita tawarkan karena ia memang melariskan, namun malah menghapus keberkahan”* (HR. TIrmizi).

 Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi islam, mengobrol sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai syariah islam dan menghapus keberkahan.

1. Jujur, islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzaliman serta dapat menimbulkan perselisihan. Hadist yang agung ini menunjukan besarnya keutamaan seseorang yang memiliki sifat-sifat ini, karena ia akan dimuliakan dengan keutamaan besar dan kedudukan yang tinggi disisi allah swt. Al-Qur’an dengan tegas melarang ketidak jujuran sebagimana firmannya dalam surat Al-Anfaal ayat 27 yang berbunyi:

Artinya: *“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”.*

 Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan etika dan kejujuran Allah swt akan memuliakan dengan keutamaan yang besar dan kedudukannya tinggi dihadapan Allah swt.

1. Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya membeli. Berbagai iklan dimedia social atau media cetak. Islam sebagai agama yang menyeluruh, mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian proses *marketing* harus berdasarkan etika syariah islam. Allah swt berfirman pada QS, Ali Imran ayat 77 yang berbunyi:

Artinya: *Sesungguhnya orang orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. bagi mereka azab yang pedih.*

 Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang atau komite suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan dan public yang memakai barang atau jasanya yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan (Wawancara, pak arri firmansyah).

 Untuk meningkatkan citra syariah Hotel Cordova Cirebon sesuai dengan konsep syariah, dimana Hotel cordova Cirebon dilakukan dengan baik dan menghindarkan hal-hal yang dilarang oleh syara terutama 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 dihotel sehingga memberikan kesan nyaman bagi tamu yang datang.

 Dengan demikin Hotel Cordova Cirebon dalam memberikan strategi promosi kepada pengunjung hotel & masyarakat menerapkan konsep strategi promosi dalam prinsip syariah, mengedepankan adab, etika dan kejujuran yang meneladani sifat rasulullah saw.

**PENUTUP**

Kesimpulan

1. Tata kelola hotel cordova Cirebon dilakukan dengan menggunakan konsep syariah. Dengan memilih konsep syariah, justru memiliki sigmentasi pasar ter sendiri yang sesuai dengan kawasan dicirebon sebagai kota wali. Ada 3 hal yang harus dilihat dalam manajemen tata kelola yaitu: 1. Perilaku harus berkaitan dengan nilai-nilai keimanan & ketahuidan 2. Struktur organisasinya harus sesuai dengan job disk masing-masing 3. System syariah yang disusun harus menjadikan perilaku-perilakunya berjalan dengan baik. Hotel cordova Cirebon memiliki manajemen sendiri untuk mencapai keefektifan & keefisiensian dalam mencapai tujuan usahanya, yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan.
2. Hotel cordova Cirebon dalam melakukan strategi promosi mengunakan cara: Brosur, melalui media social, menjalin kerja sama dengan situs [www.airyrooms.com](http://www.airyrooms.com) penyedia jasa travel yang bisa dibooking kapan saja. Maupun personal selling dengan penyajian secara lisan kepada pelanggan yang bertujuan untuk melakukan reservasi kamar.
3. Tata kelola yang dilakukan oleh hotel cordova Cirebon sudah menggunakan prinsip-prinsip syariah, terbukti dengan menerapkan konsep syariah seperti aturan yang diterapkan dalam pelayanan tamu yang melanggar lawan jenis yang bukan muhrim, pelanggaran tidak membawa barang yang dilarang menurut aturan agama islam dan negara. Adapun strategi promosi hotel cordova Cirebon yang dilakukan melakukan etika & kejujuran dalam mengkomunikasikan penawaran produk kepada pengunjung hotel. Untuk meningkatkan citra hotel syariah hotel cordova selalu melantunan ayat-ayat suci Al-Qur’an, sholawatan dan tidak menyediakan fasilitas hiburan yang menimbulkan kemaksiatan seperti discotik, club, bar dan perjudian.

Saran

#  Adapun saran dari peneliti berdasarkan temuan yang ada, yaitu:

1. Bagi pemilik hotel, sebaiknya sebagai hotel yang menggunakan konsep syariah perlu dikukuhkan atau dikuatkan dengan adanya sertifikasi halal dari dewan syariah nasional majelis ulama Indonesia (MUI).
2. Hotel cordova Cirebon sudah menerapkan tata kelola dalam konsep syariah, namun perlu ditingkatkan kembali agar mampu bersaing dengan hotel lainya dicirebon, serta mampu berkembang dan menjawab tuntutan zaman tanpa mengesampingkan citra syariah.
3. Dalam hal tata kelola & strategi promosi hotel cordova Cirebon sudah menggunakan citra syariah. Dengan demikian diharapkan pengunjung hotel tetap menggunakan jasa hotel cordova Cirebon, pihak hotel harus mampu mempertahankan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap pengunjung hotel.

**DAFTAR PUSTAKA**

Amin Widjaja Tunggal. Membangun *Good Corporate Governance (GCG*). Jakarta: Havarindo. 2013

Al Arif, M. Nur Rianto. *Lembaga Keuangan syariah*. Bandung: Pustaka Setia. 2012

Departemen Agama RI. *Al Qur’an dan terjemahnya*. Bandung: CV fokus Media. 2010

David Hunger dan Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategi*, Yogyakarta. 2003

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2009. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*.

Gusfahmi. *Pajak Menurut Syariah*. Penerbit PT Raja Grafindo Persada : Jakarta. 2007

Hafidhudin, Didin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press. 2003

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2011

Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2014

Mustag, Ahmad. 2001. *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif,* Jakarta: Asy Syaamil Press & Grafika. 2001

Ramdan, Anton. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: bee media Indonesia. 2013

Sofyan, Riyanto. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika. 2013

Soewadji, Jusuf. Pengantar Metodologi Penelitian. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2012

Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta. 2016

Trimanah, “Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, No. 1, Vol. 3, (Februari-Juli 2012).

Wawancara dengan Arri Firmansyah, *HRD Hotel Cordova Cirebon*, Pada tanggal 14 Desember 2018 pada pukul 11:00 WIB

1. Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana. 2011). Hlm 3-4 [↑](#footnote-ref-1)
2. Al Arif, M. Nur Rianto. *Lembaga Keuangan syariah*. (Bandung: Pustaka Setia. 2012). Hlm 79 [↑](#footnote-ref-2)
3. Departemen Agama RI. *Al Qur’an dan terjemahnya*. (Bandung: CV fokus Media. 2010). Hlm 322 [↑](#footnote-ref-3)
4. Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group. 2014) Hlm 12 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ramdan, Anton. *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: bee media Indonesia. 2013) Hlm 1 [↑](#footnote-ref-5)
6. Sofyan, Riyanto. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. (Jakarta: Republika. 2013) Hlm 26 [↑](#footnote-ref-6)
7. Amin Widjaja Tunggal. Membangun *Good Corporate Governance (GCG*). (Jakarta: Havarindo. 2013) Hlm 69 [↑](#footnote-ref-7)
8. Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2009. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Hlm 18

 [↑](#footnote-ref-8)
9. David Hunger dan Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta. 2003) [↑](#footnote-ref-9)
10. Trimanah, “Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, No. 1, Vol. 3, (Februari-Juli 2012). [↑](#footnote-ref-10)
11. Gusfahmi. *Pajak Menurut Syariah*. (Penerbit PT Raja Grafindo Persada : Jakarta. 2007) [↑](#footnote-ref-11)
12. Soewadji, Jusuf. Pengantar Metodologi Penelitian. (Jakarta : Mitra Wacana Media. 2012) 147 [↑](#footnote-ref-12)
13. *Ibid.,* 148 [↑](#footnote-ref-13)
14. Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif. (Bandung : Alfabeta. 2016) Hlm 431 [↑](#footnote-ref-14)
15. Hafidhudin, Didin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press. 2003) Hlm 19-20 [↑](#footnote-ref-15)
16. Mustag, Ahmad. 2001. *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif,* (Jakarta: Asy Syaamil Press & Grafika. 2001) Hlm 35 [↑](#footnote-ref-16)