

## BAB III

### ANALISA DESKRIPTIF

#### 3.1 Data Umum

##### 3.1.1 Sejarah Perusahaan

Hotel berkonsep syariah mulai berkembang seiring dengan besarnya pasar konsumen muslim dan seiring berkembangnya perkembangan wisata halal di Indonesia. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku bisnis wisata halal dari berbagai sektor, seperti kuliner, destinasi wisata, sampai properti berupa hotel atau jenis tempat penginapan lain. Perkembangan ini memicu munculnya konsep baru dalam manajerial hotel, yaitu hotel berkonsep syariah.

Daerah Yogyakarta, bisnis hotel syariah juga mulai berkembang meskipun belum sebesar pertumbuhan hotel konvensional. Saat ini baru terdapat 20 hotel syariah di Yogyakarta. *SofyanInn* Hotel Unisi merupakan hotel yang didirikan oleh Yayasan Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia untuk menyediakan pelayanan *hospitality* yang berkonsep syariah. Hotel ini menggunakan bendera usaha PT. UNISIA KREASI SEJAHTERA yang didirikan pada tanggal 08 Oktober 2012 sesuai dengan Akte Notaris No. 3 dan telah mendapatkan pengesahan dari Kemenkum dan Ham pada tahun yang sama.

*SofyanInn* Hotel Unisi Yogyakarta menerima tamu untuk pertama kalinya pada tanggal 16 September 2016 dan menjadi *pioneer* hotel dengan prinsip Syariah *Hospitality* di kawasan Malioboro. Dalam pengelolaan hotel ini PT. UNISIA KREASI SEJAHTERA menggandeng operator hotel syariah yang telah

mengantongi pengesahan dan pengakuan sebagai Lembaga Bisnis Syariah yaitu Sofyan *Hospitality Internationa* (PT. SOFYAN HOTELS Tbk). Dengan melakukan kerjasama branding dan system operasional maka hotel yang dikelola PT. UNISIA KREASI SEJAHTERA memiliki merk dagang Sofyan *Inn* HOTEL UNISI YOGYAKARTA.

### 3.1.2 Visi dan Misi

Berikut Visi dari *SofyanInn* Hotel Unisi yaitu Terwujudnya hotel syariah yang unggul di Yogyakarta

Terdapat beberapa Misi dari *SofyanInn* Hotel Unisi:

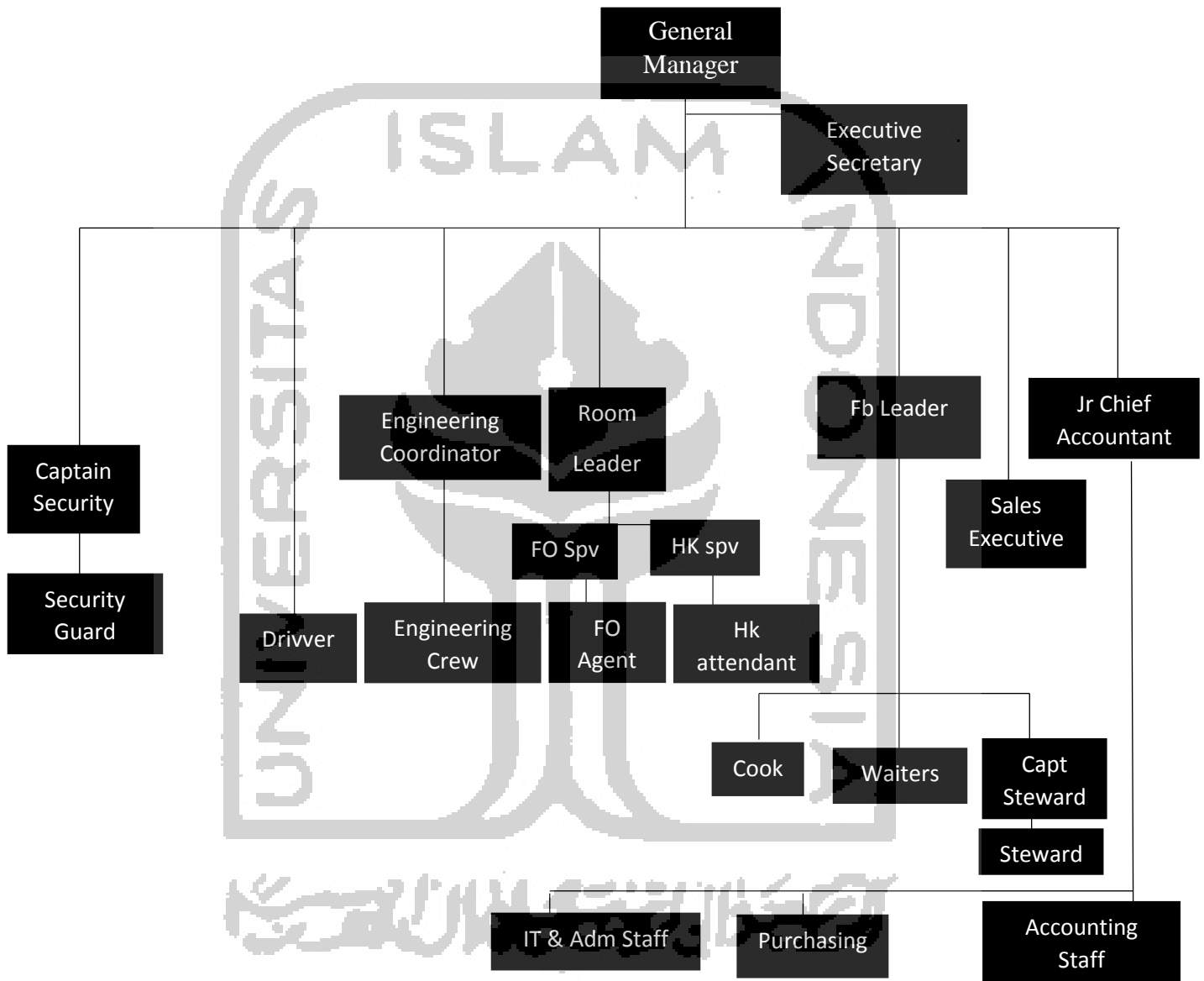
- a. Mengembangkan usaha hotel syariah yang selaras dengan Visi Misi Yayasan Badan Wakaf UIL.
- b. Mengembangkan (syiar) manajemen hotel syariah dengan menyediakan berbagai manfaat bagi tamu, masyarakat, dan lingkungan.
- c. Mencapai keuntungan yang barokah dan tingkat pertumbuhan usaha yang berkelanjutan serta berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

### 3.1.3 Filosofi Perusahaan

Setiap langkah yang diambil harus dibuat dengan penuh tanggung jawab untuk melestarikan komitmen SYARIAH *HOSPITALITY* yang berpadu pada lingkungan dan perubahan global. Operasionalisasi perusahaan berpegang teguh kepada komitmen untuk menjalankan prinsip syariah islam.

### 3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini adalah struktur organisasi *SofyanInn* Hotel Unisi dapat dilihat pada Gambar 3.1



Sumber : File *SofyanInn* Hotel Unisi

**Gambar 3.1 Struktur Organisasi Hotel**

Dalam Struktur Organisasi *SofyanInn* Hotel Unisi masing-masing *departement* mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. *General manager*: mengelola operasional manajemen hotel.
- b. *Executive secretary*: mengatur jadwal acara atau kegiatan yang akan diikuti.
- c. *Captain security*: mengawasi keamanan hotel.
- d. *Security guard*: membantu *Captain Security* untuk mengawasi dan menata parkir kendaraan tamu yang datang.
- e. *Driver*: mengantarkan *Staff* yang akan pergi untuk kepentingan hotel.
- f. *Engineering coordinator*: mengawasi dan melakukan perbaikan jika ada kerusakan.
- g. *Engineering crew*: membantu melakukan perbaikan jika ada kerusakan.
- h. *Room leader*: memimpin dan mengawasi kinerja *departement front office* dan *house keeping*.
- i. *Fo spv*: menerima, melayani, dan menangani keluhan tamu.
- j. *Fo agent*: membantu menerima, melayani, dan menangani keluhan tamu.
- k. *Hk spv*: menangani kerapian dan kebersihan kamar.
- l. *Hk attendant*: membantu menangani kerapian dan kebersihan kamar.
- m. *Fb leader*: memimpin dan mengawasi kinerja *departemen cook, waiters, captain steward, dan steward*.
- n. *Cook*: mengolah bahan makanan yang akan dihidangkan.

- o. *Waiters*: memberikan pelayanan dengan menghadirkan makanan yang sudah siap saji ke konsumen.
- p. *Captain steward*: mengarahkan dan mengawasi kinerja departement *Steward*.
- q. *Steward*: memberikan pelayanan dengan menghadirkan makanan yang sudah siap saji, selain itu juga mencatat makanan pesanan konsumen.
- r. *Sales executive*: mempromosikan dan memasarkan produk hotel.
- s. *Jr chief accountant*: mengelola dan mengendalikan keuangan hotel.
- t. *Accounting staff*: membantu mengelola dan mengendalikan keuangan hotel.
- u. *Purchasing*: memilih *supplier*, mengelola dan memastikan semua pembelian bahan baku yang dibutuhkan oleh hotel, memeriksa kebutuhan bahan baku yang sudah habis.
- v. *It dan adm staff*: mengelola serta mengawasi semua sistem dan keadaan komputer yang tersedia. Sedangkan *adm Staff* menangani karyawan.

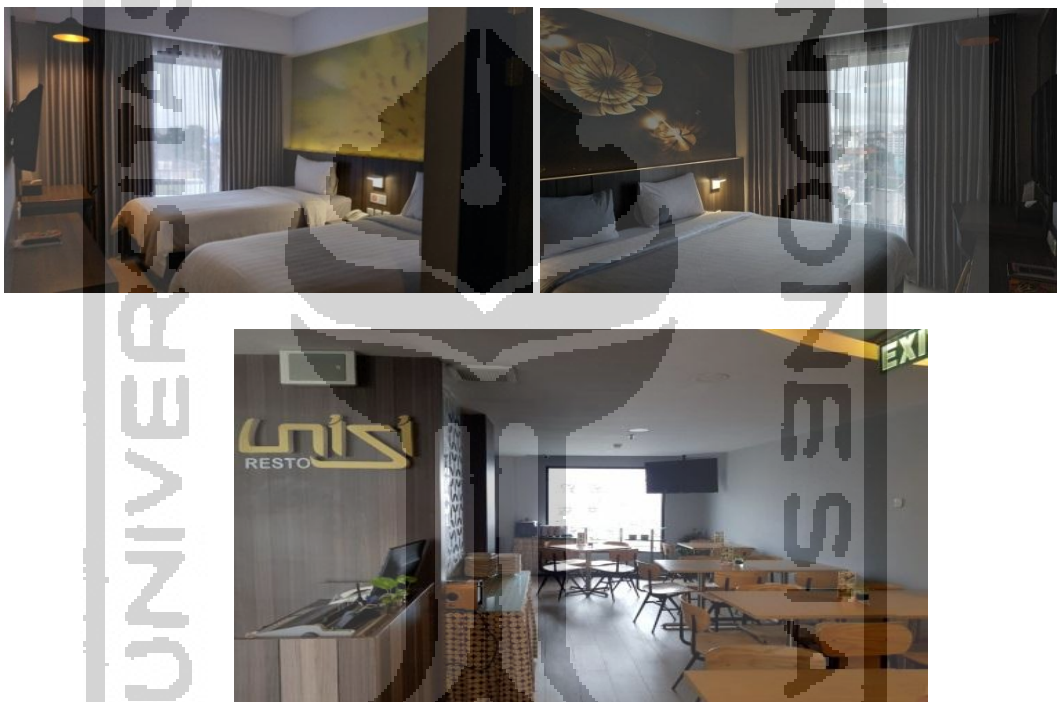
## 3.2 Data Khusus

### 3.2.1 Penerapan Strategi *Marketing Mix* pada *SofyanInn Hotel Unisi*

*SofyanInn Hotel Unisi* merupakan perusahaan yang menawarkan jenis produk berupa jasa maka dari itu strategi yang diterapkan oleh hotel tersebut menggunakan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P sebagai berikut:

### a. *Product*

*SofyanInn* Hotel Unisi terdiri dari 71 kamar dengan desain moderen, minimalis, dan elegan selain itu juga dilengkapi dengan restoran yang bernama Unisi Resto. Gambar produk dapat dilihat pada Gambar 3.2 sedangkan Gambar Menu *Restaurant* dapat di lihat di bagian Lampiran.



**Gambar 3.2** Produk *SofyanInn* Hotel Unisi

Kamar merupakan bentuk produk jasa yang ditawarkan *SofyanInn* Hotel Unisi kepada konsumen, dan diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan ketenangan saat menggunakan produk dari *SofyanInn* Hotel Unisi. Jenis kamar yang ditawarkan oleh *SofyanInn* Hotel Unisi terdiri dari dua tipe sudah termasuk *Breakfast* untuk dua orang, berikut dua tipe kamar *SofyanInn* Hotel Unisi:

a. *Deluxe Room*

Fasilitas yang didapat pada tipe kamar ini terdiri dari wifi, sarapan pagi untuk dua orang, 32 LED TV dengan kabel, telepon, standing shower air panas dan air dingin, *tea & coffe maker*, *safety deposit box*, *refrigerator*, dan perlengkapan alat solat.

b. *Superior Room*

Fasilitas yang didapat pada tipe kamar ini dari wifi, sarapan pagi untuk dua orang, 32 LED TV dengan kabel, telepon, standing shower air panas dan air dingin, *tea & coffe maker*, dan perlengkapan alat solat.

b. *Price*

Penetapan harga yang dilakukan *SofyanInn* Hotel Unisi berdasarkan pada pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen, selain itu penetapan harga yang dilakukan *SofyanInn* Hotel Unisi juga mengacu pada standar bintang hotel, serta lokasi yang strategis berada tepat di depan Stasiun Tugu dan berjarak beberapa meter dari Malioboro.

Berikut ini adalah harga yang telah ditetapkan oleh *SofyanInn* Hotel Unisi, dapat dilihat pada Tabel 3.1

**Tabel 3.1 Harga Room**

<i>TRAVEL AGENT</i>		<i>CORPORATE</i>	
<i>SUPERIOR ROOM</i>	<i>DELUXE ROOM</i>	<i>SUPERIOR ROOM</i>	<i>DELUXE ROOM</i>
Rp. 350.000 ( <i>weekday</i> )	Rp. 400.000 ( <i>weekday</i> )	Rp. 450.000 ( <i>weekday</i> )	Rp. 500.00 ( <i>weekday</i> )
Rp. 400.000 ( <i>weekend</i> )	Rp. 450.000 ( <i>weekend</i> )	Rp. 500.000 ( <i>weekend</i> )	Rp. 550.000 ( <i>weekend</i> )

Sumber: File *SofyanInn* Hotel Unisi

Jika konsumen meminta *extra bed* maka akan dikenakan biaya tambahan sebesar Rp. 175.000 per *extra bed*. Mengapa *Travel Agent* mendapatkan harga yang paling rendah karena *travel agent* menjual kembali jasa yang di dapat dari penetapan harga yang dilakukan oleh *SofyanInn* Hotel Unisi dengan tujuan sama-sama mendapatkan keuntungan dari pertukaran yang dilakukan pihak hotel dengan *travel agent*.

### c. *Promotion*

Terdapat dua strategi promosi yang dilakukan oleh *SofyanInn* Hotel unisi sebagai berikut:

1. *Media Online* merupakan strategi yang memanfaatkan media sosial dan internet untuk memasarkan produk atau jasa perusahaan agar dapat diminati oleh konsumen. *SofyanInn* Hotel Unisi mengikuti pameran hotel, selain itu bekerja sama dengan *online reservation* seperti pegipegi, traveloka, dan booking.com. Peranan promosi ini dilakukan oleh *Sales executive* untuk membangun *public relation* dengan konsumen. Gambar Tampilan dapat dilihat di Lampiran.
2. *Media Offline* merupakan strategi yang memanfaatkan media massa untuk memasarkan produk atau jasa perusahaan agar dapat diminati oleh konsumen. *SofyanInn* Hotel Unisi juga melakukan promosi melalui media massa seperti memasang iklan di koran, atau membuat banner yang



bertujuan untuk mempromosikan dan memberitahukan kepada konsumen tentang *SofyanInn* Hotel Unisi.

Selain itu *SofyanInn* Hotel Unisi juga melakukan promosi dengan menggunakan *voucher* hotel, terdapat dua *voucher* yaitu *voucher full barter*, dan *voucher semi barter*. Gambar *voucher* dapat dilihat pada Gambar 3.3



**Gambar 3.3 Voucher Hotel**

Selain strategi promosi *SofyanInn* Hotel Unisi juga menggunakan alat pendukung promosi sebagai berikut:

1. *Personal contact* merupakan strategi yang digunakan seorang *sales* untuk mendapatkan informasi tentang konsumen seperti alamat email dan nomor telephone yang bertujuan untuk memudahkan kedua belah pihak dalam melakukan transaksi. Salah satu strategi yang diterapkan oleh *SofyanInn* Hotel unisi dalam mempromosikan produk yang dimiliki, dengan adanya *personal contact* dapat memudahkan konsumen dalam melakukan perjanjian, persetujuan, serta melakukan transaksi untuk menggunakan

produk atau fasilitas yang ada di tawarkan oleh *SofyanInn* Hotel Unisi. Hal ini dapat dilakukan jika jarak hotel dengan konsumen jauh.

2. *Sales promotion* merupakan strategi yang dilakukan seorang *sales* dalam menawarkan produk hotel dengan berkunjung ke berbagai *instansi*, *corporate*, dan *travel agent* dalam kegiatan tersebut biasanya seorang *sales* menjelaskan semua yang berkaitan dengan produk yang sedang mereka tawarkan. *SofyanInn* Hotel Unisi juga melakukan kegiatan *sales promotion* atau *sales call*, kegiatan *sales call* merupakan cara untuk mempromosikan produk serta fasilitas yang ditawarkan dengan harga spesial selain itu *sales* memberikan brosur berisikan informasi terkait fasilitas, cara pembayaran, lokasi, serta harga yang ditetapkan oleh pihak hotel kepada instansi atau *travel agent* yang didatangi pada saat melakukan kegiatan *sales call*.
3. *Direct mail* merupakan strategi yang memanfaatkan penggunaan *email*, *gmail*, *ymail*, dan *yahoo*. Biasanya setelah *sales* mendapatkan kartu nama setelah melakukan *sales call*. *SofyanInn* Hotel Unisi juga melakukan *direct mail* yang berisikan surat penawaran harga, dan kontrak rate kepada konsumen bisa juga menggunakan kartu nama yang didapat pada saat melakukan kegiatan *sales call*. Di dalam kartu nama tersebut biasanya berisikan nama perusahaan *contact person*, alamat, serta email perusahaan. pengiriman email ini berjangka satu bulan sekali agar tidak mengganggu, didalam email tersebut *SofyanInn* Hotel Unisi memberikan promo harga spesial guna menarik konsumen untuk menggunakan produk serta fasilitas

yang ditawarkan. Gambar kartu nama dapat dilihat pada Gambar 3.4 sedangkan Gambar Kontrak Rate dapat dilihat pada di bagian Lampiran.



**Gambar 3.4 Kartu Nama**

#### **d. Place**

*SofyanInn* Hotel Unisi terletak di lokasi yang strategis berada di depan Stasiun Tugu dan berjarak beberapa meter dari Malioboro, yang memudahkan para wisatawan lokal maupun mancanegara jika ingin berkunjung dan menikmati suasana malam di Malioboro.

*SofyanInn* Hotel Unisi mempunyai akses yang mudah dijangkau sarana transportasi umum seperti, grab, gojek, dan kereta api. *SofyanInn* Hotel Unisi dapat terlihat jelas dari tepi jalan karena memiliki lokasi yang strategis tepatnya berada di Jl. Ps. Kembang No. 42, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271.

Dengan lokasi yang strategis dan banyak orang yang berlalu lalang di jalan tersebut memudahkan dan memberikan peluang bagi *SofyanInn* Hotel Unisi untuk

mendapatkan konsumen yang ingin menggunakan produk yang ditawarkan. Selain itu *SofyanInn* Hotel Unisi menyediakan tempat parkir yang cukup dan aman, karena dilengkapi dengan kamera pengintai (*CCTV*) dan adanya *security* yang bekerja 24 jam di *SofyanInn* Hotel Unisi.

**e. *People***

Terdapat dua aspek yang mencakup orang (*people*) yang terlibat di *SofyanInn* Hotel Unisi yaitu :

1. *Service people*

Faktor penting yang mendukung dalam *people* adalah sikap dan motivasi dari karyawan yang bekerja di *SofyanInn* Hotel Unisi. Sikap yang ditunjukkan karyawan kepada konsumen sopan serta ramah. *Front Office* berperan penting dalam menerima tamu, maka dari itu saat menerima tamu baik melalui telepon maupun bertatap muka langsung kalimat *Assalamualaikum* harus diucapkan di awal pembuka pembicaraan. Penampilan sudah sesuai dengan ketentuan dari *SofyanInn* Hotel Unisi yaitu menggunakan seragam sesuai dengan jadwal yang telah diberikan, menggunakan jilbab, boleh menggunakan celana *jeans* di hari sabtu saja, menggunakan sepatu hitam (bagi karyawan laki-laki) dan *flatshoes* (bagi karyawan perempuan). Dengan adanya motivasi yang dimiliki karyawan dapat memberikan pengaruh dalam menyampaikan pesan terkait jasa yang ditawarkan oleh *SofyanInn* Hotel Unisi kepada konsumen. Penampilan karyawan dapat dilihat pada Gambar 3.5



Sumber: File *SofyanInn* Hotel Unisi

Gambar 3.5 Penampilan Karyawan

## 2. *Customer*

*SofyanInn* Hotel Unisi sangat mengedepankan kualitas pelayanan yang akan diperoleh konsumen, karena konsumen memiliki peran untuk memberikan *feedback* serta *review* terkait dengan pelayanan yang diberikan dan fasilitas yang dinikmati dengan adanya *feedback* serta *review* yang positif akan memberikan dampak terhadap citra hotel selain itu jika konsumen puas akan pelayanan dan fasilitas yang ada, otomatis konsumen akan mempromosikan *SofyanInn* Hotel Unisi kepada teman, kerabat, maupun orang lain untuk menggunakan jasa dari *SofyanInn* Hotel Unisi.

#### f. *Process*

Terdapat beberapa proses yang dilakukan *Sofyaninn* Hotel Unisi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, berikut ini merupakan proses-proses pelayanan:

##### 1. Proses *check in*

- 1) Salam.
- 2) Menanyakan sudah *reservasi* sebelumnya atau belum.
- 3) Apabila sudah melalui apa.
- 4) Apabila melalui *online travel agent* di cek kembali atas nama nya dan *booking* nya kamar apa.
- 5) Sebelum meminta KTP dijelaskan terlebih dahulu bahwa hotel kami hotel syariah, apabila yang menginap suami istri harus menunjukkan KTP dengan alamat yang sama kalau tidak menunjukkan buku nikah atau foto nikah dan kalau tidak bisa menunjukkan bahwasannya mereka suami istri maka pihak hotel tidak bisa menerima.
- 6) Apabila laku-laki dan perempuan diminta dua KTP dan dilihat alamat sudah sama atau belum.
- 7) Meminta tamu mengisi data dan memberitahukan bahwa hotel kami tidak boleh merokok, apabila merokok akan dikenakan denda sebesar Rp. 500.000.
- 8) Selagi menunggu tamu mengisi data kami *fotocopy id* tamu.

- 9) Meminta tamu untuk jaminan kunci sebesar Rp. 50.000 per kamar dengan memberikan *kwitansi* dan memberitahukan ke tamu *kwitansi* nya untuk pengambilan uang jaminan saat *check out*.
- 10) Membuatkan kunci kamar tamu
- 11) Memberikan kunci serta memberitahukan kamar dan *restaurant* hotel.

## 2. Proses *check out*

- 1) Jam 11.00 - 12.30 *warning call* ke setiap kamar bahwa batas *checkout* jam 12.00 dan sekaligus menanyakan akan *extend* atau *checkout*, apabila *checkout* tidak boleh melebihi jam 12.00 karena akan dikenakan *charge*, dan apabila *extend* konfirmasi segera ke bagian *receptionis*.
- 2) Tamu memberikan kembali kunci kamar.
- 3) Bagian *receptionis* memberitahukan ke tamu untuk mohon ditunggu, kamar kami cek terlebih dahulu lalu *reception call* ke bagian *house keeping* bahwa kamar nomor sekian *checkout* dan apabila sudah selesai tidak ada barang yang tertinggal dan kamar hotel aman maka tamu boleh meninggalkan hotel serta bagian *receptionis* memberikan kembali uang jaminan ke tamu.

### **g. Physical Evidence**

*SofyanInn* Hotel Unisi terletak di lokasi yang strategis di pusat kota Yogyakarta tepatnya di depan pintu sebelah selatan Stasiun Tugu Yogyakarta dan beberapa meter dari Malioboro memberikan nilai tambah untuk wisatawan yang

ingin berkunjung ke Malioboro, tidak hanya itu desain kamar yang moderen, minimalis, dan elegan, menyediakan tempat parkir yang cukup, terdapat mushola yang nyaman untuk beribadah, terdapat dapur untuk mengolah bahan makanan yang akan dihidangkan, menyediakan akses wifi di seluruh area hotel maupun kamar yang mampu menarik konsumen untuk menggunakan jasa dari *SofyanInn* Hotel Unisi.

*SofyanInn* Hotel Unisi menawarkan suasana yang tenang, nyaman, dan pelayanan yang ramah dengan konsep syariah yang diterapkan di hotel tersebut. Setiap kamar yang ada di hotel tersebut memiliki aroma yang harum dengan pengharum ruangan yang ada membuat konsumen menjadi *relax* dan nyaman saat beristirahat. Konumen tidak perlu khawatir tentang makanan yang disediakan oleh pihak hotel karena semua makanan yang disediakan dapat dipastikan merupakan makanan yang halal.

Hotel ini memiliki logo yang mampu menarik konsumen dengan adanya logo yang mengusung konsep syariah dan telah diakui oleh Majelis Ulama Indonesia memberikan nilai tambahan bagi hotel tersebut. Gambar *physical evidence* dapat dilihat pada Gambar 3.6





**Gambar 3.6 Physical Evidence**

### **3.2.2 Kendala dalam Penerapan Strategi *Marketing Mix* pada SofyanInn Hotel Unisi**

Berikut ini beberapa kendala yang ditemui dalam Penerapan Bauran

Pemasaran (*Marketing Mix*):

1. Salah satu kendala pada sisi produk kamar yaitu belum tersedianya *Family Room*.
2. Pada sisi harga dan proses tidak ditemukan kendala yang begitu berarti, karena harga dan proses sudah ditentukan oleh pihak hotel.

3. Salah satu kendala pada saat *sales call* ke perusahaan atau *travel agent* itu rata-rata yang ditanyakan adalah fasilitas yang disediakan oleh hotel misalnya adanya kolam berenang atau adanya *meeting room*.
4. Beberapa waktu lalu pada saat berlangsungnya kegiatan magang terdapat kendala yang dialami *front office* yaitu terjadinya *miss communication* dengan konsumen yang bukan suami istri mereka ingin menggunakan jasa dari *SofyanInn* Hotel Unisi.
5. Lahan parkir yang tidak begitu luas untuk menampung kendaraan tamu yang datang ke hotel tersebut.

