

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk menunjang sumber pendapatan perekonomian suatu daerah. Di Indonesia, sektor pariwisata menjadi penunjang perekonomian negara ke-4 setelah sektor batu bara, migas, dan kelapa sawit. Perkembangan sektor pariwisata menyebabkan sektor lain seperti kerajinan, perhubungan, dan industri kreatif dipastikan turut berkembang. Program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kedatangan wisatawan pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) telah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk setempat. Menurut Salah Wahab (2003) dalam bukunya “Tourism Management” pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya.

Terdapat 3 jenis produk wisata di Indonesia, diantaranya 60% Budaya (*Culture*), 35% Produk Wisata Alam (*Nature*), dan 5% Buatan Manusia (*Man Made*). Produk wisata tersebut tersebar di seluruh penjuru Indonesia, dirangkum melalui langkah strategis yang direalisasikan oleh Kementerian Pariwisata, selaku badan negara yang bertanggung jawab dalam mewujudkan pertumbuhan Pariwisata Indonesia, yakni dengan menetapkan 10 Destinasi Prioritas Tahun 2020-2024 diantaranya adalah Raja

Ampat, Danau Toba, Borobudur, Lombok-Mandalika, Labuan Bajo, Manado-Likupang, Wakatobi, Bromo-Tengger-Semeru, Bangka-Belitung, Morotai. Dari ke-10 Destinasi Prioritas tersebut, Kawasan Wisata Borobudur yang terdapat di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah ini menjadi salah satu destinasi wisata yang dapat diandalkan, dengan harapan Kawasan Wisata Borobudur turut menyongsong kemajuan Pariwisata Indonesia. Tak hanya mengunjungi Candi Borobudur, banyak destinasi lain yang dapat dinikmati selama berwisata di kawasan Borobudur diantaranya menikmati *sunrise* di kawasan Punthuk Setumbu dan Punthuk Mongkrong. Selain itu wisatawan juga dapat menikmati wisata air dengan bermain *rafting* di Sungai Elo, dan terdapat pula kawasan yang menjadi viral karena digunakan untuk syuting film Ada Apa Dengan Cinta 2 yaitu Gereja Ayam Bukit Rema. Kawasan yang sebelumnya terbengkelai ini kini mulai direnovasi guna menarik lebih banyak pengunjung.

Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia (13,1% dari total jumlah penduduk muslim dunia) memiliki modal dasar dalam menjadi destinasi utama para wisatawan muslim. Kondisi ini menggambarkan Indonesia sebagai negara yang memiliki kultur budaya Islam yang kental dan negara yang kondusif dalam menyambut wisatawan muslim. Menanggapi potensi yang dimiliki Indonesia, berkembanglah sektor pariwisata yang berlandaskan nilai-nilai Islam atau yang biasa dikenal dengan istilah *Halal Tourism*. *Halal Tourism* atau Pariwisata Halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Ada yang mengartikan sebagai penyajian makanan dari bahan-bahan yang halal atau aturan perwisataan yang mengikuti tata cara dalam syari'at Islam (Salehudin dan Luthfi, 2010

dalam Awalia, 2017). Halal Tourism mencakup pemahaman makna halal di segala aspek kegiatan wisata mulai dari hotel, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman. Kesadaran umat muslim untuk menjalankan syariat agama memerlukan dukungan fasilitas serta pelayanan yang sesuai syariat pula.



Gambar 1. 1 Mr. Hani Sutrisno, pendiri Desa Bahasa

(sumber : <https://jogja.tribunnews.com/2019/11/29/kisah-hani-sutrisno-mantan-pengasong-yang-sukses-mendirikan-desa-bahasa-borobudur>, diakses pada 13 April 2021)

Dengan berkembangnya konsep *Halal Tourism*, kawasan wisata Borobudur mulai menyediakan penginapan dengan konsep Syariah. Salah satu penginapan dengan konsep Syariah ini adalah Desa Bahasa Syariah yang merupakan satu satunya *homestay* Syariah yang ada di kawasan Borobudur. Desa Bahasa sudah berdiri sejak tahun 1998, namun untuk *homestay* sendiri baru dibuka pada tahun 2018. Didirikan oleh bapak Hani Sutrisno di atas lahan seluas 3000 m², Desa Bahasa tak hanya menyediakan *homestay* namun juga menyediakan pusat edukasi sarana belajar bahasa sembari menikmati suasana pedesaan di sekitar Borobudur, ada pula wisata Taman Kelinci,

Rumah Hobbit, panahan, dan juga galeri. Selain menginap, wisatawan bisa mengadakan *meet and greet* maupun *gathering* di sini.



Gambar 1. 2 Information Centre Homestay Desa Bahasa

(sumber : <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/desa-bahasa-Syariah-borobudur-3000020007204>, diakses pada 13 April 2021)

Pengunjung Desa Bahasa Syariah tak hanya wisatawan domestik, namun juga wisatawan mancanegara. Pengunjung yang datang ke Desa Bahasa lebih sering adalah para pelajar, karena tak hanya berwisata, mereka juga melakukan kursus bahasa Inggris. Rentang waktu yang digunakan untuk mengikuti kursus bahasa Inggris disini adalah 6 hari sampai 3 bulan dengan biaya mulai dari 3,5 juta rupiah dengan jaminan garansi sampai bisa berbahasa Inggris. Untuk *homestay*, Desa Bahasa menyediakan 5 kamar VVIP dan juga beberapa kamar *dormitory*. Kenyamanan dan kebersihan di sini

tak kalah dengan hotel berbintang. Suasana Desa Bahasa sangat cocok untuk segala usia, dari anak-anak sampai orang dewasa akan merasa nyaman berada di sini.

Homestay Desa Bahasa bersifat pemberdayaan masyarakat. Biaya kursus yang telah dibayarkan oleh para peserta akan diberikan kepada masyarakat beberapa persen. Karena para peserta kursus tak hanya menginap di Homestay Desa Bahasa, namun sebagian ada yang ditempatkan di rumah-rumah warga di sekitar Desa Bahasa. Biaya untuk 1 kamar di rumah warga biasanya Rp. 300.000 untuk 1 minggu. Ini merupakan salah satu alasan desa bahasa tidak menyediakan kamar terlalu banyak agar masyarakat sekitar juga terbantu perekonomiannya dengan menyewakan rumah mereka untuk dijadikan *homestay*. Selama pandemi Covid-19, aspek perekonomian maupun pariwisata tentu mengalami penurunan. Peserta kursus di Desa Bahasa yang biasanya mencapai 100 orang perbulan kini turun hingga 90%, hanya 5 sampai 10 peserta saja perbulan. Untuk tetap menarik minat *customer*, Homestay Desa Bahasa memberikan harga promo selama masa pandemi, untuk kamar *double bed* yang biasanya mencapai Rp. 800.000/malam kini hanya Rp. 400.000/malam, untuk kamar *single bed* yang semula Rp. 400.000/malam menjadi Rp. 250.000/malam, sedangkan kamar *dormitory* Rp. 100.000 menjadi Rp. 75.000/malam. Semua harga kamar sudah termasuk sarapan. Untuk peserta kursus, biaya yang dibayarkan tadi sudah mencakup semua fasilitas seperti kamar, makan, alat tulis. Sedangkan untuk wisata Taman Kelinci, biaya tiket masuknya sebesar Rp. 15.000/orang.

Pelanggan Homestay Desa Bahasa lebih sering adalah seorang pelajar yang hendak mengikuti kursus bahasa inggris dalam kurun waktu tertentu. Selain itu, pelanggan yang datang menginap ke Homestay Desa Bahasa merupakan rombongan

keluarga karena selain menyediakan homestay, desa bahasa juga menyediakan taman kelinci yang cocok untuk bermain anak-anak. Karena berbasis Syariah, pasangan yang belum menikah tidak diperbolehkan menginap dalam satu ruangan.



Gambar 1. 3 Wisata Taman Kelinci Desa Bahasa

(sumber : https://bisniswisata.co.id/wp-content/uploads/2021/01/20210122_111320.jpg, diakses pada 13 April 2021)

Yang menarik wisatawan untuk datang ke Desa Bahasa salah satunya adalah adanya kegiatan kursus bahasa Inggris, selain itu para karyawan di sini berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris dengan para peserta kursus, untuk wisatawan biasa tetap menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Jawa. Biasanya para wisatawan yang datang ke Desa Bahasa ini karena disarankan oleh teman atau kerabat mereka (*word of mouth*), melakukan promosi dan iklan di platform media sosial. Namun selama masa pandemi Covid-19 ini pengunjung lebih tertarik untuk mengunjungi wisata Taman Kelinci dan sebagainya, tentunya dengan mengikuti protokol kesehatan yang sudah

ditentukan. Untuk itu Desa Bahasa perlu melakukan berbagai cara guna mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu dengan judul *Determinan Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Hotel Syariah di Jakarta (Studi Pada Sofyan Hotel Betawi)* oleh Slamet Heri Winarno (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 24,6%. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan sebesar 51,9%. Variabel kualitas pelayanan diyakini memberikan pengaruh yang positif dan signifikan baik terhadap kepuasan pelanggan, maupun loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan. Konsep Syariah yang diterapkan oleh Sofyan Hotel Betawi telah mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas setiap tamu yang datang. Konsep Syariah ini juga menjadi satu keunggulan tersendiri bagi Sofyan Hotel Betawi sebagai hotel berbasis Syariah terbaik di DKI Jakarta.

Penelitian terdahulu dengan judul *Analisis Strategi Pemasaran Hotel Ibrahim Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Ibrahim Syariah Semarang* oleh Ema Erilina Sari (2018). Hasil penelitian menunjukkan: 1) Strategi pemasaran di Hotel Ibrahim Syariah Semarang dilakukan dengan memberikan fasilitas kamar sesuai kebutuhan *customer* baik Standar Room, Superior Room, Family dengan pangsa pasar menengah dan menengah kebawah, membangun konsep ta'awun dengan merekrut karyawan dari kaum dhuafa dan anak jalanan untuk dibina menjadi karyawan yang jujur dan loyal, melaksanakan sistem kekeluargaan dalam mengelola hotel, mengelola hotel dengan sesuai dengan ajaran Islam yang mengedepankan pengelolaan

hotel yang jauh dari zina, membagi hasil pendapatan hotel untuk zakat 2.5% pada lembaga amil zakat, menerapkan konsep marketing mix dengan menekankan produk yang berkualitas, harga yang kompetitif dan terjangkau, tempat yang strategis, promosi berbasis internet dan berkomunikasi dengan pemilik hotel Syariah lain, meningkatkan sumber daya karyawan melalui pembinaan dan pelatihan, dan melakukan evaluasi berdasarkan kinerja. 2) Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Ibrahim Syariah Semarang dilakukan melalui sistem Syariah yang dikembangkan menjadi salah satu strategi khusus yang mampu menarik minat *customer* untuk menggunakan dan memakai karena ada perbedaan cara pelayanan dan aturan yang diberlakukan yang menjadikan berbeda dengan hotel-hotel konvensional, selain itu customer merasa aman dan nyaman karena telah melakukan proses muamalah yang berlandaskan syari'ah, Hotel Ibrahim Syariah juga sangat mengutamakan pelayanan yang baik bagi pelanggan dan bagi karyawan. pelayanan pelanggan atau konsumen dilakukan dengan memberikan kualitas dari kamar dan sarana yang lainnya dan mempunyai daya saing dengan sistem pelayanan karyawan yang ramah dan tempat yang nyaman. Pelayanan yang baik pada karyawan dilakukan dengan memberikan gaji tepat waktu, pembinaan, kepercayaan dan melakukan sistem kekeluargaan dengan karyawan sehingga mereka akan semangat untuk bekerja dan memiliki tanggung jawab terhadap kemajuan Hotel Ibrahim Syariah yang pada akhirnya mewujudkan pelayanan yang baik pada konsumen dan akan terbentuk loyalitas konsumen.

Penelitian terdahulu dengan judul *Pengaruh Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dan Penerimaan Nilai Pelanggan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Assalaam Syariah Hotel Solo* oleh Retno Novyanti (2018). Hasil dari

penelitian ini membuktikan bahwa CRM dan penerimaan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan melalui variabel kepuasan pelanggan sebagai perantara yang nantinya menjadi pengantar ke loyalitas dari pelanggan.

Hotel Syariah sendiri diprediksi akan terus berkembang di Indonesia, salah satu indikasinya yaitu meningkatnya wisatawan Timur Tengah yang berkunjung ke Indonesia dan menginap di hotel-hotel yang berkonsep Syariah. Faktor lain yang mendorong kunjungan wisatawan Timur Tengah ke hotel Syariah adalah kunjungan Raja Salman beberapa waktu lalu ke Indonesia. Pertemuannya dengan Presiden Joko Widodo diyakini bisa menambah informasi warga Timur Tengah tentang hotel halal di Indonesia. Tak hanya itu, Indonesia sudah beberapa kali mendapatkan penghargaan tentang *halal tourism* di Dubai. Menurut Hariyadi, dalam persaingan dengan hotel konvensional, sebenarnya hotel Syariah memegang dua pasar sekaligus, yaitu pasar Syariah dan pasar wisatawan konvensional. Sebab, bagi pengunjung *non muslim* tidak masalah jika harus menginap di hotel Syariah. Apalagi saat ini, katanya, imej Syariah sebenarnya sudah diganti dengan hotel halal agar tidak terlalu segmented. “Kehalalan yang dimaksudkan dari segi makanan, kelengkapan sholat, dan arah kiblat yang sebetulnya untuk orang *non muslim* enggak masalah juga (ada fasilitas itu),” ujarnya. (sumber : <https://kumparan.com/kumparanbisnis/hotel-Syariah-diprediksi-akan-terus-berkembang-di-indonesia/full>, diakses pada 21 April 2021)

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang tepat adalah “Bagaimana Strategi Desa Bahasa Syariah Borobudur Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Masa Pandemi Covid-19”.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan Desa Bahasa Syariah Borobudur dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di masa pandemi Covid-19 ini.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan berguna secara :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmiah dan referensi bagi akademisi dalam ranah upaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

2. Secara Praktis

Bagi pihak Management Desa Bahasa Syariah Borobudur, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam menjalankan kegiatan yang lebih efektif dan efisien untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terkait dengan beberapa kekurangan dari sisi praktiknya.

Bagi Peneliti, dapat menambah pengetahuan dan bahan pembelajaran tentang strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

E. Kerangka Teori

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan mengenai kerangka teori yang digunakan untuk penelitian. Landasan teori ini digunakan oleh peneliti untuk analisis dalam menjawab rumusan masalah yang diteliti. Adapun yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini meliputi Pengelolaan Hotel Syariah serta Loyalitas Pelanggan. Tujuan dari adanya teori ini adalah untuk memudahkan peneliti melakukan penelitian. Berikut adalah landasan teori yang digunakan oleh peneliti.

1. Halal Tourism

Halal *Tourism* atau Wisata Syariah adalah salah satu sistem pariwisata yang diperuntukan bagi wisatawan muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan syariah, baik itu kenyamanan dalam beribadah, tempat hunian serta sarana umum, makanan yang mengedepankan konsep halal itu sendiri, sehingga memberikan rasa aman nyaman untuk semua pariwisata muslim.

2. Hotel Syariah

a. Definisi Hotel

Hotel adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik, psikologi, maupun keamanan selama tamu mempergunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel (Agusnawar, 2000 : 1).

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), hotel adalah bangunan berkamar yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, bentuk akomodasi yang dikelola secara

komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum.

Menurut Sulistyono, (2006: 11) hotel merupakan bagian integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan Menparpostel disebutkan sebagai usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yaitu kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti : fasilitas olahraga, fasilitas *laundry*, dan sebagainya.

b. Definisi Syariah

Syariah sendiri dapat diartikan ke dalam 2 (dua) bagian utama yaitu Ibadah (dalam arti khusus), yang membahas manusia dengan Allah. Tata cara dan syarat rukunnya terinci dalam Al Qur'an dan Sunnah seperti Shalat, zakat, puasa, dan mu'amalah, yang membahas hubungan horizontal (manusia dan lingkungannya). Dalam hal ini aturannya lebih bersifat garis besar. Misalnya munakahat, dagang, bernegara, dll.

Hotel Syariah adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi seseorang atau sekelompok orang, menyediakan pelayanan penginapan, makanan dan minuman, serta lain sesuai perkembangan kebutuhan dan teknologi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Pada intinya hotel Syariah adalah suatu akomodasi dari salah satu bentuk pariwisata Syariah yang menyediakan fasilitas-fasilitas di dalamnya untuk kepentingan pelanggan dalam segala bentuk dengan menerapkan prinsip-prinsip Syariah dan tidak menyeleweng dari aturan Syariah. Hotel berbasis Syariah dalam praktiknya harus

menyesuaikan kegiatan bisnisnya dengan prinsip hukum Islam yang sudah diatur oleh regulator. Penyesuaian yang dimaksud adalah harus memenuhi klasifikasi dan kualifikasi yang telah disusun oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tentang standar hotel Syariah. Manajemen hotel, sebagai penyedia jasa penginapan berkewajiban untuk melarang terjadinya zina, maka manajemen harus melakukan antisipasi di penginapannya. Salah satunya dengan memberikan persyaratan yaitu meminta tamu laki-laki dan perempuan yang akan menginap bersama harus menunjukkan bukti KTP atau fotocopy surat nikah untuk membuktikan hubungan keduanya (muhrim atau tidak).

Terdapat beberapa ketentuan yang mengatur mengenai hotel Syariah, dalam fatwa Nomor 08/DSNMUI/X/2016 yang terkait dengan perhotelan, diantara ketentuan itu ialah bahwa hotel tidak boleh menyediakan hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan atau tindakan asusila. Ketentuan ini merupakan ketentuan standar yang sebelumnya telah diatur dalam Peraturan Menteri Nomor 2 Tahun 2014 yang sudah tidak berlaku lagi. Berikut yang menjadi ketentuan hotel Syariah.

1. Hotel Syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi serta tindakan asusila.
2. Hotel Syariah dilarang menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada tindak asusila, kemusyrikan, maksiat, dan pornografi.
3. Makanan dan minuman yang disediakan oleh hotel Syariah wajib mendapatkan sertifikat halal MUI.

4. Menyediakan peralatan, fasilitas, dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci.
5. Pengelola dan para pekerja hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan Syariah.
6. Hotel Syariah wajib memiliki pedoman maupun panduan tentang prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai prinsip Syariah.
7. Hotel Syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan.

3. Loyalitas Pelanggan

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Menurut Rangkuti, Freddy (2002:60), “Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Sutisna (2003:41)

mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

Menurut Tjiptono (2004:110), “Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Durianto (2001:4), “Konsumen yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian merek tersebut walaupun dihadapkan pada banyak alternatif merek produk pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul dipandang dari berbagai sudutnya. Bila banyak konsumen dari suatu merek masuk dalam kategori ini, berarti mereka tersebut memiliki ekuitas merek yang kuat. Ekuitas merek adalah seperangkat harta dan hutang merek yang terkait dengan suatu merek, nama, simbol, yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa baik pada perusahaan maupun pada pelanggan.

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa,

komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan tamu hotel dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka tamu hotel tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka tamu hotel akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka tamu hotel akan merasa gembira dan sangat puas.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan yang dirumuskan Richard Oliver (Barnes, 2003: 64) ialah: Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Dari dua definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang hotel berikan apabila harapan pelanggan akan produk/pelayanan yang hotel berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan tamu hotel

dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan para tamu selama menginap di suatu hotel.

5. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu mengukur kepuasan pelanggan guna melihat umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan Kotler (1999: 54) mengemukakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran.

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) perlu memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Banyak restoran dan hotel yang memberikan formulir bagi tamu untuk mengetahui kesukaan dan keluhan mereka. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak cepat untuk menyelesaikan masalah.

b. Survei kepuasan pelanggan.

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survey berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon suatu kelompok acak dari pembeli mereka untuk mengetahui perasaan mereka terhadap

berbagai aspek kinerja perusahaan. Perusahaan juga menanyakan pendapat pembeli mengenai kinerja perusahaan pesaing.

c. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan).

Metoda ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing untuk melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan maupun produk pesaing. *Ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

d. *Lost Customer Analysis* (analisis pelanggan yang beralih).

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

F. Metode Penelitian

Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian ini meliputi jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.

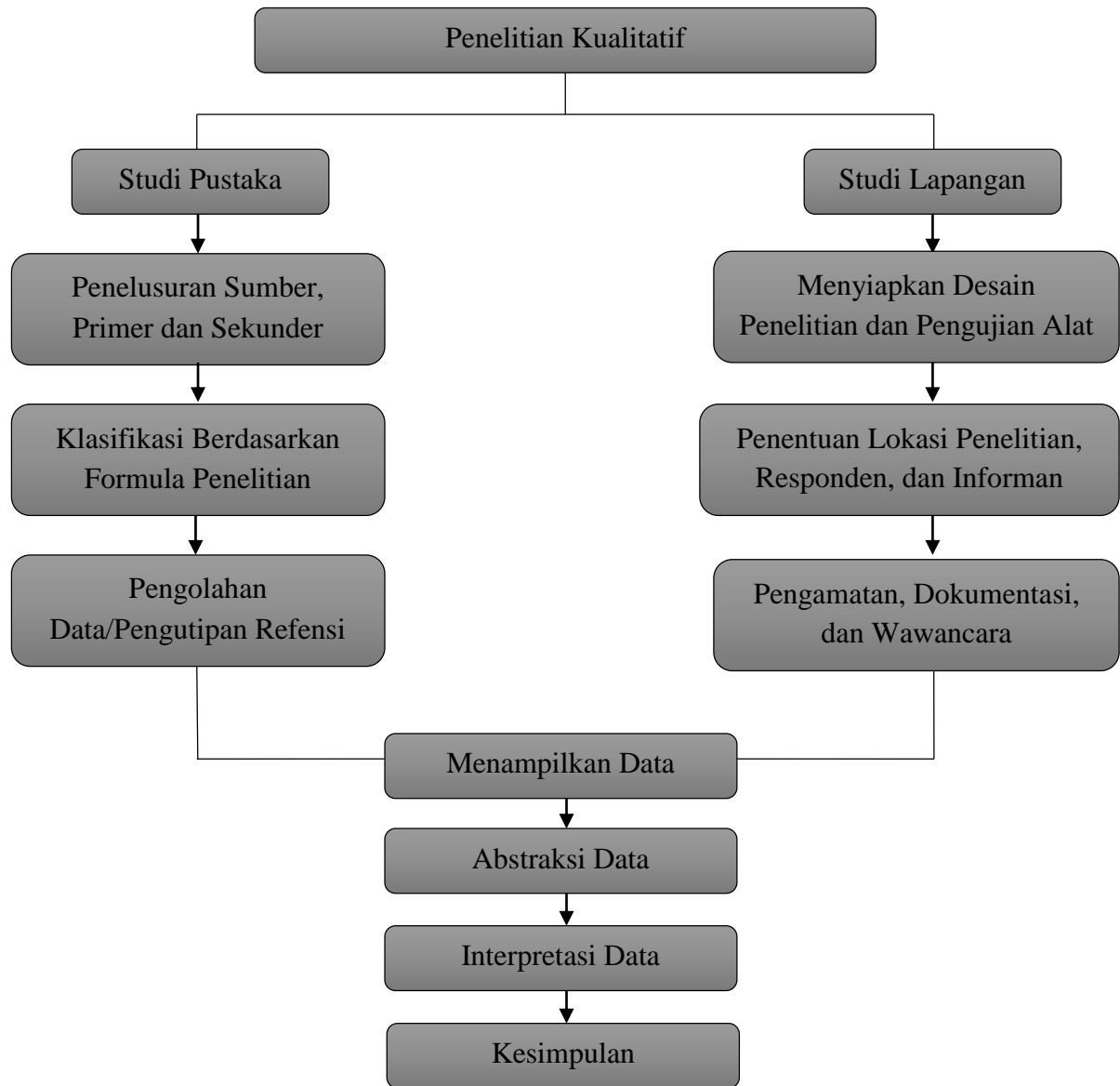
Suatu penelitian menghendaki suatu metode yang disebut metode penelitian (Nazir, 1998). Metode Penelitian adalah skenario pelaksanaan penelitian dijalankan (Darmalaksana, 2020). Secara umum, metode penelitian telah ditegaskan terdahulu, ada dua jenis metode penelitian yaitu metode penelitian kualitatif (Gunawan, 2013) dan metode penelitian kuantitatif (Prasetyo dan Jannah, 2019).

1. Jenis Penelitian

Suatu penelitian menghendaki suatu metode yang disebut metode penelitian (Nazir, 1998). Metode Penelitian adalah skenario pelaksanaan penelitian dijalankan (Darmalaksana, 2020). Secara umum, metode penelitian telah ditegaskan terdahulu, ada dua jenis metode penelitian yaitu metode penelitian kualitatif (Gunawan, 2013) dan metode penelitian kuantitatif (Prasetyo dan Jannah, 2019).

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Creswell (2008) mendefinisikan metode kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti masalah sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum dan agak luas. Informasi yang didapatkan dari peserta penelitian atau partisipan biasanya berupa kata-kata atau teks. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dalam bentuk tema-tema. Data-data yang didapatkan kemudian peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang mendalam. Peneliti juga melakukan permenungan pribadi (*self-reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian ilmuwan lain yang dibuat pada waktu sebelumnya. Hasil penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh pandangan, pemikiran, dan pengetahuan peneliti karena data tersebut diinterpretasikan oleh peneliti.

2. Bagan Penelitian



Gambar 1. 4 Bagan Penelitian Kualitatif

Pada Gambar 1.4 menjelaskan redaksi pada skenario jenis penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. Penelitian ini merupakan jenis kualitatif melalui studi pustaka dan studi lapangan. Tahapan penelitian dilaksanakan dengan menghimpun sumber kepustakaan, baik primer maupun sekunder. Penelitian ini melakukan

klasifikasi data berdasarkan formula penelitian (Darmalaksana, 2020). Penelitian ini juga melaksanakan studi lapangan. Tahapan pertama disusun desain penelitian dan pengujian alat lapangan. Tahap selanjutnya melakukan penentuan lokasi penelitian, responden, dan informan. Dalam pelaksanaan penelitian lapangan dilakukan pengamatan, dokumentasi, dan wawancara. Data hasil studi pustaka dan hasil studi lapangan ditampilkan sebagai temuan penelitian, diabstaksikan untuk mendapatkan informasi yang utuh, dan diinterpretasikan hingga menghasilkan pengetahuan untuk penarikan kesimpulan. Pada tahap interpretasi digunakan analisis atau pendekatan seperti filosofis, teologis, sufistik, tafsir, syarah, *living* hadis, sosiologis, geneologis, dan lain sebagainya.

Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Oleh karena itu, Basri (2014) menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010).

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Desa Bahasa Syariah, tepatnya di dusun Parakan RT. 02/02, Ngargogondo, Kecamatan Borobudur, Borobudur, Magelang, Jawa

Tengah. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret tahun 2021 bertempat di lokasi penelitian.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan subjek pada pihak internal Desa Bahasa Syariah. Wawancara ditujukan kepada Mr. Tri sebagai pihak manajemen yang dianggap sebagai pihak yang lebih banyak mengetahui perihal yang akan ditanyakan pada penelitian ini.

Pada penelitian ini menggunakan objek perihal strategi yang digunakan Desa Bahasa Syariah untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada saat terjadinya Pandemi Covid-19 yang dampaknya cukup besar terutama pada sektor pariwisata. Loyalitas pelanggan yang berkenaan pada penelitian ini adalah sebuah komitmen mendalam dari seorang pelanggan yang terus menggunakan produk atau jasa perusahaan. Maka ini dinilai menjadi sangat penting dalam salah satu unsur keberhasilan sebuah perusahaan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses penyediaan data untuk keperluan penelitian. Dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui *setting* berbagai sumber yaitu sumber primer, sumber data yang diperoleh langsung peneliti dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti (Djam'an dan Aan, 2012:103). Beberapa teknik pengumpulan data pada penelitian ini antara lain:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antar seseorang dengan orang lainnya yang berguna untuk mendapatkan informasi, yang diasumsikan mempunyai informasi langsung dari sumbernya (Kriyanto, 2007). Menurut Djaman dan Aan (2012) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini terbagi ada 2 kategori, yang pertama yaitu ditujukan kepada *General Manager* sebagai narasumber primer atau utama dan sebagai narasumber kedua ditujukan kepada informan yang mampu memberikan informasi tambahan terkait dengan masalah penelitian yang ada dalam perusahaan dan klien Desa Bahasa Syariah.

Wawancara ini dilakukan dengan peneliti membuat garis-garis pokok pembicaraan, tetapi dalam pelaksanaannya peneliti mengajukan pertanyaan secara bebas, pokok-pokok pertanyaan yang dirumuskan dipertanyakan secara tidak berurutan dan pemilihan kata-katanya juga tidak baku tetapi dimodifikasi sesuai situasinya. Jenis wawancara ini termasuk kategori wawancara mendalam, tetapi dalam pelaksanaannya lebih bebas daripada wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini untuk menemukan permasalahan secara terbuka dimana pihak yang diwawancara meminta pendapat dan ide-idenya. Adapun data yang dikumpulkan penelitian ini melalui wawancara tanya jawab yang berasal dari percakapan lalu dicatat dalam buku tulis atau direkam melalui tape recorder.

b. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang diambil dari buku ilmiah ataupun sumber lain yang memiliki keterkaitan dan hubungan dengan permasalahan yang diteliti untuk

menambahkan beberapa data yang perlu diperjelas dan akan digunakan sebagai landasan teori sebagai pendukung teoritis dalam permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini berasal dari Desa Bahasa Syariah yang berupa dokumen publik maupun *private*, dimana dokumen publik meliputi media online dan/atau media cetak, lalu dokumen *private* berupa arsip perusahaan.

6. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data Analisis data adalah usaha mengurai suatu masalah atau fokus kajian yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, observasi dan bahan lainnya menjadi bagian-bagian sehingga susunan yang diuraikan tampak begitu jelas karena dapat menangkap makna yang dapat dimengerti di balik perkaranya, Menurut Seiddel dalam (Djam'an dan Aan, 2012:201) analisis data merupakan sebuah proses mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri; mengumpulkan, memilah-milah, dan membuat indeksinya; dan berpikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-gungan, dan membuat-membuat temuan umum.

Setelah data terkumpul, kemudian peneliti dilanjutkan dengan menganalisis data menggunakan model Miles dan Huberman dalam (Djam'an dan Aan, 2012:218-220) terdiri atas tiga proses analisis data yaitu sebagai berikut.

Pertama Reduksi data, Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal hal yang pokok sesuai data yang penting dan data akan digolongkan dan diarahkan sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dicapai. Proses reduksi data ini dilakukan dengan cara memilah-milah data berdasarkan satuan konsep, penyederhanaan data yang dilakukan hanya mengambil data-data yang berhubungan dengan permasalahan peneliti.

Kedua, Penyajian data Penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Pada penelitian kualitatif penyajian data paling sering dengan teks naratif. Menurut Miles and Huberman dalam (Djam'an dan Aan, 2012:219) Penyajian data digunakan untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

Ketiga, Penarikan kesimpulan menurut Miles dan Huber dalam (Djam'an dan Aan, 2012:220) kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam analisis data penelitian kualitatif. Kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada berupa deskripsi atau gambaran suatu objek dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

7. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif diperlukannya Teknik pengecekan data berupa uji keabsahan data yang berfungsi untuk keperluan mengevaluasi data-data yang ada sehingga validasi data tetap terjaga. Oleh karena itu perlu dilakukan uji keabsahan data menggunakan Teknik triangulasi. Teknik triangulasi lebih mengutamakan efektivitas

proses dan hasil metode yang diinginkan (Burhan, 2007:252). Teknik triangulasi dalam penelitian kualitatif terdapat empat macam triangulasi dalam penggunaannya yaitu, triangulasi sumber, triangulasi dengan metode, triangulasi dengan teori, dan triangulasi dalam penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan penggunaan sumber data baik melalui hasil wawancara dan dokumen. Hal yang ingin dicapai dalam penelitian ini menurut Patton dalam (Burhan, 2007:257) sebagai berikut.

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

G. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini adanya sistematika penelitian berfungsi untuk mempermudah penulisan, yang terdiri dari empat bab yaitu:

BAB I Pendahuluan yang terdiri dari (1) Latar Belakang Masalah (2) Rumusan Masalah (3) Tujuan penelitian (4) Manfaat Penelitian (5) Kerangka teori (6) Metode Penelitian dan (7) Sistematika Penulisan.

BAB II Membahas tentang Profil Hotel

BAB III Pembahasan, berisikan tentang strategi branding “Syariah” oleh Homestay Desa Bahasa. Data yang dikumpulkan berdasarkan data primer dan sekunder berdasar kepentingan peneliti.

BAB IV Penutup, yang berisikan hasil dan kesimpulan berdasarkan permasalahan dan tujuan peneliti, serta saran yang dibutuhkan untuk objek penelitian