

**ANALISIS PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN
SYARIAH DAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA HOTEL
BERLABEL SYARIAH DI KABUPATEN REJANG LEBONG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH:

**GITA AFRIANI
NIM : 22681019**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
2026**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gita Afriani

Nomor Induk Mahasiswa : 22681019

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran

Syariah Dan Etika Bisnis Islam Pada Hotel

Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini bukan merupakan karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pemyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 05 Agustus 2026
Penulis



Gita Afriani
NIM. 22681019

Hal : **Pengajuan Skripsi**

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam
Di
Curup

Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

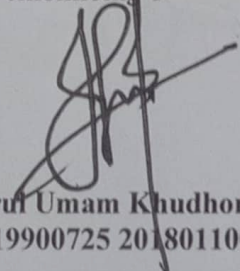
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Gita Afriani IAIN yang berjudul: **ANALISIS PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN SYARIAH DAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA HOTEL BERLABEL SYARIAH DI KABUPATEN REJANG LEBONG** sudah dapat diajukan dalam sidang skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmautullahi Wabarakatuh

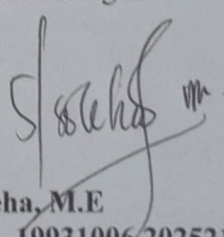
Curup, 5 Agustus 2026

Pembimbing I



Khairul Umam Khudhori, M. E. I
NIP. 19900725 2018011001

Pembimbing II



Soleha, M.E
NIP. 19931006 202521 2019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Email iaain.curup@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 821 /In.34/F. SEI/PP.00.9/ 9 /2026

Nama : Gita Afriani
NIM : 22681019
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah dan Etika
Bisnis Islam pada Hotel Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang
Lebong

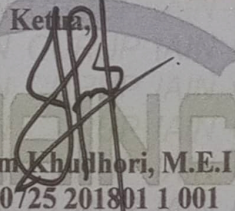
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup,
pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 13 Agustus 2026
Pukul : 08.00 – 09.30 WIB
Tempat : Ruang 1, Gedung Sidang Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi
Islam IAIN Curup

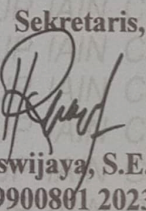
Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

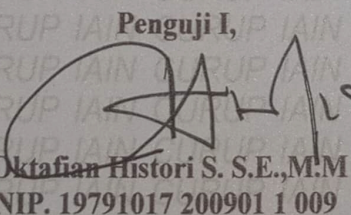
Ketua,


Khairul Umam Khudhori, M.E.I
NIP. 19900725 201801 1 001

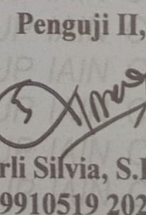
Sekretaris,


Ranaswijaya, S.E.I., M.E
NIP. 19900801 202321 1 030

Penguji I,

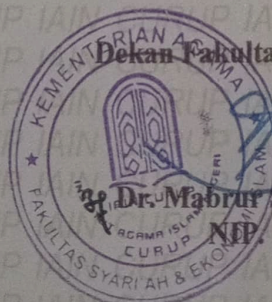

Dr. Oktafian Histori S. S.E., M.M
NIP. 19791017 200901 1 009

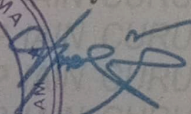
Penguji II,


Sineba Arli Silvia, S.E.I., M.E
NIP. 19910519 202321 2 037

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam




Dr. Mabruur Syah, S.Pd.I., S.IPL., M.H.I
NIP. 198008182002121003

SISTEM TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

A. Konson Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	tsa'	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Tha'	Th	Tet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	'En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

C. *Ta' Marbutah di akhir kata*

1. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزء	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al-Aulia'</i>
----------------	---------	--------------------------

3. Bila ta' Marbutah hidup atau harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة الطر	Ditulis	<i>Zakat al-Fitr</i>
-----------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

.....	Fathah	ditulis	A
.....	Kasrah	ditulis	I
.....	Dhammah	ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fattahah + Alif جاهلية	ditulis ditulis	A <i>Jahiliyah</i>
2.	Fathah + Ya' mati تنسا	ditulis ditulis	A <i>Tansa</i>
3.	Kasrah + Ya' mati كريم	ditulis ditulis	L <i>Karim</i>
4.	Dhammah + Wawu mati فرو	ditulis ditulis	U <i>Furu</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fattahah + Ya' mati بيناكم	ditulis ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
2.	Fattahha + Wawu mati	ditulis ditulis	Au <i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
-------	---------	----------------

أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القناس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutihnya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

دوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Gita Afriani, NIM. 22681019. **Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Islam pada Hotel Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong**. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya hotel berlabel syariah yang diharapkan tidak hanya menggunakan label syariah, tetapi juga menerapkan prinsip pemasaran Syariah dan etika bisnis Islam dalam seluruh kegiatan operasionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip prinsip pemasaran Syariah berdasarkan karakteristik Rabbaniyyah, Akhlaqiyyah, Al Waqi'iyah, dan Insaniyyah, serta menganalisis penerapan etika bisnis Islam berdasarkan prinsip Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada keempat hotel secara umum belum sepenuhnya memenuhi. Hal tersebut tercermin dari penyediaan fasilitas ibadah, pelayanan yang ramah dan transparan, penyesuaian produk dan harga sesuai kebutuhan konsumen, serta pengelolaan hotel yang profesional. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti belum adanya sertifikasi halal pada makanan dan minuman, penggunaan lembaga keuangan konvensional oleh sebagian besar hotel, serta perlunya peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan berbasis syariah. Oleh karena itu, implementasi pemasaran syariah dan etika bisnis Islam masih memerlukan penyempurnaan agar sesuai secara optimal dengan prinsip-prinsip syariah.

Kata Kunci: *prinsip-prinsip Pemasaran Syariah, Etika Bisnis Islam, Hotel Berlabel Syariah.*

ABSTRACT

Gita Afriani, Student ID. 22681019. **Analysis of the Implementation of Sharia Marketing Principles and Islamic Business Ethics at Sharia-Labeled Hotels in Rejang Lebong Regency.** Undergraduate Thesis, Sharia Economics Study Program.

This study was motivated by the increasing number of sharia-labeled hotels, which are expected to implement not only the sharia label but also sharia marketing principles and Islamic business ethics in their operational activities. This research aims to analyze the implementation of sharia marketing based on the characteristics of Rabbaniyyah, Akhlaqiyyah, Al-Waqi'iyah, and Insaniyyah, as well as Islamic business ethics based on the principles of Shiddiq, Amanah, Tabligh, and Fathanah in sharia-labeled hotels in Rejang Lebong Regency. This study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving managers of four sharia-labeled hotels in Rejang Lebong Regency. The data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the implementation of sharia marketing and Islamic business ethics has generally been applied in the four hotels through the provision of worship facilities, ethical and transparent services, fair pricing, and professional management. However, several aspects still require improvement, particularly halal certification for food and beverages, the use of Islamic financial institutions, and the enhancement of employee competence through sharia-based hospitality training. Therefore, the implementation of sharia marketing and Islamic business ethics has been generally well applied, although further improvements are needed to achieve comprehensive compliance with sharia principles.

Keywords: *Sharia Marketing Principles, Islamic Business Ethics, Sharia-Labeled Hotels.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul **“Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Islam Pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong”** yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah. Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta seluruh pengikutnya. Selesaiannya penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Mabrur Syah, S.Pd.I, S.IPI. M.HI selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Andriko, M.E., Sy selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Sineba Aril Silvia, M.E selaku penasehat akademik dan penguji II yang selalu bersedia memberikan nasehat serta arahnya khususnya dalam proses akademik.
5. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Dosen Pembimbing I dan ketua sidang dan ibu Soleha, S.E.I, M.E selaku Dosen pembimbing II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis, terimakasih atas dukungan,

doa waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Oktafian Histori, S, S.E.M.M Selaku Dosen Penguji I
7. Bapak Ranaswijaya, M.E Selaku Sekertaris Sidang.
8. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan karyawan IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis selama berada di bangku kuliah.
9. Ibu Fenti Sinarwani S.Pd staff program studi Ekonomi Syariah telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semua pihak dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan rendah hati penulis mohon bimbingan untuk kemajuan dimasa mendatang. Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa pada umumnya dan bagi peneliti khususnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT, peneliti senantiasa memohon ridho-Nya atas penyusunan dan penulisan skripsi ini, Aamiin.

Curup, 05 Agustus 2026
Penulis

Gita Afriani
NIM. 22681019

MOTTO

"Barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya."

(QS. At-Talaq [65]: 2)

“Semua Jatuh Bangunmu, Hal Yang Biasa Angan Dan Pertanyaan, Waktu Yang Menjawabnya Berikan Tentang Waktu, Bersedihlah Secukupnya Rayakan Perasaanmu Sebagai Manusia”

Mata Air- Baskara Putra (Hindia)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah [2]: 286)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta shalawat beserta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW, ku persembahkan karya ini dengan penuh Rahmatnya serta penuh rasa syukur kepada orang-orang terkasih yang selalu ada dan mendukungku dalam keadaan apapun.

1. Kepada cinta pertama dan panutanku, Bapak tercinta, serta pintu surgaku, Mamak tersayang. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, cinta, dan doa yang tidak pernah putus untukku. Terima kasih karena telah berjuang tanpa mengenal lelah demi memberikan kehidupan dan pendidikan yang terbaik. Mungkin Bapak dan Mamak tidak pernah meminta balasan atas semua yang telah diberikan, tetapi setiap langkah perjuangan dan pengorbanan kalian akan selalu menjadi semangat terbesar dalam hidupku. Terima kasih karena selalu percaya pada anak perempuan kedua ini, selalu menguatkan saat aku merasa lelah, dan tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkahku dengan doa. Berkat kasih sayang, kerja keras, serta ridha dari Bapak dan Mamak, akhirnya aku mampu menyelesaikan karya sederhana ini. Skripsi ini kupersembahkan sebagai tanda cinta, hormat, dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Bapak dan Mamak. Meskipun karya sederhana ini tidak akan pernah sebanding dengan setiap tetes keringat, air mata, dan pengorbanan yang telah kalian berikan. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, umur yang penuh berkah, kebahagiaan, serta perlindungan-Nya, kepada Bapak dan Mamak. Semoga Allah membalas setiap pengorbanan dan kebaikan kalian dengan pahala yang berlipat ganda, serta mengizinkanku untuk terus membahagiakan dan membanggakan kalian.

2. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Swt., karya sederhana ini kupersembahkan kepada kakakku Yadi, ayukku Eka Pustika, adikku Anandhi Aprilia, dan anakku Muhammad Bilal Hatoliq. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi sumber semangat dan kekuatan bagiku untuk terus berjuang menghadapi setiap tantangan hingga akhirnya mampu menyelesaikan karya ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta membalas segala kebaikan dan keikhlasan kalian dengan pahala yang berlipat ganda. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk rasa syukur, kebanggaan, dan ungkapan terima kasihku kepada kalian semua.
3. Karya sederhana ini juga kupersembahkan kepada seluruh keluarga besar dari pihak Bapak dan Mamak yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi, serta semangat dalam setiap langkah perjuanganku. Terima kasih atas segala kebaikan, nasihat, dan pengorbanan yang telah diberikan sehingga menjadi kekuatan bagiku dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat, kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada seluruh keluarga, serta membalas setiap kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi kebanggaan dan membawa manfaat bagi keluarga serta menjadi amal baik di sisi Allah Swt.
4. Terima kasih kepada adik sepupuku tercinta, Susanti, yang senantiasa memberikan doa, perhatian, dukungan, semangat, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan dukungannya menjadi salah satu

penyemangat bagiku untuk terus berjuang hingga mampu menyelesaikan karya sederhana ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap langkah kehidupanmu, serta membalas segala kebaikanmu dengan pahala yang berlipat ganda.

5. Teruntuk teman tercintaku sejak masa SMK, Yesi Tri Juniarti dan Mbak Nadia, terima kasih atas segala doa, perhatian, dukungan, semangat, serta bantuan yang telah diberikan, baik secara moral maupun material, selama proses penyusunan skripsi ini. Kebaikan, kepedulian, dan ketulusanmu menjadi salah satu penyemangat bagiku untuk terus bertahan dan menyelesaikan setiap tahapan hingga karya ini dapat terselesaikan. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta membalas setiap kebaikanmu dengan pahala yang berlipat ganda.
6. Terimakasih kepada teman-teman kkn kampung melayu yang telah memberikan support, semangat, dan doa.
7. Terima kasih kepada seluruh teman-temanku yaitu yuk reza, yuk dita, yuk Titin, Zella, Citra, fini, bunga, Fauziah, Apriyani, yuk Riski yang selalu memberikan semangat, dan warna di setiap harinya.
8. Kepada teman-teman seperjuangan ekonomi syariah angkatan 2022.
9. Untuk NIM 22701003 Terima kasih telah hadir di waktu yang tepat. Terima kasih untuk setiap dukungan, semangat, dan keyakinan yang kamu berikan ketika langkah ini terasa begitu berat. Mungkin sederhana bagimu, tetapi sangat berarti bagiku. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini dan menjadi salah satu alasan untuk terus bertahan hingga sampai di titik ini.

Semoga kebaikanmu selalu kembali dalam bentuk kebahagiaan yang tak terhingga.

10. Terakhir, kepada diri sendiri, Gita Afriani. Terima kasih telah bertahan dan terus berjuang hingga sampai pada titik ini. Terima kasih untuk setiap lelah yang disembunyikan, setiap air mata yang jatuh dalam diam, serta setiap doa yang dipanjatkan di tengah berbagai kesulitan dan keterbatasan. Terima kasih karena tetap kuat dan tidak menyerah, meskipun sering kali merasa tertinggal ketika melihat orang lain lebih dahulu mencapai tujuannya. Pada akhirnya, segala perjuangan, kesabaran, dan pengorbanan itu membuahkan hasil. Alhamdulillah, pencapaian ini dapat diraih setelah melalui berbagai proses, tantangan, dan perjuangan yang tidak mudah. Skripsi ini menjadi bukti bahwa tidak ada usaha yang sia-sia dan setiap perjuangan akan menemukan waktunya sendiri untuk berbuah hasil. Terima kasih karena telah mempercayai diri sendiri, tetap melangkah dalam keadaan apa pun, dan mampu menyelesaikan amanah ini hingga tuntas. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah yang lebih baik, serta membawa keberkahan, kebahagiaan, dan kesuksesan di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat penelitian	9
F. Review Kajian Terdahulu.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. Pemasaran	14
2. Tujuan Pemasaran.....	15
3. Teori Pemasaran Syariah (<i>Sharia marketing theory</i>)	16
4. Etika Bisnis	19
5. Tujuan Etika Bisnis.....	19
6. Teori Etika Bisnis Islam	21
7. Konsep Larangan <i>Tadlis Dan Gharar</i> Dalam Muamalah	22

B. Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
A. Jenis dan pendekatan Penelitian	27
B. Subjek Penelitian.....	27
C. Jenis Data	29
D. Instrument/Teknik Pengumpulan Data	29
E. Metode analisis data	31
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Objektif dan Sasaran Penelitian	33
1. Profil Hotel Berkah Syariah	33
2. Profil Hotel Syakila Syariah.....	37
3. Profil Hotel Wisata Baru Syariah	40
4. Profil Hotel Gran Dhytan	44
B. Temuan Hasil Penelitian	48
1. Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah (<i>sharia marketing</i>) pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong.....	48
2. Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong.....	65
C. Pembahasan.....	82
1. Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah (<i>Sharia Marketing</i>) Pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong	82
2. Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong.....	92
BAB V SIMPULAN DAN PENUTUP.....	105
A. Simpulan	105
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Nama-Nama Hotel	5
Tabel 4.1 Tipe Kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel Berkah Syariah	29
Tabel 4.2 Tipe Kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel Syakila Syariah	31
Tabel 4.3 Fasilitas Umum Hotel Syakila Syariah	33
Tabel 4.4 Tipe Kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel Wisata Baru Syariah	35
Tabel 4.5 Fasilitas Umum Hotel Wisata Baru Syariah	36
Tabel 4.6 Tipe Kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel Grand Dhytan.....	38
Tabel 4.7 Fasilitas Umum Hotel Grand Dhytan	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Grand Dhytan.....	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata halal di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor pariwisata berbasis syariah, termasuk usaha perhotelan yang menawarkan konsep hotel syariah. Hotel syariah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia jasa akomodasi, tetapi juga menjadi bagian dari implementasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis melalui penyediaan produk, pelayanan, promosi, serta pengelolaan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, keberadaan hotel syariah diharapkan mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan keyakinan bagi wisatawan Muslim bahwa seluruh pelayanan yang diterima telah memenuhi ketentuan syariat Islam.¹

Seiring berkembangnya industri pariwisata, konsep pariwisata halal (*halal tourism*) juga semakin mendapat perhatian. Pariwisata halal merupakan penyelenggaraan kegiatan wisata yang memperhatikan kebutuhan wisatawan Muslim dengan menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim

¹ Fahrur Ulum, "Inovasi Pariwisata Syariah di Indonesia". *Analisis Fatwa MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016, TSAQAFAH, jurnal* 15, no. 1 (2019): 145–166.

terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri pariwisata halal, termasuk pada sektor perhotelan.²

Salah satu bentuk implementasi pariwisata halal adalah hadirnya hotel yang menggunakan label syariah. Hotel berlabel syariah tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga diharapkan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam sehingga memberikan rasa aman, nyaman, dan ketenangan bagi para tamu. Penggunaan label syariah pada sebuah hotel tidak cukup hanya diwujudkan melalui nama atau identitas usaha, tetapi juga harus tercermin dalam seluruh aktivitas bisnis, termasuk strategi pemasaran dan perilaku bisnis yang dijalankan oleh pengelola hotel.³

Menurut Islam, kegiatan pemasaran bukan hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga merupakan bagian dari aktivitas muamalah yang harus dilaksanakan berdasarkan nilai kejujuran (*idq*), amanah, keadilan (*'adl*), keterbukaan (*tabligh*), dan profesionalisme (*fathanah*). Konsep pemasaran syariah menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang dicapai melalui cara-cara yang halal, jujur, tidak mengandung unsur penipuan (*tadlis*), manipulasi, gharar, maupun praktik yang merugikan pihak lain. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha harus mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam agar tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperoleh keberkahan dalam menjalankan usaha.⁴

² Muhammad Djakfar, "*Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*" (Malang: UIN Maliki Press, 2017), 45.

³ Sofyan S. Harahap, "*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*" (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 36.

⁴ Hermawan Kartajaya, et al, "*Syariah Marketing*" (Bandung: Mizan, 2006), 27–45.

Etika bisnis Islam menjadi fondasi penting dalam operasional hotel berlabel syariah karena seluruh aktivitas bisnis harus berorientasi pada kemaslahatan serta mematuhi ketentuan syariat. Penerapan etika bisnis Islam tercermin melalui kejujuran dalam penyampaian informasi mengenai fasilitas hotel, pelayanan yang adil kepada seluruh tamu, penyediaan makanan dan minuman halal, tidak menyediakan fasilitas yang mengarah kepada kemaksiatan, serta menjaga amanah dalam memberikan pelayanan. Oleh sebab itu, penerapan pemasaran syariah tidak dapat dipisahkan dari implementasi etika bisnis Islam karena keduanya saling melengkapi dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap hotel berlabel syariah.⁵

Menurut Islam, kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga harus dilaksanakan berdasarkan nilai-nilai syariah yang menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan kerelaan para pihak yang bertransaksi. Prinsip tersebut telah dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai pedoman bagi umat Islam dalam menjalankan aktivitas muamalah. Salah satu landasan yang menjadi dasar dalam etika bisnis Islam terdapat dalam firman Allah Swt. pada QS. An-Nisa ayat 29 dan QS. Al-Muthaffifin 1-3 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu"*(QS. An-Nisa': 29).⁶

⁵ Muhammad Djakfar, *"Etika Bisnis Islam"* (Malang: UIN Malang Press, 2012), 59–78.

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *"Al-Qur'an dan Terjemahan"* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019): 112

الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۖ^٢
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۖ^٣

Artinya: “Mereka adalah orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Sebaliknya, apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.”⁷

Ayat ini menjadi dasar bahwa pelayanan hotel, penetapan harga kamar, serta seluruh transaksi yang dilakukan harus berlangsung secara jujur, transparan, dan atas dasar kerelaan antara hotel dan tamu.

Sebagai pedoman penyelenggaraan usaha pariwisata syariah, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia telah menerbitkan Fatwa Nomor 108/DSNMUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa hotel syariah wajib menjalankan kegiatan usaha sesuai prinsip syariah, baik dari aspek pelayanan, fasilitas, produk, transaksi, maupun pengelolaan usaha. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan label syariah bukan sekadar identitas pemasaran, tetapi merupakan bentuk komitmen pelaku usaha untuk menerapkan nilai-nilai syariah secara menyeluruh dalam kegiatan operasional maupun strategi pemasarannya.⁸

Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara penggunaan label syariah dengan implementasi prinsip syariah di lapangan. Beberapa hotel berlabel syariah diketahui belum sepenuhnya memenuhi ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 108 Tahun

⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, “*Al-Qur'an dan Terjemahan*” (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019): 1-3

⁸ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah,” 2016, <https://dsnmu.or.id/produk/fatwa/>.

2016, seperti belum memiliki sertifikasi halal untuk produk makanan dan minuman, masih menggunakan lembaga keuangan konvensional, belum memiliki pedoman pelayanan berbasis syariah, serta masih terdapat aspek pemasaran yang lebih menonjolkan label syariah dibandingkan *implementasi* nilai-nilai syariahnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa label syariah berpotensi menjadi strategi pemasaran apabila tidak diiringi dengan penerapan etika bisnis Islam secara menyeluruh.⁹

Fenomena yang ditemukan bahwa penggunaan label syariah pada beberapa hotel belum tentu diikuti dengan penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam secara optimal. Sebagian hotel telah menggunakan identitas syariah sebagai strategi diferensiasi pasar, tetapi implementasi nilai-nilai syariah dalam aktivitas promosi, pelayanan, komunikasi pemasaran, penetapan harga, maupun hubungan dengan pelanggan masih beragam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa label syariah tidak selalu mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah secara menyeluruh dalam kegiatan bisnis sehingga perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai implementasinya.

Kabupaten Rejang Lebong merupakan salah satu daerah di Provinsi Bengkulu yang memiliki perkembangan sektor pariwisata dan jasa perhotelan yang cukup baik. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akomodasi bernuansa Islami, beberapa hotel di Kabupaten Rejang Lebong telah menggunakan label syariah, yaitu Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah.

⁹ Sofie Sundari, et al. "Analisis Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah terhadap Pengelolaan Hotel di Hotel Syariah X," *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law, jurnal* 5, no. 2 (2025): 333-339.

Keberadaan hotel-hotel tersebut menunjukkan adanya upaya pelaku usaha dalam mendukung perkembangan industri halal di daerah sekaligus memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim terhadap layanan perhotelan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.¹⁰

Tabel 1.1 Daftar Nama Hotel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong

No	Nama Hotel	Alamat
1.	Hotel Berkah Syariah	Jl. Suprpto No.28,Talang Rimbo Lama, Kecamatan Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.
2.	Hotel Syakilah Syariah	Jl. Letjend Suprpto, Talang Rimbo Lama, Kec. Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.
3.	Hotel Wisata Baru Syariah	Jl. Merdeka No. 755 B, Ps. Baru, Kec. Curup, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.
4.	Hotel Grand Dhytan Syariah	Jl. Sukowati, Air Putih, Kec. Curup, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.

Sumber: Dinas Pariwisata Kab.Rejang Lebong

Berdasarkan Tabel 1.1, terdapat empat hotel berlabel syariah yang menjadi objek penelitian di Kabupaten Rejang Lebong, yaitu Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah. Keempat hotel tersebut dipilih karena menggunakan identitas atau label syariah dalam menjalankan kegiatan usaha perhotelannya. Keberadaan hotel-hotel tersebut menunjukkan adanya perkembangan akomodasi yang menawarkan pelayanan dengan nuansa dan nilai-nilai Islam di Kabupaten Rejang Lebong.

Masing-masing hotel memiliki lokasi dan karakteristik pelayanan yang berbeda. Hotel Berkah Syariah dan Hotel Syakila Syariah berada di kawasan Talang Rimbo Lama, sedangkan Hotel Wisata Baru Syariah dan Hotel Grand Dhytan Syariah berada di wilayah Curup. Perbedaan tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam penelitian karena masing-masing hotel memiliki strategi

¹⁰ Data hasil observasi peneliti pada Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah di Kabupaten Rejang Lebong, 2026.

dalam menawarkan produk dan pelayanan kepada masyarakat, baik melalui promosi secara langsung maupun pemanfaatan media komunikasi.

Berdasarkan hasil observasi awal, hotel-hotel tersebut telah menerapkan beberapa bentuk pelayanan yang mencerminkan nilai-nilai syariah, seperti memberikan pelayanan yang sopan dan ramah, menyediakan fasilitas ibadah, menjaga kenyamanan tamu, serta menerapkan aturan tertentu bagi tamu yang menginap. Selain itu, setiap hotel juga memiliki strategi pemasaran yang berbeda dalam menarik konsumen, baik melalui media sosial, promosi secara langsung. Adapun pengecekan melalui identitas bagi tamu yang ingin menginap di hotel syariah. Perbedaan strategi pemasaran tersebut menjadi menarik untuk dikaji guna mengetahui sejauh mana penerapan pemasaran syariah berjalan seiring dengan penerapan etika bisnis Islam dalam operasional hotel.¹¹

Penelitian-penelitian terdahulu sebagian besar membahas hotel syariah dari aspek kepatuhan operasional, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, maupun implementasi prinsip syariah dalam penyelenggaraan hotel. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji penerapan pemasaran syariah yang dikaitkan dengan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya dalam bidang pemasaran syariah pada industri perhotelan.¹²

¹¹ Hasil observasi awal peneliti pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, 2026.

¹² Marina Zulfa dan Ficha Melina, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Restoran Hotel Syariah," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, jurnal 5, no. 2 (2022): 47–57.

Berdasarkan uraian tersebut, penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam merupakan dua aspek penting yang harus berjalan secara seimbang dalam membangun citra hotel berlabel syariah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Penerapan Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Islam pada Hotel Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong."**

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong. Objek penelitian difokuskan pada Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah.

Analisis pemasaran syariah mengacu pada karakteristik *rabbaniyyah*, *akhlaqiyyah*, *al-waqi'iyah*, dan *insaniyyah*, sedangkan etika bisnis Islam mengacu pada prinsip kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan ihsan. Penelitian ini tidak membahas aspek kepuasan pelanggan, kinerja keuangan, maupun kepatuhan operasional hotel terhadap Fatwa DSN-MUI No.108 Tahun 2016.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah (*sharia marketing*) pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong?

2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong?

D.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis bentuk penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah (*sharia marketing*) pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.
2. Untuk menganalisis tingkat penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

E.Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu Ekonomi Syariah, khususnya yang berkaitan dengan penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada industri perhotelan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola hotel

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pengelola hotel dalam meningkatkan penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam sehingga mampu memberikan pelayanan yang lebih baik serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah serta menjadi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman peneliti mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah serta menjadi sarana dalam mengembangkan kemampuan penelitian ilmiah.

F. Review Kajian Terdahulu

1. Izzatun Maghfirah (2022) "Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya)"

Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Wali Songo Surabaya telah menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip pemasaran syariah, yaitu *rabbaniyyah*, *akhlaqiyyah*, *al-waqi'iyah*, dan *insaniyyah*, serta menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel syariah.

Perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu penelitian Maghfirah hanya dilakukan pada satu hotel di Surabaya, sedangkan penelitian ini dilakukan pada empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam.¹³

2. Siti Aysah, et.al (2024) "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi"

Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel syariah di Kota Jambi telah menerapkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik sesuai dengan etika bisnis Islam, meskipun masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaannya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam pada hotel syariah menggunakan pendekatan kualitatif.

Perbedaannya, penelitian terdahulu hanya berfokus pada etika bisnis Islam, sedangkan penelitian ini mengkaji penerapan pemasaran syariah sekaligus etika bisnis Islam sehingga pembahasannya lebih komprehensif.¹⁴

3. Triana Apriani, et.al (2025) "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam"

¹³ Izzatun Maghfirah, "Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya)," *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, jurnal 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹⁴ Siti Aysah, et.al "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, jurnal 1, no. 3 (2024): 58–67.

Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran hotel syariah harus dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang didukung oleh penerapan etika bisnis Islam agar mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas keterkaitan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam.

Perbedaannya terletak pada metode penelitian, di mana penelitian terdahulu menggunakan studi kepustakaan, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang memperoleh data secara langsung melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.¹⁵

4. Itawari, et.al (2025) "Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro"

Menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Syariah SM Tower Malioboro telah menerapkan etika bisnis Islam melalui pelayanan Islami, penyediaan fasilitas ibadah, penyediaan makanan halal, pembatasan tamu non-mahram, serta pengelolaan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan mengkaji implementasi nilai-nilai Islam pada hotel syariah.

Perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada praktik etika bisnis Islam dalam operasional hotel, sedangkan penelitian ini juga

¹⁵ Triana Apriani, et.al, "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam," *Journal Islamic Economics Ad Diwan, jurnal* 4, no. 2 (2025) : 125-225.

menganalisis bagaimana penerapan pemasaran syariah sebagai bagian dari aktivitas bisnis hotel.¹⁶

5. Muhammad Yogi, et.al (2025) "Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel"

Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam yang dipadukan dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan inovasi layanan mampu meningkatkan reputasi hotel serta kepercayaan pelanggan. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji penerapan etika bisnis Islam pada industri perhotelan.

Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian terdahulu menghubungkan etika bisnis Islam dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi hotel, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada analisis penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.¹⁷

¹⁶ Itawari, et.al, "Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro," *Jurnal Studi Multidisipliner*, jurnal 9, no. 1 (2025): 215-230.

¹⁷ Muhammad Yogi, et.al, "Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel," *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies*, jurnal 3, no. 2 (2025): 214-229.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A.Landasan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan, menawarkan, dan menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen. Pemasaran tidak hanya berhubungan dengan kegiatan menjual, tetapi juga mencakup proses memahami kebutuhan konsumen, menciptakan nilai, memberikan informasi, serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Pemasaran menjadi bagian penting dalam kegiatan usaha karena keberhasilan suatu produk atau jasa tidak hanya ditentukan oleh kualitasnya, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menyampaikan dan menawarkan produk tersebut kepada masyarakat.

Menurut Buchari Alma, pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai kepada konsumen. Pemasaran juga berkaitan dengan usaha perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui produk atau jasa yang ditawarkan.¹ Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pemasaran tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga menempatkan kebutuhan konsumen sebagai salah satu perhatian utama dalam kegiatan usaha.

Pemasaran pada industri perhotelan memiliki karakteristik yang berkaitan dengan penawaran jasa. Hotel menawarkan jasa penginapan yang disertai

¹ Buchari Alma, *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”* ed. revisi, cet. ke-13 (Bandung: Alfabeta, 2018), 1.

berbagai fasilitas dan pelayanan kepada tamu. Kegiatan pemasaran hotel dapat dilakukan melalui promosi kamar, penyampaian informasi fasilitas, pemberian informasi harga, media sosial, komunikasi langsung, maupun media pemesanan. Informasi tersebut menjadi bagian penting karena konsumen menggunakan informasi yang diberikan hotel sebagai dasar untuk menentukan keputusan menggunakan jasa hotel.

Hotel yang menggunakan label syariah juga perlu memperhatikan cara pemasaran yang dilakukan. Penyampaian informasi mengenai identitas hotel, harga kamar, fasilitas, pelayanan, dan ketentuan yang berlaku harus sesuai dengan kondisi sebenarnya. Pemasaran tidak seharusnya hanya bertujuan menarik konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan melalui informasi yang jujur dan pelayanan yang bertanggung jawab.

2. Tujuan Pemasaran

Pemasaran memiliki tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan pemasaran dilakukan agar produk atau jasa dapat dikenal oleh masyarakat, menarik minat konsumen, serta memberikan nilai dan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen.²

Pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Pencapaian tujuan tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan

² Buchari Alma, *"Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa"* ed. revisi, cet. ke-13 (Bandung: Alfabeta, 2018), 5.

konsumen, menetapkan harga, melakukan promosi, menyediakan tempat atau saluran distribusi, serta memberikan pelayanan yang baik.³

Selain memperoleh keuntungan, pemasaran bertujuan menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan dapat terbentuk ketika produk atau jasa yang diterima sesuai atau melebihi harapan konsumen. Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan konsumen dan membangun hubungan jangka panjang.⁴

Pada usaha jasa perhotelan, tujuan pemasaran dapat dilihat dari upaya hotel untuk memperkenalkan jasa penginapan dan fasilitas yang tersedia, menarik minat calon tamu, meningkatkan jumlah pengguna jasa, memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan tamu, serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Penyampaian informasi mengenai harga, fasilitas, lokasi, dan pelayanan menjadi bagian penting untuk membantu konsumen menentukan pilihan.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan pemasaran dapat disimpulkan sebagai upaya perusahaan untuk mengenalkan dan menawarkan produk atau jasa, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, meningkatkan penjualan dan keuntungan, menciptakan kepuasan konsumen, serta membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan konsumen.

3. Teori Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Theory*)

Pemasaran syariah (*sharia marketing*) merupakan konsep pemasaran yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah Islam dalam seluruh aktivitas

³ Fandy Tjiptono, "*Strategi Pemasaran*", ed. 4 (Yogyakarta: Andi, 2017), 5–7.

⁴ Philip Kotler, et al, "*Marketing Management*", ed. 15 (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016), 138–139.

pemasaran, mulai dari perencanaan produk, penetapan harga, promosi, distribusi, hingga pelayanan kepada konsumen. Berbeda dengan pemasaran konvensional yang lebih menitikberatkan pada pencapaian keuntungan (*profit oriented*), pemasaran syariah tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai spiritual, moral, dan tanggung jawab kepada Allah Swt. serta kepada sesama manusia. Oleh karena itu, setiap aktivitas pemasaran harus dilakukan secara jujur, adil, transparan, dan tidak mengandung unsur penipuan, manipulasi, maupun praktik yang bertentangan dengan syariat Islam.⁵

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan seluruh proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai dari seorang produsen kepada konsumen agar seluruh prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Konsep ini menempatkan nilai-nilai ketuhanan sebagai landasan utama dalam setiap aktivitas bisnis sehingga kegiatan pemasaran tidak hanya dipertanggungjawabkan kepada konsumen, tetapi juga kepada Allah Swt. Dengan demikian, pemasaran syariah bertujuan menciptakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan, membangun kepercayaan konsumen, serta memberikan keberkahan bagi seluruh pihak yang terlibat.⁶

Pelaksanaannya, menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula menjelaskan bahwa pemasaran syariah memiliki empat karakteristik utama yang menjadi dasar dalam menilai apakah suatu aktivitas pemasaran

⁵ Hermawan Kartajaya, at al, "*Syariah Marketing*" (Bandung: Mizan, 2006), 25.

⁶ Hermawan Kartajaya, at al, 27–35.

telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu sebagai berikut. Indikator Pemasaran Syariah dapat dilihat sebagai berikut:

a. *Rabbaniyyah (Teistis/Ketuhanan)*

Karakteristik ini menunjukkan bahwa seluruh aktivitas pemasaran dilandasi oleh nilai-nilai ketuhanan dan dilakukan sebagai bentuk ibadah kepada Allah Swt. Pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga agar seluruh aktivitas bisnis tetap berada dalam koridor syariat Islam.

b. *Akhlaqiyyah (Etis)*

Karakteristik ini menekankan pentingnya akhlak yang baik dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Pelaku usaha harus mengedepankan kejujuran, amanah, sopan santun, serta tidak melakukan penipuan, manipulasi informasi, ataupun promosi yang berlebihan.

c. *Al-Waqi'iyah (Realistis)*

Karakteristik ini menunjukkan bahwa pemasaran syariah bersifat fleksibel, profesional, dan mampu mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah. Pelaku usaha tetap dapat bersaing di pasar dengan tetap menjaga prinsip-prinsip Islam.

d. *Insaniyyah (Humanistis)*

Karakteristik ini menekankan bahwa pemasaran syariah harus memberikan manfaat bagi seluruh pihak. Pelayanan dilakukan secara ramah, menghormati konsumen, tidak diskriminatif, serta menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.

4. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis. Etika bisnis berkaitan dengan cara seseorang atau organisasi mengambil keputusan dan bertindak terhadap konsumen, karyawan, mitra usaha, serta pihak lain yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Etika diperlukan agar kegiatan usaha tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan tindakan yang baik, benar, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, etika bisnis merupakan penerapan prinsip-prinsip etika dalam kegiatan bisnis yang digunakan sebagai pedoman untuk menentukan tindakan yang baik dan buruk dalam menjalankan aktivitas usaha. Etika bisnis membantu pelaku usaha mempertimbangkan dampak dari keputusan yang diambil terhadap pihak-pihak yang berkepentingan.⁷

Menurut Muslich, etika bisnis merupakan pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Etika bisnis menjadi pedoman bagi pelaku usaha agar kegiatan bisnis dapat dilakukan secara baik serta tidak merugikan pihak lain.⁸

5. Tujuan etika bisnis

Etika bisnis bertujuan memberikan pedoman kepada pelaku usaha agar kegiatan bisnis dapat dijalankan secara baik dan bertanggung jawab. Pedoman

⁷ Sukrisno Agoes, et al, *“Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya”* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 76–77.

⁸ Muslich, *“Etika Bisnis: Pendekatan Substantif dan Fungsional”* (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), 9–10.

tersebut membantu pelaku usaha membedakan tindakan yang sesuai dan tidak sesuai dengan nilai moral, sehingga keputusan bisnis tidak hanya mempertimbangkan keuntungan, tetapi juga memperhatikan kepentingan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha.⁹

Menurut Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, penerapan etika dalam kegiatan bisnis bertujuan membantu pelaku usaha menjalankan kegiatan secara profesional dengan memperhatikan prinsip-prinsip moral. Etika juga diperlukan untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan serta menjaga kepercayaan terhadap perusahaan.¹⁰

Menurut Muslich, etika bisnis bertujuan memberikan pedoman bagi pelaku usaha dalam mengatur dan mengelola kegiatan bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas. Penerapan etika diharapkan dapat mendorong terciptanya kegiatan usaha yang tertib, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain.¹¹

Etika bisnis juga bertujuan membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan konsumen. Kepercayaan dapat terbentuk ketika pelaku usaha memberikan informasi secara benar, memenuhi kesepakatan, memberikan pelayanan yang baik, dan bertanggung jawab terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Etika bisnis pada usaha perhotelan dapat diterapkan melalui pemberian informasi yang jelas mengenai harga, fasilitas, ketentuan menginap, dan pelayanan kepada tamu. Penerapan tersebut bertujuan menciptakan hubungan

⁹ Muslich, *“Etika Bisnis: Pendekatan Substantif dan Fungsional”* (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), 9–10.

¹⁰ Sukrisno Agoes, et al, *“Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya”* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 76–77.

¹¹ Muslich, 12–15.

yang baik antara pihak hotel dengan tamu serta memberikan rasa percaya dan nyaman selama menggunakan jasa hotel.¹²

6. Teori Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan norma yang bersumber dari *Al-Qur'an* dan Hadis yang dijadikan pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dalam Islam, bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan syariat. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk menjunjung tinggi kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Penerapan etika bisnis Islam akan menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dengan konsumen, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memberikan keberkahan dalam menjalankan usaha.¹³

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam merupakan perilaku bisnis yang didasarkan pada nilai-nilai moral Islam sehingga setiap keputusan dan tindakan dalam kegiatan usaha harus mencerminkan akhlak yang mulia. Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan aspek sosial, moral, dan spiritual. Dengan demikian, pelaku usaha dituntut untuk

¹² Sukrisno Agoes, at al, "*Etika Bisnis dan Profesi*," ed. revisi (Jakarta: Salemba Empat, 2014): 76–77.

¹³ Muhammad Djakfar, "*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*" (Malang: UIN Malang Press, 2019): 17–22.

menjalankan bisnis secara profesional tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman.¹⁴

Adapun indikator etika bisnis Islam yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut

a. *Shiddiq* (Jujur)

Pelaku usaha harus menyampaikan informasi mengenai produk maupun jasa secara benar, tidak menyembunyikan kekurangan, dan tidak memberikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen.

b. *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Pelaku usaha harus menepati janji, menjaga kepercayaan pelanggan, serta memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan.

c. *'Adl* (Keadilan)

Pelaku usaha harus memperlakukan seluruh konsumen secara adil, tidak melakukan diskriminasi, serta menetapkan harga yang wajar sesuai kualitas produk atau jasa.

d. *Ihsan* (Pelayanan Terbaik)

Pelaku usaha dituntut memberikan pelayanan yang ramah, sopan, profesional, dan mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai bentuk tanggung jawab moral dalam berbisnis.

7. Konsep Larangan *Tadlis dan Gharar* dalam Muamalah

Menurut perspektif muamalah Islam, setiap transaksi harus dilakukan secara jujur, transparan, dan memberikan kepastian bagi para pihak yang

¹⁴ Muhammad Djakfar, "*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*" (Malang: UIN Malang Press, 2019), 58–71.

bertransaksi. Oleh karena itu, Islam melarang segala bentuk praktik yang mengandung unsur penipuan (*tadlis*) maupun ketidakjelasan (*gharar*) karena dapat merugikan salah satu pihak. Larangan tersebut bertujuan untuk menciptakan keadilan, menjaga kepercayaan, dan mewujudkan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi. Pada konteks hotel berlabel syariah, penggunaan label *syariah* harus diiringi dengan praktik usaha yang benar sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman atau persepsi yang keliru di kalangan masyarakat.¹⁵

Penelitian ini, konsep *tadlis* dan *gharar* digunakan sebagai landasan untuk menganalisis apakah informasi yang disampaikan hotel mengenai identitas, fasilitas, pelayanan, maupun promosi benar-benar sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Apabila hotel menggunakan label syariah tetapi tidak menerapkan nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnisnya, maka kondisi tersebut berpotensi mengandung unsur *tadlis* karena dapat menyesatkan konsumen. Selain itu, informasi yang tidak jelas mengenai fasilitas, harga, maupun pelayanan juga berpotensi mengandung unsur *gharar* yang dilarang dalam Islam.¹⁶

Indikator Konsep *Tadlis* dan *Gharar*

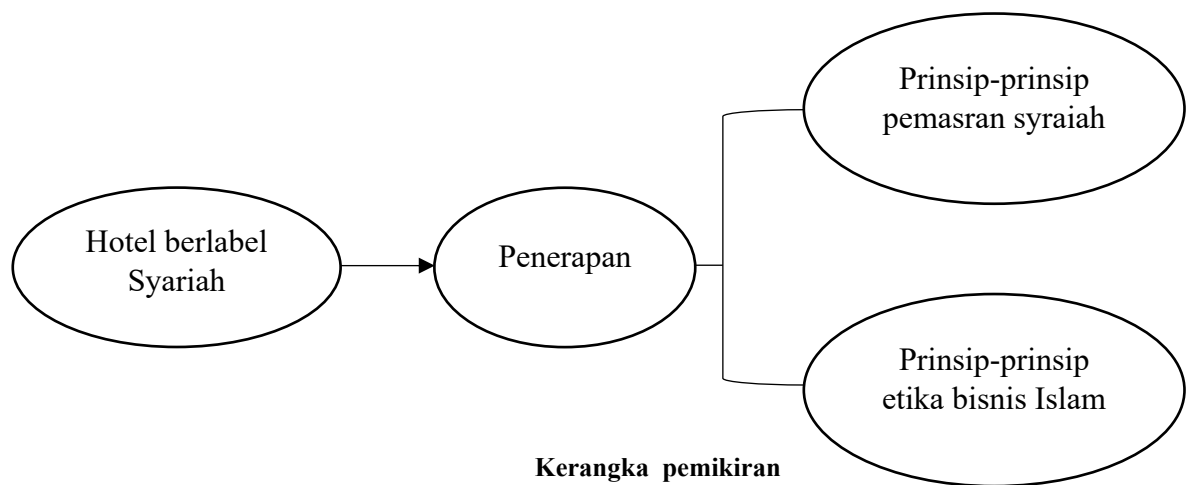
- a. Tidak terdapat unsur *tadlis* (penyembunyian atau pemalsuan informasi).
- b. Informasi mengenai fasilitas, harga, dan pelayanan disampaikan secara jelas sehingga tidak mengandung unsur *gharar*.

¹⁵ Wahbah az-Zuhaili, "*Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*" Jilid 5 (Damaskus: Dar al-Fikr, 2011), 3408–3415.

¹⁶ Oni Sahroni at al, "*Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam*" (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 112–118.

- c. Label syariah yang digunakan sesuai dengan praktik pelayanan dan operasional hotel.
- d. Promosi dilakukan secara jujur, transparan, dan tidak menyesatkan konsumen.

B. Kerangka pemikiran



Kerangka pemikiran merupakan alur berpikir peneliti yang disusun berdasarkan teori dan konsep yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, fenomena yang menjadi dasar penelitian adalah adanya hotel yang menggunakan label syariah di Kabupaten Rejang Lebong, namun penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam dalam aktivitas pemasaran serta pelayanan kepada konsumen perlu dianalisis untuk mengetahui kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu,

penelitian ini berfokus pada analisis penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.¹⁷

Penelitian ini menggunakan teori pemasaran syariah yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula sebagai landasan untuk menganalisis penerapan karakteristik pemasaran syariah, yaitu *rabbaniyyah* (ketuhanan), *akhlaqiyyah* (etis), *al-waqi'iyyah* (realistis), dan *insaniyyah* (humanistik). Keempat karakteristik tersebut digunakan untuk menilai apakah strategi pemasaran yang dilakukan hotel telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁸

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan teori etika bisnis Islam yang dikemukakan oleh Muhammad Djakfar untuk menganalisis perilaku bisnis hotel berdasarkan prinsip *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *'adl* (keadilan), dan *ihsan* (memberikan pelayanan terbaik). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep *tadlis* dan *gharar* sebagai landasan untuk menilai apakah informasi yang disampaikan kepada konsumen mengenai fasilitas, harga, promosi, dan pelayanan telah dilakukan secara jujur, transparan, serta tidak mengandung unsur penipuan maupun ketidakjelasan yang dilarang dalam Islam.¹⁹

¹⁷ Lexy J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*,” ed. revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021): 93.

¹⁸ Hermawan Kartajaya, et al, “*Syariah Marketing*”, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 26–42.

¹⁹ Muhammad Djakfar, “*Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*” (Jakarta: Penebar Plus, 2012): 85–131.

Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis data kualitatif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Melalui tahapan tersebut diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.²⁰

²⁰ Michael Huberman, at al, “*Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*”, 4th ed. (California: SAGE Publications, 2020): 7–12.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami fenomena yang terjadi secara utuh sesuai dengan perspektif informan dan kondisi nyata di lokasi penelitian.¹

B. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola dan karyawan hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong yang sebelumnya telah menjadi informan dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini tidak melakukan wawancara ulang, melainkan memanfaatkan data hasil wawancara yang telah tersedia dalam naskah penelitian sebelumnya. Data tersebut kemudian dianalisis kembali berdasarkan fokus penelitian mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam. Penggunaan data yang telah

¹ Lexy J. Moleong, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", ed. revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), 6–7.

tersedia dilakukan karena informasi yang diperoleh masih relevan dengan tujuan penelitian serta mampu menjawab rumusan masalah yang diajukan.²

Teknik penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak semua orang memiliki informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, sehingga peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui, memahami pemasaran dan etika bisnis Islam hotel syariah dan minimal kerja 1 tahun.³

Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini meliputi:

1. Manajer atau Pengelola Hotel

Manajer atau pengelola hotel dipilih sebagai subjek penelitian karena memiliki tanggung jawab dalam pengambilan kebijakan dan pengelolaan hotel secara keseluruhan, khususnya terkait pemasaran dan etika bisnis islam dalam hotel syariah.

2. Karyawan Hotel

Karyawan hotel dipilih sebagai subjek penelitian karena terlibat langsung dalam pelayanan operasional sehari-hari, seperti resepsionis, Karyawan hotel diharapkan dapat memberikan informasi mengenai praktik pemasaran dan etika bisnis islam.

Subjek penelitian ini berasal dari empat hotel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, yaitu Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel

² Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif*" (Bandung: Alfabeta, 2022), 104–106.

³ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*," (Bandung: Alfabeta, 2019), 218.

Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah. Dengan teknik purposive sampling, peneliti dapat memperoleh data yang lebih mendalam dan relevan mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis islam pada hotel yang berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.⁴

C. Jenis Data

1. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui subjek penelitian. Data ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak hotel syariah seperti manajer hotel dan karyawan yang memiliki informasi terkait penelitian ini.⁵
2. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari dokumen tertulis yang telah tersedia sebelumnya dan digunakan sebagai bahan pendukung dalam penelitian. Data sekunder dapat berasal dari buku, jurnal ilmiah, dokumen resmi hotel, yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata syariah. Data ini digunakan untuk melengkapi informasi dari data primer serta memperkuat analisis penelitian.⁶

D. Instrumen/Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk

⁴ Burhan Bungin, *“Penelitian Kualitatif”* (Jakarta: Kencana, 2015), 107.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta, 2017, 172.

⁶ Burhan Bungin, *“Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial”*, (Jakarta: Kencana, 2015, 129

memperoleh data yang berkaitan dengan penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis islam pada hotel berlabel syariah di kabupaten Rejang Lebong.⁷

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan memanfaatkan hasil pengamatan yang telah dilakukan pada penelitian sebelumnya terhadap kondisi hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong. Hasil observasi digunakan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam, seperti kondisi fasilitas ibadah, media promosi, pelayanan kepada tamu, serta aktivitas lain yang berkaitan dengan objek penelitian.⁸

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan data hasil wawancara yang telah tersedia dalam naskah penelitian sebelumnya. Informasi yang diperoleh berasal dari pengelola dan karyawan hotel mengenai strategi pemasaran, pelayanan kepada tamu, sistem promosi, penetapan harga, serta penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan operasional hotel. Data wawancara tersebut dianalisis kembali sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan menggunakan dokumen yang telah dikumpulkan sebelumnya, seperti foto mushala, penunjuk arah kiblat, sajadah, mukena, daftar tarif kamar, media promosi hotel, serta dokumen

224. ⁷ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif,dan Kuantitatif*" (Bandung: Alfabeta, 2019),

⁸ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif*" (Bandung: Alfabeta, 2022), 168–170.

lain yang mendukung analisis mengenai penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.⁹

E. Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Model ini terdiri atas tiga tahapan, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*).¹⁰

1. Data Condensation (Kondensasi Data)

Pada tahap ini peneliti memilih, menyederhanakan, mengelompokkan, dan memfokuskan data hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi sesuai dengan tujuan penelitian. Data kemudian diklasifikasikan berdasarkan indikator pemasaran syariah dan etika bisnis Islam sehingga informasi yang diperoleh lebih terarah dan mudah dianalisis.

2. Data Display (Penyajian Data)

Data yang telah dikondensasi selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel matriks. Penyajian data dilakukan melalui Tabel Matriks Pemasaran Syariah yang memuat indikator *rabbaniyyah*, *akhlaqiyyah*, *al-waqi'iyah*, dan *insaniyyah*, serta Tabel Matriks Etika Bisnis Islam yang memuat indikator *shiddiq*, *amanah*, *'adl*, dan *ihsan*. Penyajian data dalam bentuk matriks bertujuan agar pola penerapan

⁹ Lexy J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, ed. revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), 216–217.

¹⁰ Matthew B. Miles, “*Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*”, 3rd ed. (California: SAGE Publications, 2014), 31–33.

pemasaran syariah dan etika bisnis Islam pada masing-masing hotel dapat dibandingkan dan dianalisis secara sistematis.

3. *Conclusion Drawing and Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Tahap terakhir adalah menarik dan memverifikasi kesimpulan berdasarkan keseluruhan data yang telah dianalisis. Kesimpulan difokuskan pada pola penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pengelola hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Wilayah Penelitian

1. Profil Hotel Berkah Syariah

Hotel Berkah Syariah merupakan salah satu hotel yang menerapkan konsep syariah di Kabupaten Rejang Lebong. Hotel ini berlokasi di Jalan Suprpto No. 28, Talang Rimbo Lama, Kecamatan Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Lokasi hotel yang berada di kawasan pusat Kota Curup memudahkan tamu untuk mengakses berbagai fasilitas umum dan pusat kegiatan di Kabupaten Rejang Lebong.

Hotel Berkah Syariah dikelola secara langsung oleh kakak Fatur Rahman selaku pengelola hotel dan resepsionis.¹ Dalam menjalankan operasional sehari-hari, beliau dibantu oleh anggota keluarganya sehingga hotel ini tidak memiliki karyawan tetap maupun struktur organisasi formal. Seluruh kegiatan operasional, mulai dari penerimaan tamu, pengelolaan administrasi, hingga pemeliharaan kebersihan dan fasilitas hotel, dilakukan secara bersama oleh keluarga sesuai dengan kebutuhan operasional.

Sebagai hotel yang mengusung konsep syariah, Hotel Berkah Syariah berupaya menyediakan fasilitas yang mendukung kenyamanan sekaligus kebutuhan ibadah para tamu. Setiap kamar

¹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

telah dilengkapi dengan petunjuk arah kiblat untuk memudahkan tamu muslim dalam melaksanakan salat. Selain itu, hotel juga menyediakan mushola yang dapat digunakan oleh tamu maupun pengelola untuk beribadah. Dalam memberikan pelayanan kepada tamu, Hotel Berkah Syariah tidak menyediakan fasilitas sarapan pagi. Sebagai bentuk pelayanan, pihak hotel memberikan minuman teh dan kopi secara gratis (*complimentary*) yang dapat dinikmati oleh tamu selama menginap. Kebijakan ini menjadi salah satu bentuk layanan yang diberikan hotel untuk meningkatkan kenyamanan tamu.

Selain itu, Hotel Berkah Syariah juga menerapkan ketentuan mengenai waktu menginap, yaitu batas waktu check-out pada pukul 12.00 WIB. Kebijakan tersebut diberlakukan untuk menjaga kelancaran operasional hotel, mempersiapkan kamar bagi tamu berikutnya, serta memastikan proses pelayanan berjalan secara tertib. Meskipun dikelola secara sederhana oleh pemilik bersama anggota keluarganya, Hotel Berkah Syariah tetap berupaya memberikan pelayanan yang baik dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Penyediaan fasilitas ibadah, petunjuk arah kiblat di setiap kamar, serta pelayanan yang mengedepankan kenyamanan tamu menunjukkan komitmen hotel dalam memenuhi kebutuhan tamu, khususnya tamu muslim, selama menginap.²

² Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

Adapun tipe kamar dan fasilitas yang tersedia di hotel wisata baru syariah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1

Tipe kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel berkah Syariah

No	Tipe Kamar	Harga	Fasilitas
1	Kamar Standar (Standard Room)	Rp.150.000-200.000	Kipas angin, TV, kasur Single/Double, kamar mandi dalam (air biasa).
2	Kamar Superior / Deluxe (AC)	Rp.250.000-300.000	Pendingin ruangan (AC), TV layar datar, lemari, kasur Queen/King, kamar mandi dalam.
3	Kamar Deluxe VIP (AC + Air Panas)	Rp.300.000-350.000	Seluruh fasilitas kelas Deluxe ditambah dengan kamar mandi yang dilengkapi pemanas air (<i>water heater</i>).

Sumber: Data Hotel berkah Syariah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, Hotel Berkah Syariah menyediakan tiga tipe kamar yang dapat dipilih oleh tamu sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial masing-masing. Tipe kamar yang tersedia meliputi Kamar Standar (Standard Room), Kamar Superior/Deluxe (AC), dan Kamar Deluxe VIP (AC + Air Panas). Perbedaan utama dari ketiga tipe kamar tersebut terletak pada kelengkapan fasilitas yang diberikan, sehingga berpengaruh terhadap harga sewa kamar.

Kamar Standar merupakan tipe kamar dengan tarif paling terjangkau, yaitu berkisar antara Rp150.000 hingga Rp200.000 per malam. Kamar ini dilengkapi dengan fasilitas dasar berupa kipas angin, televisi, tempat tidur single atau double, serta kamar mandi dalam dengan air biasa. Tipe kamar ini diperuntukkan bagi tamu

yang menginginkan penginapan dengan harga ekonomis namun tetap memperoleh fasilitas yang memadai.

Selanjutnya, Hotel Berkah Syariah juga menyediakan Kamar Superior/Deluxe dengan tarif berkisar antara Rp250.000 hingga Rp300.000 per malam. Dibandingkan dengan Kamar Standar, tipe kamar ini menawarkan fasilitas yang lebih lengkap, seperti pendingin ruangan (*AC*), televisi layar datar, lemari pakaian, tempat tidur berukuran queen atau king, serta kamar mandi dalam. Kehadiran fasilitas tersebut memberikan tingkat kenyamanan yang lebih baik bagi tamu selama menginap.

Adapun tipe kamar dengan fasilitas paling lengkap adalah Kamar *Deluxe VIP* yang memiliki tarif antara Rp300.000 hingga Rp350.000 per malam. Selain dilengkapi seluruh fasilitas yang terdapat pada Kamar *Deluxe*, tipe kamar ini juga memiliki kamar mandi yang dilengkapi dengan pemanas air (*water heater*). Fasilitas tambahan tersebut menjadi nilai lebih bagi tamu yang menginginkan kenyamanan yang lebih tinggi selama menginap di Hotel Berkah Syariah.³

Hasil wawancara dengan pengelola Hotel Berkah Syariah, penyediaan variasi tipe kamar tersebut merupakan upaya hotel dalam memenuhi kebutuhan berbagai kalangan tamu. Perbedaan harga yang ditetapkan disesuaikan dengan kelengkapan fasilitas

³ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni 2026, 20:00 WIB.

yang tersedia pada masing-masing tipe kamar sehingga tamu memiliki alternatif pilihan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan ekonominya.

2. Profil Hotel Syakila Syariah

Hotel Syakila Syariah adalah salah satu akomodasi populer di Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Hotel bintang 2 ini terletak di Jalan Letjen Suprpto, Talang Rimbo Lama, Kecamatan Curup Tengah. Berdiri sebagai salah satu pelopor hotel bergaya modern di wilayah tersebut, hotel ini dikenal karena fasilitasnya yang bersih dan lengkap dengan tahun berdiri 2015.

Tipe akomodasi Hotel Syariah menerapkan aturan khusus untuk pasangan halal dan sah. Untuk fasilitas kamar tersedia tipe Standard, VIP, hingga Suite yang dilengkapi dengan living room, AC, dan water heater. Sedangkan fasilitas umum terdapat area parkir luas, WiFi gratis, ruang pertemuan, serta layanan resepsionis 24 jam.

Adapun tipe kamar dan fasilitas yang tersedia di hotel syakila syariah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2

Tipe kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel syakila Syariah

No	Tipe Kamar	Harga	Fasilitas
1	Tipe Deluxe (Standard)	Rp.350.000-400.000	AC, TV, Kamar Mandi Dalam (Air Panas), Sarapan 2 Orang
2	VIP / VVIP	Rp.420.000-450.000	AC, TV, Kamar Mandi Dalam (Air Panas), Sarapan 2 Orang
3	Suite	Rp.450.000-490.000	AC, TV, Kamar Mandi Dalam (Air Panas), Sarapan 2 Orang

Sumber: Data Hotel syakila Syariah, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, Hotel Syakila Syariah menyediakan tiga tipe kamar, yaitu Deluxe (Standard), VIP/VVIP, dan Suite. Harga kamar berkisar antara Rp350.000 hingga Rp490.000 per malam, tergantung pada tipe kamar yang dipilih oleh tamu.

Tipe Deluxe (Standard) merupakan pilihan dengan harga paling terjangkau, yaitu berkisar antara Rp350.000–Rp400.000 per malam. Meskipun merupakan tipe standar, kamar ini telah dilengkapi dengan fasilitas berupa air conditioner (AC), televisi (TV), kamar mandi dalam yang dilengkapi air panas, serta sarapan untuk dua orang. Fasilitas tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan dasar tamu selama menginap dengan tetap memberikan kenyamanan.

Selanjutnya, tipe *VIP/VVIP* ditawarkan dengan harga Rp420.000–Rp450.000 per malam. Tipe kamar ini juga dilengkapi dengan fasilitas AC, TV, kamar mandi dalam dengan air panas, serta sarapan untuk dua orang. Perbedaan utama dengan tipe Deluxe umumnya terletak pada ukuran kamar, desain interior, dan tingkat kenyamanan yang lebih baik sehingga memberikan pengalaman menginap yang lebih eksklusif.

Sementara itu, tipe Suite merupakan tipe kamar dengan harga tertinggi, yaitu Rp450.000–Rp490.000 per malam. Kamar ini menyediakan fasilitas yang sama, yaitu AC, TV, kamar mandi dalam dengan air panas, serta sarapan untuk dua orang, namun dengan ruang yang lebih luas dan fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan tipe kamar lainnya. Tipe Suite ditujukan bagi tamu

yang menginginkan tingkat kenyamanan dan privasi yang lebih tinggi selama menginap.

Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa Hotel Syakila Syariah menyediakan berbagai pilihan kamar dengan rentang harga yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan tamu. Seluruh tipe kamar telah dilengkapi dengan fasilitas dasar yang memadai, termasuk penyediaan sarapan bagi dua orang, sehingga diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada tamu selama menginap.

Selain fasilitas yang tersedia pada setiap tipe kamar, Hotel syakila Syariah juga menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat digunakan oleh para tamu selama menginap.

Tabel 4.3
Fasilitas Umum Hotel syakila Syariah

No	Fasilitas Umum
1	Syakila resto dan coffe
2	Mushola
3	Area Parkir
4	Toilet Umum
5	WiFi
6	Resepsionis 24 Jam
7	Ruang rapat

Sumber: Data Hotel syakila Syariah 2026.

Hotel Syakila Syariah menyediakan berbagai fasilitas umum untuk menunjang kenyamanan dan kebutuhan tamu selama menginap. Fasilitas tersebut meliputi Syakila Resto dan *Coffee*, mushola, area parkir, toilet umum, akses WiFi, layanan resepsionis 24 jam, serta ruang rapat. Keberadaan restoran dan *coffee* memberikan kemudahan bagi tamu untuk menikmati makanan dan

minuman di lingkungan hotel, sedangkan mushola disediakan untuk memenuhi kebutuhan ibadah. Area parkir yang memadai, toilet umum yang bersih, serta akses WiFi turut meningkatkan kenyamanan tamu. Selain itu, layanan resepsionis yang beroperasi selama 24 jam memudahkan tamu dalam memperoleh pelayanan kapan pun dibutuhkan. Ruang rapat juga menjadi fasilitas pendukung bagi tamu yang memiliki keperluan bisnis atau kegiatan formal. Dengan tersedianya berbagai fasilitas tersebut, Hotel Syakila Syariah berupaya memberikan pelayanan yang nyaman, lengkap, dan sesuai dengan kebutuhan para tamunya.⁴

3. Profil Hotel Wisata Baru Syariah

Hotel Wisata Baru Syariah merupakan salah satu hotel yang berlokasi di Hotel Wisata Baru, tepatnya di Jalan Merdeka No. 755 B, Pasar Baru, Kecamatan Curup, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Lokasinya yang berada di pusat Kota Curup menjadikan hotel ini mudah dijangkau oleh wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis.

Hotel Wisata Baru didirikan pada tahun 1987 sebagai hotel konvensional yang melayani masyarakat umum. Selama lebih dari tiga dekade beroperasi, hotel ini terus berkembang mengikuti kebutuhan masyarakat dan perkembangan industri perhotelan. Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap akomodasi yang

⁴ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

menerapkan prinsip-prinsip syariah, manajemen hotel melakukan perubahan sistem operasional. Pada tahun 2019, Hotel Wisata Baru resmi bertransformasi menjadi Hotel Wisata Baru Syariah, dengan menerapkan konsep pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam serta berupaya menjalankan operasional sesuai dengan prinsip syariah.

Sebagai hotel yang mengusung konsep syariah, Hotel Wisata Baru Syariah berkomitmen memberikan pelayanan yang nyaman, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam tanpa mengurangi kualitas pelayanan kepada seluruh tamu. Hotel ini juga berupaya menciptakan lingkungan yang bersih, tertib, serta kondusif sehingga tamu dapat beristirahat dengan nyaman sekaligus menjalankan ibadah selama menginap. Adapun tipe kamar dan fasilitas yang tersedia di hotel wisata baru syariah dapat dilihat pada tabel berikut.⁵

Tabel 4.4
Tipe kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel wisata baru Syariah

No	Tipe Kamar	Harga	Fasilitas
1	VIP Room 1	Rp 165.000	Kipas angin, Smart Tv, Lemari, Gantungan Baju, Penunjuk Kiblat, wifi, water heater, snack.
2	Kamar VIP / Deluks (VIP Room)	Rp.240.000	AC, Smart Tv, water heater, Lemari, Gantungan Baju, Penunjuk Kiblat, breakfast, snack
3	Suite Room	Rp. 352.000	AC, Smart Tv, water heater, Lemari, Gantungan Baju, Penunjuk Kiblat, breakfast, snack

Sumber: Data Hotel wisata baru Syariah, 2026

Berdasarkan tabel diatas hotel wisata baru syariah menyediakan 20 kamar yang terdiri atas dua tipe, yaitu Kamar Standar (*Standard*

⁵ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

Room) dan Kamar VIP/Deluks (*VIP Room*). Setiap tipe kamar memiliki harga yang berbeda sesuai dengan fasilitas yang disediakan. Kamar Standar ditawarkan dengan harga Rp165.000 per malam. Tipe kamar ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menunjang kenyamanan tamu, seperti *Air Conditioner* (AC), *Smart TV*, lemari pakaian, gantungan baju, penunjuk arah kiblat, akses Wi-Fi, serta *water heater*. Fasilitas tersebut disediakan untuk memenuhi kebutuhan dasar tamu selama menginap.

Sementara itu, Kamar *VIP/Deluks* memiliki tarif berkisar antara Rp200.000 hingga Rp240.000 per malam, tergantung pada jenis kamar dan fasilitas tambahan yang dipilih. Kamar ini juga dilengkapi dengan AC, *Smart TV*, *water heater*, lemari pakaian, gantungan baju, penunjuk arah kiblat, dan akses Wi-Fi, dengan ukuran kamar yang lebih luas sehingga memberikan kenyamanan lebih bagi tamu. Secara keseluruhan, penyediaan fasilitas pada setiap tipe kamar menunjukkan bahwa Hotel wisata baru syariah berupaya memberikan pelayanan yang nyaman kepada para tamu. Selain fasilitas umum seperti AC, televisi, dan akses internet, tersedianya penunjuk arah kiblat pada setiap kamar juga mencerminkan perhatian hotel terhadap kebutuhan ibadah tamu muslim. Dengan jumlah 20 kamar, Hotel Grand Dhytan memiliki kapasitas yang cukup untuk melayani tamu yang datang baik untuk keperluan wisata, perjalanan dinas, maupun kegiatan lainnya di Kabupaten Rejang Lebong.

Selain fasilitas yang tersedia pada setiap tipe kamar, Hotel wisata baru Syariah juga menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat digunakan oleh para tamu selama menginap.

Tabel 4.5
Fasilitas Umum Hotel wisata bari Syariah

No	Fasilitas Umum
1	Lobby
2	Mushola
3	Area Parkir
4	Toilet Umum
5	WiFi
6	Resepsionis 24 Jam

Sumber: Data Hotel wisata baru Syariah 2026.

Berdasarkan tabel diatas, Hotel wisata baru Syariah menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat digunakan oleh seluruh tamu selama menginap. Fasilitas tersebut meliputi lobby, mushola, area parkir, toilet umum, WiFi, resepsionis 24 jam, Keberadaan fasilitas umum ini bertujuan untuk menunjang kenyamanan dan kebutuhan tamu, baik untuk keperluan menginap Selain itu, penyediaan mushola juga mencerminkan penerapan konsep hotel syariah yang menjadi ciri khas Hotel wisata baru Syariah dalam memberikan pelayanan kepada tamu.⁶

4. Profil Hotel Grand Dhytan Syariah

Hotel Grand Dhytan adalah hotel yang mengusung konsep prinsip syariah yang terletak di Jalan Sukowati, Air Putih Lama, Curup, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Hotel ini berdiri pada tahun 2023 dan masuk dalam kategori hotel bintang satu yang

⁶ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26, Juni 2026, 10:30 WIB.

mengutamakan pelayanan halal, kenyamanan, serta nuansa Islami dalam setiap aspek operasionalnya. Kehadirannya di tengah kota Curup menjadi salah satu pilihan akomodasi yang cukup diminati, baik oleh wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam Rejang Lebong maupun tamu yang datang untuk keperluan bisnis. Dengan tagline "Stay Halal, Stay Nyaman", hotel ini tidak sekadar menawarkan tempat menginap, tetapi juga berupaya memberikan ketenangan bagi tamu yang menjaga nilai-nilai syariah dalam setiap perjalanan mereka.

Hotel ini menetapkan waktu check-in mulai pukul 14.00 WIB dan check-out pada pukul 12.00 WIB. Selain itu, hotel ini juga menyediakan layanan sarapan pagi bagi setiap tamu dengan dua porsi per kamar dengan menggunakan bahan-bahan makanan yang halal. Hal ini sejalan dengan identitas hotel sebagai hotel syariah yang tidak hanya memperhatikan aspek ibadah, tetapi juga menjaga kehalalan dalam setiap layanan yang diberikan kepada tamunya.

Sebagai hotel yang mengutamakan kenyamanan dan pelayanan berbasis syariah, Hotel Grand Dhytan menyediakan beberapa tipe kamar dengan fasilitas yang berbeda sesuai dengan kebutuhan tamu. Selain itu, hotel ini juga menawarkan berbagai fasilitas penunjang guna memberikan kenyamanan selama tamu menginap. Adapun tipe kamar, harga, dan fasilitas yang tersedia di Hotel Grand Dhytan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Tipe kamar, Harga, dan Fasilitas Hotel Grand Dhytan

No	Tipe Kamar	Jumlah Kamar	Harga	Fasilitas
1	Superior	4 Kamar	Rp 350.000	AC, Smart Tv, Electric Kettle, water heater, Lemari, Amenities, Gantungan Baju, Penunjuk Kiblat, Sajadah, Mukena.
2	Deluxe	6 Kamar	Rp450.000	AC, Smart Tv, Electric Kettle, water heater, Lemari, Amenities, Gantungan Baju, Penunjuk Kiblat, Sajadah, Mukena.
3	Super Deluxe	8 Kamar	Rp550.000	Seluruh Fasilitas Standard Room ditambah Lemari Es Mini dan Meja Belajar.
4	VIP	4 Kamar	Rp650.000	Seluruh Fasilitas Super Deluxe ditambah Sofa.

Sumber: Data Hotel Grand Dhytan, 2026

Berdasarkan tabel diatas, Hotel Grand Dhytan menyediakan 22 kamar dengan 4 tipe kamar, yaitu *Superior*, *Deluxe*, *Super Deluxe*, dan *VIP* dengan jumlah kamar serta harga yang berbeda pada setiap tipe. Perbedaan harga kamar dipengaruhi oleh kelengkapan fasilitas yang diberikan kepada tamu. Setiap kamar telah dilengkapi dengan fasilitas dasar seperti AC, *Smart TV*, *electric kettle*, *water heater*, lemari, gantungan baju, serta perlengkapan ibadah berupa penunjuk arah kiblat, sajadah dan mukena sebagai bentuk penerapan konsep hotel syariah. Adapun pada tipe *Super Deluxe* dan *VIP* terdapat tambahan fasilitas seperti lemari es mini, meja belajar, dan sofa untuk memberikan kenyamanan lebih bagi tamu. Selain fasilitas yang tersedia pada setiap tipe kamar, Hotel Grand Dhytan juga menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat digunakan oleh para tamu selama menginap.

Tabel 4.7

Fasilitas Umum Hotel Grand Dhytan

No	Fasilitas Umum
1	Lobby
2	Mushola
3	Area Parkir
4	Toilet Umum
5	WiFi
6	Resepsionis 24 Jam
7	Ballroom
8	Meeting Room

Sumber: Data Hotel Grand Dhytan, 2026

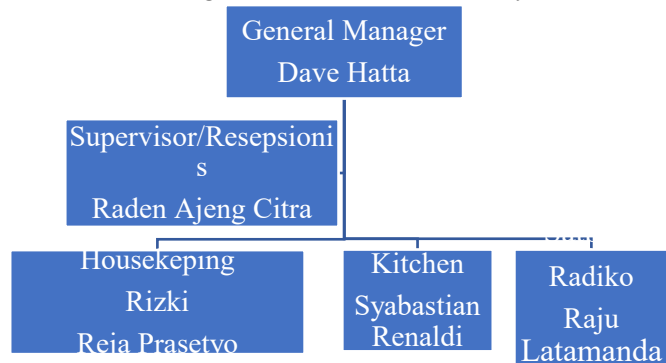
Berdasarkan tabel diatas, Hotel Grand Dhytan menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat digunakan oleh seluruh tamu selama menginap. Fasilitas tersebut meliputi *lobby*, mushola, area parkir, toilet umum, WiFi, resepsionis 24 jam, ballroom, serta meeting room yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan seperti rapat, seminar, maupun acara lainnya. Keberadaan fasilitas umum ini bertujuan untuk menunjang kenyamanan dan kebutuhan tamu, baik untuk keperluan menginap maupun kegiatan lain seperti acara pertemuan dan kegiatan bisnis. Selain itu, penyediaan mushola juga mencerminkan penerapan konsep hotel syariah yang menjadi ciri khas Hotel Grand Dhytan dalam memberikan pelayanan kepada tamu.⁷

Hotel Syariah dalam menjalankan operasionalnya, Hotel Grand Dhytan didukung oleh sejumlah karyawan yang bekerja di berbagai bidang. Adapun struktur organisasi Hotel Grand Dhytan adalah sebagai berikut:

⁷ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Hotel Grand Dhytan



Sumber: Diolah dari hasil wawancara dengan Raden Ajeng Citra, Supervisor sekaligus Resepsionis Hotel Grand Dhytan, 5 Mei 2026, Curup, Rejang Lebong.

Berdasarkan struktur di atas, Hotel Grand Dhytan dipimpin oleh seorang General Manager yaitu Dave Hatta. yang bertanggung jawab atas seluruh operasional hotel. Di bawahnya terdapat supervisor yang juga merangkap sebagai resepsionis, yaitu Raden Ajeng Citra, yang bertugas mengawasi jalannya pelayanan sekaligus melayani tamu di bagian depan hotel. Untuk bagian housekeeping, terdapat dua orang karyawan yaitu Rizki dan Reja Prasetyo yang tidak hanya bertugas membersihkan dan merapikan kamar, tetapi juga turut membantu dalam melayani tamu secara langsung. Bagian kitchen dikelola oleh Syabastian Renaldi yang berperan sebagai penanggung jawab dapur sekaligus memasak untuk kebutuhan tamu hotel. Sementara itu, untuk keamanan hotel terdapat dua orang satpam yaitu Radiko dan Raju Latamandari. Mengingat hotel ini masih tergolong kecil dengan jumlah karyawan yang terbatas, masing-masing karyawan tidak hanya menjalankan tugasnya sendiri tetapi juga saling membantu dan

melengkapi satu sama lain demi kelancaran pelayanan hotel secara keseluruhan.⁸

B. Temuan Hasil Penelitian

1. Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing*) Pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong.

Hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan observasi pada empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, yaitu Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah, menunjukkan berbagai bentuk penerapan prinsip pemasaran syariah dalam kegiatan penawaran produk dan pelayanan kepada konsumen. Hasil wawancara tersebut menggambarkan bagaimana pihak hotel menerapkan nilai-nilai syariah dalam memberikan pelayanan, menawarkan fasilitas, menyampaikan informasi mengenai produk hotel, serta menjalankan kegiatan pemasaran kepada masyarakat.

Penerapan pemasaran syariah pada penelitian ini dianalisis berdasarkan empat karakteristik pemasaran syariah, yaitu *rabbaniyyah* (ketuhanan), *akhlaqiyyah* (etis), *al-waqi'iyyah* (realistis), dan *insaniyyah* (humanistik). Keempat karakteristik tersebut digunakan untuk melihat kesesuaian antara kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak hotel dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah, khususnya dalam penawaran produk dan pelayanan kepada konsumen.

⁸ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

Adapun hasil wawancara mengenai penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah pada masing-masing hotel adalah sebagai berikut.

a. *Rabbaniyyah* (Ketuhanan)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diketahui bahwa seluruh hotel berupaya menerapkan nilai-nilai ketuhanan melalui penyediaan fasilitas ibadah dan penerapan aturan yang sesuai dengan syariat Islam. Meskipun demikian, bentuk penerapannya memiliki beberapa perbedaan pada setiap hotel.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa alasan hotel menggunakan label syariah adalah untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada tamu, khususnya tamu muslim.

*"Sebenarnya dari awal kami ingin hotel ini dikenal sebagai tempat menginap yang nyaman, terutama untuk tamu muslim. Jadi bukan hanya sekadar memakai nama syariah, tetapi memang kami ingin ada aturan yang dijalankan sesuai dengan ajaran Islam. Harapannya tamu juga merasa lebih tenang kalau menginap di sini."*⁹

Menurut beliau, nilai-nilai Islam diterapkan dalam operasional hotel melalui pelayanan yang ramah, penyediaan fasilitas ibadah, serta pemeriksaan identitas tamu saat proses check-in.

*"Kalau pelayanan ya kami usahakan ramah kepada semua tamu. Untuk operasionalnya kami menyediakan sajadah sama penunjuk arah kiblat di kamar dan juga disini tersedia mushola. Terus waktu tamu datang kami minta identitas dulu seperti pengecekan ktp, jadi ada aturan yang tetap kami jalankan supaya sesuai dengan konsep syariah."*¹⁰

⁹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24, Juni, 2026, 20:00 WIB

¹⁰ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24, Juni, 2026, 20:00 WIB

Selain itu, beliau juga menjelaskan bahwa terdapat aturan khusus untuk menjaga operasional hotel tetap sesuai dengan prinsip syariah.

"Yang utama tamu wajib menunjukkan identitas waktu check-in. Kalau pasangan ya kami lihat dulu identitasnya. Terus kami juga tidak memperbolehkan kegiatan yang mengganggu ketertiban atau bertentangan dengan aturan hotel."¹¹

Hal yang hampir sama disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menyampaikan bahwa penggunaan label syariah merupakan bagian dari konsep hotel sejak awal berdiri.

"Karena memang dari awal konsep hotel ini ingin memberikan tempat menginap yang nyaman dengan tetap membawa nilai-nilai Islam. Banyak tamu juga memilih hotel syariah karena merasa lebih aman dan sesuai dengan kebutuhannya."¹²

Dalam pelaksanaannya, nilai-nilai Islam diterapkan melalui pelayanan yang sopan kepada tamu serta penyediaan fasilitas ibadah.

"Kami melayani tamu seperti biasa, tapi tetap mengutamakan sopan santun. Di hotel juga tersedia mushalla, sajadah, sama arah kiblat. Kalau ada tamu yang membutuhkan bantuan, kami usahakan membantu dengan baik."¹³

Beliau juga menjelaskan bahwa hotel memiliki aturan yang harus dipatuhi oleh seluruh tamu.

"Setiap tamu tetap diminta menunjukkan identitas saat check-in, kami meminta tamu menunjukan ktp, buku nikah/foto bagi yang ingin menginap pelepasan. Kami juga menjaga supaya lingkungan hotel tetap nyaman dan tidak ada aktivitas yang bertentangan dengan aturan hotel."¹⁴

¹¹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB.

¹² M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 01:30 WIB.

¹³ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 01:30 WIB.

¹⁴ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 01:30 WIB.

Sementara itu, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsiois Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa penggunaan label syariah bertujuan memberikan keyakinan kepada tamu bahwa hotel berusaha menerapkan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

"Supaya masyarakat tahu kalau hotel ini memang berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Jadi tamu yang datang juga lebih yakin dan merasa nyaman, kami juga mengukon konsep Syariah agar usah lebih berkah."¹⁵

Beliau menjelaskan bahwa penerapan nilai Islam dilakukan melalui pelayanan yang ramah, penyediaan fasilitas ibadah, serta menjaga etika dalam melayani tamu.

"Kalau pelayanan kami mengutamakan keramahan dan sopan santun. Di beberapa kamar sudah ada arah kiblat, kemudian tersedia juga mushalla untuk tamu yang ingin beribadah, belum disediakan alat sholat dikamar tapi dimushalla sudah disedian jika tamu meminta kami sedikan, biasanya tamu juga membawa alat sholat masing-masing."¹⁶

Mengenai aturan hotel, beliau menyampaikan:

"Semua tamu wajib menunjukkan identitas seperti ktp, buku nikah/poto nikah, agar tidak terjadi hal-hal yang melanggar aturan yang telah diterapkan dihotel. Kalau memang ada hal yang masih belum jelas, biasanya kami minta penjelasan lagi kepada tamu supaya sesuai dengan aturan hotel."¹⁷

Selanjutnya, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menyampaikan bahwa penggunaan label syariah merupakan bentuk komitmen hotel dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan ajaran Islam.

"Karena memang konsep hotel ini dari awal kami merubahnya menggunakan konsep Syariah karena kami ingin memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariah. Jadi tamu yang

¹⁵ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 10:30 WIB.

¹⁶ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 10:30 WIB.

¹⁷ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 10:30 WIB.

*menginap bisa merasa lebih nyaman dan percaya dengan pelayanan yang kami berikan."*¹⁸

Beliau menjelaskan bahwa nilai-nilai Islam diwujudkan melalui pelayanan yang sopan, penyediaan fasilitas ibadah yang memadai, serta menjaga kebersihan perlengkapan ibadah.

*"Kami berusaha melayani tamu dengan baik dan sopan. Selain itu tersedia mushalla, arah kiblat di kamar, sajadah, dan mukena yang selalu kami siapkan supaya tamu lebih mudah beribadah selama menginap."*¹⁹

Mengenai aturan hotel, beliau menjelaskan:

*"Setiap tamu wajib menunjukkan identitas seperti pengecekan ktp, buku nikah/foto nikah Kalau tamu datang berpasangan, kami pastikan dulu datanya. Kami juga tidak menyediakan hiburan yang bertentangan dengan konsep hotel syariah."*²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa seluruh hotel menggunakan label syariah sebagai bentuk komitmen untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penerapan nilai Rabbaniyyah terlihat dari penyediaan fasilitas ibadah, pelayanan yang mengedepankan keramahan dan kesopanan, serta penerapan aturan seperti pemeriksaan identitas tamu dan pembatasan aktivitas yang bertentangan dengan prinsip syariah. Meskipun terdapat perbedaan pada fasilitas dan mekanisme operasional masing-masing hotel, seluruh informan menunjukkan adanya upaya menjaga identitas hotel sebagai hotel berlabel syariah.

b. *Akhlaqiyyah* (Etis)

¹⁸ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

¹⁹ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

²⁰ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diperoleh informasi bahwa penerapan prinsip *Akhlaqiyyah* (etis) diwujudkan melalui cara hotel mempromosikan layanan, memberikan informasi kepada calon tamu, serta menyikapi kritik dan keluhan. Secara umum, seluruh hotel berupaya menyampaikan informasi mengenai fasilitas dan harga secara terbuka serta mengutamakan sikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada tamu.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa hotel tidak melakukan promosi secara besar-besaran. Promosi lebih banyak dilakukan melalui media sosial dan dari rekomendasi tamu yang pernah menginap.

*"Kalau promosi kami paling lewat WhatsApp sama Facebook. Banyak juga tamu yang datang karena rekomendasi dari tamu sebelumnya."*²¹

Beliau menjelaskan bahwa sebelum tamu melakukan pemesanan, pihak hotel selalu menyampaikan informasi mengenai harga kamar, fasilitas yang tersedia, serta aturan yang berlaku di hotel.

*"Biasanya kami jelaskan dulu harga kamarnya, fasilitas yang didapat, sama aturan hotel supaya tamu sudah tahu sebelum menginap."*²²

Terkait kritik dan keluhan, beliau menyampaikan bahwa setiap masukan dari tamu dijadikan bahan evaluasi.

"Kalau ada tamu yang menyampaikan keluhan, kami dengarkan dulu. Kalau memang bisa langsung diperbaiki ya kami usahakan"

²¹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

²² Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

*segera diperbaiki supaya tamu tetap merasa nyaman dan tenang ketika mereka ingin kembali menginap."*²³

Hal yang hampir sama disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menjelaskan bahwa hotel memanfaatkan media sosial dan aplikasi pemesanan hotel sebagai sarana promosi.

*"Promosi biasanya melalui media sosial seperti instgram, facebook, tiktok dan aplikasi online seperti Traveloka. Di sana tamu sudah bisa melihat informasi kamar dan fasilitas yang tersedia."*²⁴

Menurut beliau, sebelum tamu melakukan pemesanan, pihak hotel memberikan informasi mengenai tipe kamar, fasilitas, harga, serta pelayanan yang akan diterima.

*"Kami jelaskan fasilitas setiap tipe kamar, harga, termasuk kalau kamar itu sudah termasuk sarapan atau belum agar tamu tau dan tidak terjadi diskomunikasi diantara pihak hotel dan tamu yang menginap."*²⁵

Beliau juga menjelaskan bahwa apabila terdapat keluhan dari tamu, pihak hotel akan segera menindaklanjuti.

*"Kalau ada komplain, kami dengarkan dulu apa kendalanya. Setelah itu kami sampaikan ke bagian yang terkait supaya bisa segera ditangani."*²⁶

Selanjutnya, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa promosi hotel dilakukan melalui media sosial serta aplikasi pemesanan daring.

"Kami menggunakan media sosial untuk mempromosikan hotel sama aplikasi pemesanan online supaya tamu lebih mudah mengetahui hotel kami dan juga dimana hotel ini memiliki letak

²³ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

²⁴ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 01:30 WIB.

²⁵ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 01:30 WIB.

²⁶ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni, 2026, 01:30 WIB.

*yang strategi dipinggir jalan raya jadi bagi tamu yang ingin menginap lebih mudah bagi mereka menemukan hotel ini."*²⁷

Beliau menjelaskan bahwa informasi mengenai harga dan fasilitas selalu disampaikan kepada tamu sebelum proses check-in maupun pemesanan kamar.

*"Biasanya tamu bertanya dulu mengenai harga dan fasilitas. Kami jelaskan sesuai kondisi yang ada supaya tidak terjadi kesalah pahaman."*²⁸

Mengenai keluhan tamu, beliau mengatakan:

*"Kalau ada tamu yang menyampaikan keluhan, kami usahakan langsung ditindak lanjuti. Kalau memang perlu bantuan dari bagian lain, kami koordinasikan supaya cepat selesai."*²⁹

Sementara itu, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa hotel mempromosikan layanan melalui media sosial dan platform pemesanan hotel secara daring.

*"Sekarang promosi lebih banyak lewat media social seperti instagram, facebook, sama aplikasi booking online karena lebih mudah dijangkau calon tamu."*³⁰

Beliau juga menjelaskan bahwa seluruh informasi mengenai harga, fasilitas, maupun ketentuan hotel disampaikan kepada tamu sebelum melakukan pemesanan.

*"Kami jelaskan dulu harga kamar, fasilitas yang didapat, sama aturan hotel supaya tamu sudah memahami sebelum menginap."*³¹

²⁷ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

²⁸ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

²⁹ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

³⁰ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

³¹ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

Terkait kritik dan keluhan, beliau menyampaikan bahwa hotel berusaha memberikan solusi sesuai dengan permasalahan yang dialami tamu.

"Kalau ada tamu yang komplain, kami mendengarkan keluhannya. Setelah itu kami cari solusi yang terbaik supaya tamu tetap merasa nyaman pada saat mereka kembali lagi menginap."³²

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa penerapan prinsip *Akhlaqiyyah* (etis) telah diwujudkan melalui penyampaian informasi yang jelas mengenai harga dan fasilitas, penggunaan media promosi yang tidak berlebihan, serta sikap terbuka dalam menerima kritik dan keluhan dari tamu. Masing-masing hotel juga berupaya memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif sebagai bagian dari etika dalam melayani konsumen.

c. *Al-Waqi'iyah* (realistis)

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diperoleh informasi bahwa penerapan prinsip *Al-Waqi'iyah* (realistis) tercermin dalam penyediaan fasilitas dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan tamu, penetapan harga kamar yang mempertimbangkan fasilitas yang diberikan, serta upaya hotel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kondisi dan kemampuan masing-masing hotel. Meskipun terdapat perbedaan fasilitas dan tarif antarhotel, seluruh informan

³² Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, Juli 2026, 01:00 WIB.

menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan tetap mengutamakan kenyamanan tamu.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa hotel menyediakan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan dasar tamu selama menginap. Selain fasilitas kamar seperti tempat tidur, pendingin ruangan, televisi, dan kamar mandi, hotel juga menyediakan perlengkapan ibadah berupa sajadah dan penunjuk arah kiblat. Untuk konsumsi, Hotel Berkah Syariah tidak menyediakan sarapan, namun memberikan minuman berupa teh dan kopi yang dapat dinikmati oleh tamu.

*"Fasilitas yang kami sediakan memang disesuaikan dengan kebutuhan tamu. Di kamar sudah ada AC, TV, kamar mandi, terus juga ada sajadah sama arah kiblat. Untuk makan kami belum menyediakan sarapan, tapi tamu bisa menikmati teh atau kopi yang kami sediakan dan itu dikasih free dari hotel."*³³

Mengenai tarif kamar, beliau menjelaskan bahwa harga ditentukan berdasarkan jenis kamar dan fasilitas yang tersedia.

*"Harga kamar kami mulai sekitar Rp150.000 sampai Rp350.000. Penentuannya disesuaikan dengan ukuran kamar dan fasilitas yang didapat tamu. Sebelum tamu menginap, harga selalu kami sampaikan terlebih dahulu supaya tidak terjadi kesalah pahaman."*³⁴

Beliau juga menyampaikan bahwa pelayanan selalu disesuaikan dengan kebutuhan tamu selama masih dapat dipenuhi oleh pihak hotel.

*"Kalau ada kebutuhan tambahan dari tamu, selama memang bisa kami bantu ya kami usahakan. Yang penting tamu merasa nyaman selama menginap."*³⁵

³³ Fatur Rahman, Wawancara, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

³⁴ Fatur Rahman, Wawancara, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

³⁵ Fatur Rahman, Wawancara, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

Hal yang sama juga disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Menurut beliau, hotel menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung kenyamanan tamu, seperti mushalla, restoran, coffee shop, ruang pertemuan, area parkir, serta akses internet. Selain itu, tamu juga mendapatkan sarapan sesuai dengan tipe kamar yang dipesan.

"Kami menyediakan fasilitas yang cukup lengkap, mulai dari mushalla, restoran, coffee shop, meeting room, parkir, sampai Wi-Fi. Untuk tamu yang menginap juga sudah mendapatkan sarapan sesuai dengan tipe kamar yang dipilih."³⁶

Terkait penentuan harga kamar, beliau menjelaskan bahwa tarif disesuaikan dengan tipe kamar dan fasilitas yang diperoleh tamu.

"Setiap tipe kamar memiliki harga yang berbeda mulai dari 350.000- 490.000 karena fasilitasnya juga berbeda. Semua informasi mengenai harga sudah kami sampaikan kepada tamu sebelum melakukan pemesanan, jadi tamu bisa memilih kamar sesuai kebutuhannya."³⁷

Beliau juga menyampaikan bahwa pelayanan selalu berusaha menyesuaikan kebutuhan tamu selama tidak bertentangan dengan kebijakan hotel.

"Kalau ada permintaan dari tamu, kami lihat dulu kebutuhannya. Selama masih bisa kami penuhi tentu akan kami bantu supaya tamu merasa nyaman selama menginap."³⁸

Selanjutnya, Putri malia Agustina selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa hotel menyediakan fasilitas yang cukup memadai bagi tamu, termasuk fasilitas ibadah berupa mushalla serta penunjuk arah kiblat di beberapa kamar. Selain

³⁶ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

³⁷ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

³⁸ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

itu, hotel juga menyediakan sarapan sebagai bagian dari pelayanan kepada tamu yang menginap.

"Fasilitas yang tersedia menyesuaikan kebutuhan tamu. Ada kamar dengan fasilitas yang lengkap, mushalla juga tersedia, dan tamu yang menginap mendapatkan sarapan sesuai dengan tipe yang mereka pesan. Kami berusaha memberikan pelayanan yang terbaik sesuai kemampuan hotel."³⁹

Beliau menjelaskan bahwa harga kamar ditetapkan berdasarkan tipe kamar dan fasilitas yang tersedia sehingga tamu dapat memilih sesuai kebutuhan dan kemampuan.

"Harga kamar sudah ditentukan sesuai tipe kamarnya harga kamar dimulai dari Rp.165.000-Rp.352.000. Sebelum tamu memesan, kami jelaskan dulu harga dan fasilitas yang akan didapat supaya semuanya jelas dari awal."⁴⁰

Menurut mbak putri juga mengatakan, pelayanan kepada tamu selalu diupayakan menyesuaikan kebutuhan masing-masing tamu.

"Kalau tamu membutuhkan bantuan atau ada permintaan tertentu, kami usahakan membantu selama masih menjadi bagian dari pelayanan hotel."⁴¹

Sementara itu, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa hotel menyediakan berbagai fasilitas yang bertujuan memberikan kenyamanan kepada tamu, seperti mushalla, sajadah, mukena, penunjuk arah kiblat, akses internet, serta sarapan. Menurut beliau, seluruh fasilitas tersebut disediakan sebagai bentuk pelayanan kepada tamu yang menginap.

"Kami menyediakan fasilitas sesuai kebutuhan tamu, seperti mushalla, sajadah, mukena, arah kiblat di kamar, Wi-Fi, dan sarapan. Kami ingin tamu merasa nyaman selama berada di

³⁹ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁴⁰ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁴¹ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

*hotel dan juga hotel menyediakan meeting room bagi tamu yang ingin rapat."*⁴²

Beliau juga menjelaskan bahwa tarif kamar ditentukan berdasarkan tipe kamar dan fasilitas yang diperoleh tamu.

*"Harga kamar berbeda-beda mulai dari haraga Rp. 350.000-Rp.650.000 sesuai tipe kamar. Sebelum tamu melakukan check-in atau memesan kamar, kami selalu menjelaskan terlebih dahulu mengenai harga dan fasilitas yang akan diperoleh."*⁴³

Selain itu, beliau menyampaikan bahwa hotel selalu berusaha memberikan pelayanan yang menyesuaikan kebutuhan tamu.

*"Kami berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamu. Kalau ada kebutuhan atau permintaan selama masih bisa dipenuhi, tentu akan kami bantu agar tamu merasa puas dengan pelayanan kami."*⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa penerapan prinsip *Al-Waqi'iyah* (realistis) telah diwujudkan melalui penyediaan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan tamu, penetapan tarif kamar berdasarkan jenis fasilitas yang diberikan, serta pelayanan yang berusaha menyesuaikan kebutuhan tamu sesuai dengan kemampuan masing-masing hotel. Perbedaan fasilitas dan harga di setiap hotel menunjukkan bahwa penerapan konsep syariah tidak ditentukan oleh kemewahan fasilitas, melainkan oleh komitmen hotel dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan tamu secara wajar, terbuka, dan tidak berlebihan.

d. *Insaniyyah* (humanistis)

⁴² Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, Juli 2026, 01:00 WIB.

⁴³ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, Juli 2026, 01:00 WIB.

⁴⁴ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, Juli 2026, 01:00 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diperoleh informasi bahwa penerapan prinsip *Insaniyyah* (humanistik) diwujudkan melalui pelayanan yang ramah, sopan, tidak membedakan tamu berdasarkan latar belakang, serta berupaya memenuhi kebutuhan tamu selama menginap. Seluruh informan menyampaikan bahwa kepuasan dan kenyamanan tamu menjadi salah satu prioritas dalam memberikan pelayanan.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa setiap tamu yang datang akan disambut dengan ramah dan dilayani sesuai dengan prosedur yang berlaku. Menurut beliau, seluruh tamu diperlakukan sama tanpa membedakan latar belakang maupun profesinya.

*"Kalau ada tamu datang, kami sambut dengan baik, kami bantu proses check-in, lalu kami jelaskan fasilitas yang ada di kamar. Semua tamu kami layani dengan sama, tidak pernah membedakan siapa yang datang menginap."*⁴⁵

Beliau juga menjelaskan bahwa apabila tamu membutuhkan bantuan selama menginap, pihak hotel akan berusaha membantu sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

*"Kalau ada tamu yang membutuhkan sesuatu atau ada kendala di kamar, biasanya langsung disampaikan ke kami. Selama memang bisa kami bantu, tentu akan kami usahakan supaya tamu tetap merasa nyaman."*⁴⁶

⁴⁵ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24, Juni, 2026, 20:00 WIB

⁴⁶ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24, Juni, 2026, 20:00 WIB

Menurut beliau, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan sopan, jujur, dan mampu memberikan rasa nyaman kepada tamu.

*"Yang penting menurut kami tamu merasa nyaman. Kalau tamu pulang dengan kesan yang baik, berarti pelayanan yang kami berikan sudah sesuai."*⁴⁷

Hal serupa juga disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menjelaskan bahwa setiap tamu akan disambut dengan sikap ramah serta diberikan informasi mengenai fasilitas hotel agar tamu merasa terbantu selama menginap.

*"Begitu tamu datang kami sambut, kami bantu proses check-in, lalu kami jelaskan fasilitas hotel dan mengantar tamu kalau memang diperlukan. Kami berusaha memberikan pelayanan yang sopan kepada semua tamu."*⁴⁸

Beliau juga menjelaskan bahwa pihak hotel selalu berusaha memenuhi kebutuhan tamu selama masih berada dalam ruang lingkup pelayanan hotel.

*"Kalau ada permintaan tambahan dari tamu, misalnya informasi atau bantuan lainnya, kami usahakan membantu sebaik mungkin. Yang penting tamu merasa diperhatikan selama menginap."*⁴⁹

Menurut beliau, pelayanan yang baik bukan hanya memberikan fasilitas yang lengkap, tetapi juga bagaimana karyawan bersikap ramah, cepat tanggap, dan menghargai tamu.

*"Menurut saya pelayanan yang baik itu ketika tamu merasa dihargai dan kebutuhannya bisa kami bantu dengan baik."*⁵⁰

⁴⁷ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB.

⁴⁸ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁴⁹ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁵⁰ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

Sementara itu, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsiois Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa hotel selalu berusaha memberikan pelayanan yang ramah sejak tamu datang hingga selesai menginap. Setiap tamu dilayani dengan sopan tanpa membedakan latar belakangnya.

"Kami menyambut tamu dengan ramah sesuai dengan sop hotel, membantu proses check-in, lalu menjelaskan fasilitas yang tersedia. Selama tamu menginap, kalau ada yang dibutuhkan kami usahakan membantu semampu kami."⁵¹

Beliau juga menyampaikan bahwa apabila terdapat keluhan atau kendala yang dialami tamu, pihak hotel akan segera memberikan solusi agar tamu tetap merasa nyaman.

"Kalau ada keluhan dari tamu, biasanya langsung kami tindak lanjuti. Kami ingin tamu tetap merasa nyaman selama menginap di hotel."⁵²

Menurut beliau, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan dan meninggalkan kesan positif bagi tamu.

"Kalau tamu merasa puas dan ingin menginap lagi, berarti pelayanan yang kami berikan sudah cukup baik."⁵³

Selanjutnya, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa hotel mengutamakan sikap ramah, sopan, dan menghormati setiap tamu yang datang. Menurut beliau, pelayanan yang baik tidak hanya dilihat dari fasilitas, tetapi juga dari sikap karyawan dalam melayani tamu.

⁵¹ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26, Juni 2026, 10:30 WIB.

⁵² Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26, Juni 2026, 10:30 WIB.

⁵³ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26, Juni 2026, 10:30 WIB.

"Kami selalu berusaha menyambut tamu dengan ramah, membantu proses check-in, menjelaskan fasilitas hotel, dan siap membantu apabila ada kebutuhan selama tamu menginap."⁵⁴

Beliau juga menjelaskan bahwa pihak hotel akan segera merespons apabila terdapat keluhan dari tamu agar kenyamanan tamu tetap terjaga.

"Kalau ada tamu yang menyampaikan keluhan, kami dengarkan dulu, kemudian kami cari solusi yang paling cepat supaya tamu tetap merasa nyaman selama menginap."⁵⁵

Menurut beliau, pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang dilakukan dengan tulus, sopan, dan mampu memberikan kepuasan kepada tamu.

"Kami ingin tamu merasa nyaman seperti berada di rumah sendiri. Jadi kami berusaha melayani dengan baik tanpa membedakan tamu."⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa penerapan prinsip *Insaniyyah* (humanistik) telah diwujudkan melalui pelayanan yang ramah, sopan, dan tidak membedakan tamu berdasarkan latar belakangnya. Seluruh hotel juga berupaya memenuhi kebutuhan tamu, memberikan solusi atas keluhan yang disampaikan, serta menciptakan suasana yang nyaman selama tamu menginap. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kemanusiaan dan penghormatan terhadap konsumen menjadi salah satu bentuk implementasi pemasaran syariah pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

⁵⁴ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, juli 2026, 01:00 WIB.

⁵⁵ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, juli 2026, 01:00 WIB.

⁵⁶ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, juli 2026, 01:00 WIB.

2. Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Hotel Berlabel Syariah Di Kabupaten Rejang Lebong.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan observasi pada empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, yaitu Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah, diperoleh berbagai informasi mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan pelayanan dan transaksi hotel. Hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pihak hotel menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam menjalankan kegiatan usahanya, khususnya yang berkaitan dengan kejujuran, tanggung jawab, keterbukaan informasi, serta profesionalitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Penerapan etika bisnis Islam pada penelitian ini dianalisis berdasarkan empat prinsip, yaitu *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan secara terbuka), dan *fathanah* (cerdas dan profesional). Keempat prinsip tersebut digunakan untuk melihat bagaimana pihak hotel memberikan informasi mengenai fasilitas, harga, pelayanan, serta metode pembayaran kepada konsumen. Hasil wawancara dari masing-masing informan selanjutnya digunakan untuk menggambarkan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

Adapun hasil wawancara dengan pihak pengelola dan karyawan dari masing-masing hotel mengenai penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah sebagai berikut.

a. *Shiddiq* (jujur)

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diperoleh informasi bahwa penerapan sifat *Shiddiq* (jujur) diwujudkan melalui keterbukaan dalam menyampaikan informasi mengenai fasilitas, harga, pelayanan, serta kondisi hotel kepada calon tamu. Seluruh informan menyampaikan bahwa informasi yang diberikan kepada tamu harus sesuai dengan kondisi sebenarnya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman maupun kekecewaan setelah tamu menginap.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa sebelum tamu melakukan pemesanan, pihak hotel selalu menyampaikan informasi mengenai harga kamar, fasilitas yang tersedia, serta aturan yang berlaku di hotel. Menurut beliau, keterbukaan informasi merupakan salah satu cara menjaga kepercayaan tamu.

*"Kami selalu menjelaskan dulu harga kamar, fasilitas yang tersedia, sama aturan hotel sebelum tamu memesan. Jadi tamu sudah tahu dari awal apa saja yang akan mereka dapatkan."*⁵⁷

Beliau juga menjelaskan bahwa apabila terdapat fasilitas yang sedang tidak dapat digunakan, pihak hotel akan menyampaikan kondisi tersebut kepada tamu.

⁵⁷ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24, Juni, 2026, 20:00 WIB

"Kalau memang ada fasilitas yang sedang diperbaiki atau belum bisa dipakai, kami sampaikan dari awal ke tamu supaya tidak ada salah paham."⁵⁸

Terkait makanan dan minuman yang disediakan, beliau mengakui bahwa hotel belum memiliki sertifikat halal. Namun, pihak hotel tetap berusaha memastikan kehalalan bahan baku yang digunakan.

"Kalau sertifikat halal memang belum ada. Tapi untuk teh, kopi, dan bahan yang kami gunakan, kami beli sendiri dan kami pastikan produknya halal."⁵⁹

Hal yang sama disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menjelaskan bahwa seluruh informasi mengenai tipe kamar, harga, fasilitas, serta pelayanan disampaikan secara terbuka kepada tamu sebelum proses pemesanan dilakukan.

"Kami menjelaskan sesuai kondisi yang ada. Kalau tamu bertanya mengenai fasilitas atau harga, kami sampaikan apa adanya supaya tamu bisa mempertimbangkan sebelum memesan."⁶⁰

Beliau juga menjelaskan bahwa Hotel Syakila Syariah menyediakan sarapan bagi tamu, namun hingga saat ini makanan yang disajikan belum memiliki sertifikat halal.

"Untuk makanan memang belum ada sertifikat halal. Tetapi kami menggunakan bahan yang kami pilih sendiri dan kami pastikan berasal dari bahan yang halal untuk dikonsumsi."⁶¹

Selanjutnya, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa keterbukaan informasi

⁵⁸ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

⁵⁹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

⁶⁰ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁶¹ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

menjadi bagian penting dalam pelayanan kepada tamu. Oleh karena itu, pihak hotel selalu menjelaskan harga, fasilitas, serta aturan hotel sebelum tamu melakukan check-in.

"Kami berusaha menjelaskan semua informasi kepada tamu sesuai kondisi yang ada. Jadi tamu sudah mengetahui fasilitas, harga, dan aturan hotel sebelum menginap."⁶²

Beliau juga mengakui bahwa makanan yang disediakan hotel belum memiliki sertifikat halal, namun pihak hotel tetap menjaga kehalalan bahan makanan yang digunakan.

"Memang belum ada sertifikat halal, tetapi bahan makanan kami beli sendiri dan kami pilih yang jelas kehalalannya. Jadi kami tetap berusaha menjaga kepercayaan tamu."⁶³

Sementara itu, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa pihak hotel selalu menyampaikan informasi mengenai harga, fasilitas, serta pelayanan secara jelas kepada tamu sebelum pemesanan dilakukan.

"Kami menjelaskan harga kamar, fasilitas yang tersedia, dan pelayanan yang akan diterima tamu sebelum mereka melakukan check-in. Jadi semuanya sudah jelas sejak awal."⁶⁴

Beliau juga menjelaskan bahwa meskipun hotel belum memiliki sertifikat halal untuk makanan yang disajikan, pihak hotel berusaha menjaga kehalalan bahan baku dengan membeli sendiri bahan makanan yang digunakan setiap hari.

"Kalau sertifikat halal memang belum ada. Tetapi bahan makanan kami beli sendiri ke pasar dan kami memilih bahan

⁶² Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26, Juni 2026, 10:30 WIB.

⁶³ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26, Juni 2026, 10:30 WIB.

⁶⁴ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01, Juli 2026, 01:00 WIB.

*yang halal. Kami juga tidak bekerja sama dengan pemasok tertentu, jadi bahan yang digunakan selalu kami kontrol."*⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa penerapan sifat *Shiddiq* (jujur) diwujudkan melalui keterbukaan dalam menyampaikan informasi mengenai harga, fasilitas, pelayanan, serta aturan hotel kepada tamu. Selain itu, seluruh informan juga mengakui secara terbuka bahwa makanan dan minuman yang disediakan belum memiliki sertifikat halal. Meskipun demikian, masing-masing hotel menyatakan tetap berupaya menjaga kehalalan bahan baku dengan memilih dan membeli sendiri bahan yang digunakan. Temuan ini menunjukkan adanya upaya untuk menerapkan kejujuran dalam penyampaian informasi kepada konsumen, meskipun masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, khususnya terkait sertifikasi halal makanan.

b. *Amanah* (dapat dipercaya)

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diperoleh informasi bahwa penerapan sifat *Amanah* (dapat dipercaya) diwujudkan melalui komitmen hotel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, menjaga kepercayaan tamu, serta menyediakan sistem transaksi yang jelas dan mudah digunakan. Seluruh informan menyampaikan bahwa kepercayaan tamu merupakan hal yang penting

⁶⁵ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

karena berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan tamu untuk kembali menginap.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa pihak hotel selalu berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan informasi yang telah disampaikan kepada tamu. Menurut beliau, fasilitas dan pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang dijelaskan pada saat pemesanan agar tamu tidak merasa dirugikan.

*"Kalau tamu sudah memesan kamar, kami berusaha memberikan fasilitas sesuai yang sudah kami jelaskan dari awal. Jadi apa yang kami sampaikan ke tamu harus sama dengan yang mereka dapatkan."*⁶⁶

Beliau juga menjelaskan bahwa Hotel Berkah Syariah menyediakan pembayaran secara tunai maupun transfer melalui Bank BCA dan Bank BRI. Penggunaan rekening bank tersebut dipilih karena lebih banyak digunakan oleh tamu dan dinilai lebih praktis.

*"untuk pembayaran kami masih menggunakan rekening BCA dan BRI, atau bisa juga dibayar secara tunai (cash). Sampai sekarang kami belum menggunkan bank syriah sebagai alat transaksi."*⁶⁷

Menurut beliau, menjaga kepercayaan tamu dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik serta menyelesaikan setiap permasalahan yang muncul selama tamu menginap.

*"Kalau ada kendala, kami usahakan langsung kami tangani. Yang penting tamu merasa diperhatikan dan tetap percaya dengan pelayanan kami."*⁶⁸

⁶⁶ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni,2026, 20:00 WIB

⁶⁷ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni,2026, 20:00 WIB

⁶⁸ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni,2026, 20:00 WIB

Hal serupa disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menjelaskan bahwa pihak hotel selalu berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan informasi yang telah disampaikan kepada tamu, baik mengenai fasilitas maupun pelayanan yang akan diterima.

*"Kami berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan yang sudah kami informasikan kepada tamu. Jadi tidak ada yang dilebih-lebihkan ataupun dikurangi."*⁶⁹

Beliau menjelaskan bahwa Hotel Syakila Syariah menerima pembayaran secara tunai, transfer melalui bank konvensional, dan mulai menyediakan pembayaran melalui Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk memudahkan tamu yang menggunakan layanan perbankan syariah.

*"Untuk transaksi pembayaran, kami menggunakan beberapa bank, yaitu Bank Mandiri, BRI, dan juga Bank Syariah Indonesia (BSI). Jadi tamu bisa melakukan pembayaran melalui rekening yang tersedia, termasuk menggunakan bank syariah."*⁷⁰

Menurut beliau, penggunaan beberapa metode pembayaran dilakukan agar transaksi menjadi lebih mudah tanpa mengurangi kualitas pelayanan kepada tamu.

*"Yang penting tamu merasa mudah saat melakukan pembayaran. Kami menyesuaikan dengan kebutuhan tamu karena tidak semua menggunakan bank yang sama."*⁷¹

Sementara itu, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa pihak hotel selalu berusaha menjaga kepercayaan tamu dengan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sejak awal.

⁶⁹ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁷⁰ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁷¹ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

"Kami memberikan pelayanan sesuai dengan informasi yang sudah kami jelaskan. Kalau ada yang kurang jelas, biasanya langsung kami sampaikan kepada tamu supaya tidak terjadi kesalah pahaman."⁷²

Beliau juga menjelaskan bahwa pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun melalui transfer Bank BCA sesuai dengan pilihan tamu.

"Untuk pembayaran bisa tunai atau transfer ke rekening BCA. Selama ini tamu lebih banyak menggunakan dua cara itu dan memang kami belum mengunkan bank Syariah atau kerja sama dengan bank syraiah."⁷³

Menurut beliau, menjaga kepercayaan tamu tidak hanya melalui pelayanan, tetapi juga melalui sikap jujur dan bertanggung jawab dalam setiap transaksi.

"Kalau ada kendala atau kesalahan dari kami, kami sampaikan dengan jujur dan kami usahakan segera diperbaiki supaya tamu tetap percaya."⁷⁴

Selanjutnya, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa pihak hotel selalu berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan kepada tamu.

"Kami berusaha supaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan informasi yang sudah diterima tamu sebelum mereka menginap. Jadi tamu mendapatkan apa yang memang sudah kami jelaskan."⁷⁵

Beliau menjelaskan bahwa Hotel Grand Dhytan Syariah menerima pembayaran yang dilakukan oleh tamu dapat melalui rekening Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), maupun secara

⁷² Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁷³ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁷⁴ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁷⁵ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

tunai (*cash*). Hingga saat ini, pihak hotel belum menggunakan layanan lembaga keuangan syariah karena telah memiliki kerja sama dengan beberapa bank konvensional sebagai mitra (*vendor*) dalam kegiatan operasional hotel. Hal tersebut disampaikan oleh raden ajeng citra selaku supervisor/resepsionis hotel

*"Untuk transaksi pembayaran kami saat ini masih menggunakan rekening BNI, BRI, atau pembayaran tunai. Sampai sekarang kami belum bekerja sama dengan bank syariah karena hotel sudah memiliki kerja sama dengan beberapa bank sebagai vendor. Kalau hotel mengadakan acara, biasanya mereka juga siap menjadi sponsor."*⁷⁶

Ketika ditanyakan mengenai alasan masih menggunakan bank konvensional, beliau menjelaskan bahwa penggunaan rekening tersebut masih dipertahankan karena lebih praktis dan telah lama digunakan dalam operasional hotel.

*"Sampai sekarang kami masih menggunakan rekening bank konvensional karena memang lebih banyak digunakan oleh tamu dan juga lebih memudahkan transaksi operasional hotel, dan kami juga belum bekerja sama dengan bank syariaah"*⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa penerapan sifat *Amanah* (dapat dipercaya) diwujudkan melalui upaya hotel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan informasi yang telah disampaikan kepada tamu serta menjaga kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang bertanggung jawab. Selain itu, seluruh hotel telah menyediakan sistem pembayaran yang jelas, baik secara tunai maupun transfer bank. Hotel Berkah Syariah dan Hotel Wisata Baru Syariah menggunakan pembayaran melalui Bank

⁷⁶ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

⁷⁷ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

BCA, Hotel Grand Dhytan Syariah menggunakan Bank BCA dan BRI, sedangkan Hotel Syakila Syariah selain menggunakan pembayaran tunai juga telah mulai menyediakan pembayaran melalui Bank Syariah Indonesia (BSI). Meskipun demikian, sebagian besar transaksi masih menggunakan rekening bank konvensional dengan alasan kemudahan operasional dan banyak digunakan oleh tamu.

c. *Tabligh* (komunikatif dan transparan)

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diketahui bahwa penerapan sifat *Tabligh* (komunikatif dan transparan) diwujudkan melalui keterbukaan hotel dalam menyampaikan informasi mengenai fasilitas, harga kamar, metode pembayaran, serta kondisi makanan dan minuman yang disediakan kepada calon tamu. Selain itu, masing-masing hotel juga menggunakan berbagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat sehingga calon tamu dapat mengetahui layanan yang tersedia sebelum melakukan pemesanan.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa setiap tamu yang ingin menginap diberikan informasi mengenai fasilitas kamar, harga, serta metode pembayaran sebelum melakukan transaksi. Menurut beliau, informasi tersebut disampaikan secara jelas agar tamu mengetahui layanan yang akan diterima.

*"Biasanya tamu bertanya dulu mengenai kamar, harga, sama fasilitasnya. Kami jelaskan semuanya, termasuk cara pembayarannya, jadi tamu sudah tahu sebelum memesan kamar."*⁷⁸

⁷⁸ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

Mengenai makanan dan minuman, beliau menjelaskan bahwa Hotel Berkah Syariah tidak menyediakan sarapan, melainkan hanya menyediakan teh dan kopi sebagai fasilitas tambahan bagi tamu. Beliau juga menyampaikan secara terbuka bahwa hotel belum memiliki sertifikat halal karena memang tidak mengelola layanan makanan.

"Kalau makanan memang kami tidak menyediakan untuk sarapan atau pun makan siang, hanya teh dan kopi yang diberikan free dari hotel. Jadi memang belum ada sertifikat halal, dan kalau tamu bertanya kami jelaskan sesuai kondisi yang sebenarnya."⁷⁹

Untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, Hotel Berkah Syariah memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, serta rekomendasi dari tamu yang pernah menginap.

"Promosi biasanya lewat WhatsApp, Facebook, sama dari tamu yang pernah menginap lalu merekomendasikan ke keluarga atau temannya."⁸⁰

Hal yang sama disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menjelaskan bahwa pihak hotel selalu memberikan informasi mengenai tipe kamar, fasilitas, harga, dan metode pembayaran kepada calon tamu baik secara langsung maupun melalui aplikasi pemesanan hotel.

"Kami menyampaikan informasi mengenai tipe kamar, harga, fasilitas, dan pembayaran sesuai kondisi yang ada. Tamu juga bisa melihat informasi itu melalui aplikasi booking online sebelum melakukan pemesanan."⁸¹

⁷⁹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

⁸⁰ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni, 2026, 20:00 WIB

⁸¹ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

Mengenai makanan dan minuman, beliau menjelaskan bahwa Hotel Syakila Syariah menyediakan sarapan bagi tamu. Namun, hingga saat ini makanan yang disajikan belum memiliki sertifikat halal dan kondisi tersebut tidak ditutupi kepada tamu.

"Untuk sarapan memang kami sediakan, tetapi sertifikat halal belum ada. Kalau ada tamu yang menanyakan, kami jelaskan apa adanya dan kami juga menyampaikan bahwa bahan makanan yang digunakan kami pilih sendiri."⁸²

Beliau menambahkan bahwa informasi hotel disampaikan kepada masyarakat melalui Instagram, Facebook, serta aplikasi pemesanan hotel secara daring.

"Media yang kami gunakan biasanya Instagram, Facebook, dan aplikasi booking online supaya masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi mengenai hotel."⁸³

Selanjutnya, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa sebelum tamu melakukan pemesanan, pihak hotel memberikan penjelasan mengenai fasilitas kamar, harga, serta metode pembayaran yang dapat digunakan.

"Kami menjelaskan terlebih dahulu harga kamar, fasilitas yang tersedia, dan cara pembayarannya supaya tamu memahami informasi sebelum memutuskan menginap."⁸⁴

Beliau juga menjelaskan bahwa hotel menyediakan sarapan bagi tamu, namun makanan yang disediakan belum memiliki sertifikat halal. Informasi tersebut disampaikan secara terbuka apabila tamu menanyakannya.

"Kalau ada tamu yang bertanya mengenai makanan, kami jelaskan bahwa sertifikat halal memang belum ada. Tetapi

⁸² M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁸³ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁸⁴ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

*bahan makanan kami beli sendiri dan kami usahakan menggunakan bahan yang halal."*⁸⁵

Selain komunikasi secara langsung, pihak hotel juga memanfaatkan media sosial dan aplikasi pemesanan hotel untuk memperkenalkan layanan hotel kepada masyarakat.

*"Kami menggunakan media social facebook dan wa, juga dari tamu yang pernah menginap, supaya calon tamu bisa melihat informasi hotel sebelum datang informasih hotel juga ada di google."*⁸⁶

Sementara itu, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa pihak hotel selalu menyampaikan informasi mengenai harga kamar, fasilitas, serta metode pembayaran kepada tamu sebelum proses check-in dilakukan.

*"Kami menjelaskan harga kamar, fasilitas yang tersedia, dan metode pembayaran sebelum tamu check-in. Jadi tamu sudah mengetahui informasi tersebut dari awal."*⁸⁷

Beliau juga menjelaskan bahwa makanan yang disediakan hotel belum memiliki sertifikat halal. Namun, pihak hotel tidak menutupi kondisi tersebut dan tetap menjelaskan bahwa bahan makanan dipilih sendiri dengan memperhatikan kehalalannya.

*"Kalau sertifikat halal memang belum ada. Tetapi kami menyampaikan kepada tamu bahwa bahan makanan dibeli sendiri dan kami memilih bahan yang halal untuk diolah."*⁸⁸

⁸⁵ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁸⁶ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁸⁷ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

⁸⁸ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

Menurut beliau, penyampaian informasi kepada masyarakat dilakukan melalui Instagram, aplikasi pemesanan hotel, dan rekomendasi dari tamu yang pernah menginap.

*"Informasi hotel kami sampaikan melalui Instagram, facebook bisa booking online melalui wa, dan juga dari rekomendasi tamu yang pernah menginap di sini, informasi hotel juga sudah ada di google maps."*⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, diketahui bahwa penerapan sifat *Tabligh* (komunikatif dan transparan) diwujudkan melalui keterbukaan hotel dalam menyampaikan informasi mengenai fasilitas, harga kamar, metode pembayaran, serta kondisi makanan dan minuman yang disediakan. Seluruh informan juga secara terbuka mengakui bahwa makanan yang disediakan belum memiliki sertifikat halal, namun tetap menjelaskan upaya hotel dalam menjaga kehalalan bahan baku yang digunakan. Selain itu, informasi mengenai hotel disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, serta rekomendasi dari tamu yang pernah menginap. Temuan ini menunjukkan bahwa transparansi informasi telah menjadi salah satu bentuk implementasi etika bisnis Islam pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

d. *Fathanah* (profesional)

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dari hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, diperoleh informasi bahwa penerapan sifat *Fathanah* (*profesional*) diwujudkan melalui

⁸⁹ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

upaya hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menangani keluhan tamu secara cepat, serta melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan. Seluruh informan menyampaikan bahwa evaluasi dan perbaikan pelayanan merupakan bagian penting dalam menjaga kepuasan tamu serta meningkatkan kualitas operasional hotel.

Fatur Rahman selaku Pemilik Hotel Berkah Syariah menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan memperhatikan kenyamanan tamu serta memastikan fasilitas hotel tetap dalam kondisi baik. Menurut beliau, meskipun hotel dikelola secara sederhana, pelayanan tetap diupayakan agar sesuai dengan harapan tamu.

*"Kami selalu berusaha menjaga kebersihan kamar, memastikan fasilitas tetap berfungsi, dan memberikan pelayanan yang baik. Walaupun hotel kami tidak terlalu besar, kami ingin tamu tetap merasa nyaman selama menginap."*⁹⁰

Beliau menjelaskan bahwa apabila terdapat keluhan dari tamu, pihak hotel akan segera menindaklanjutinya sesuai dengan kondisi yang ada.

*"Kalau ada tamu yang komplain, kami dengarkan dulu apa masalahnya. Kalau bisa langsung diperbaiki saat itu juga, kami usahakan segera supaya tamu tidak kecewa."*⁹¹

Menurut beliau, evaluasi pelayanan dilakukan berdasarkan pengalaman sehari-hari serta masukan dari tamu.

*"Biasanya kami melihat dari masukan tamu. Kalau ada yang perlu diperbaiki, kami usahakan diperbaiki supaya pelayanan berikutnya lebih baik."*⁹²

⁹⁰ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni,2026, 20:00 WIB

⁹¹ Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni,2026, 20:00 WIB

⁹² Fatur Rahman, *Wawancara*, Curup: 24 Juni,2026, 20:00 WIB

Hal yang sama disampaikan oleh Muhammad Hendra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Syakila Syariah. Beliau menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan menjaga keramahan karyawan, kebersihan hotel, serta memastikan fasilitas selalu siap digunakan oleh tamu.

"Kami berusaha menjaga kualitas pelayanan dengan memastikan kamar bersih, fasilitas berfungsi dengan baik, dan karyawan memberikan pelayanan yang sopan kepada tamu."⁹³

Beliau menjelaskan bahwa setiap keluhan tamu menjadi perhatian pihak hotel dan segera dikoordinasikan dengan bagian yang bertanggung jawab.

"Kalau ada keluhan dari tamu, kami catat lalu kami sampaikan ke bagian terkait supaya bisa segera ditangani. Kami tidak ingin keluhan yang sama terulang kembali."⁹⁴

Menurut beliau, evaluasi pelayanan dilakukan secara berkala melalui koordinasi antarpegawai.

"Biasanya kami berdiskusi mengenai kendala yang terjadi selama operasional. Dari situ kami mencari solusi supaya pelayanan ke depannya lebih baik."⁹⁵

Selanjutnya, Putri Amalia Agustina selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Wisata Baru Syariah menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terus ditingkatkan melalui kebersihan hotel, kesiapan fasilitas, serta sikap karyawan dalam melayani tamu.

"Kami berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan menjaga kebersihan hotel, memastikan fasilitas siap digunakan, dan melayani tamu dengan baik."⁹⁶

⁹³ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁹⁴ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁹⁵ M. Hendara, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 01:30 WIB.

⁹⁶ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

Beliau menjelaskan bahwa apabila terdapat keluhan, pihak hotel akan berusaha memberikan penyelesaian secepat mungkin.

"Kalau ada tamu yang menyampaikan keluhan, kami langsung menindaklanjutinya. Kalau memang perlu bantuan bagian lain, kami koordinasikan supaya masalahnya cepat selesai."⁹⁷

Menurut beliau, evaluasi pelayanan dilakukan berdasarkan masukan dari tamu maupun hasil pengamatan selama operasional hotel berlangsung.

"Masukan dari tamu menjadi bahan evaluasi bagi kami. Dari situ kami tahu apa yang masih perlu diperbaiki supaya pelayanan semakin baik."⁹⁸

Sementara itu, Raden Ajeng Citra selaku Supervisor/Resepsionis Hotel Grand Dhytan Syariah menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan memastikan seluruh fasilitas hotel berfungsi dengan baik, menjaga kebersihan lingkungan hotel, serta memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada tamu.

"Kami berusaha memastikan semua fasilitas dalam kondisi baik dan pelayanan diberikan dengan cepat. Kalau tamu membutuhkan bantuan, kami usahakan segera merespons."⁹⁹

Beliau menjelaskan bahwa setiap keluhan tamu akan didengarkan terlebih dahulu sebelum dicarikan solusi yang sesuai.

"Kami menerima setiap masukan dari tamu. Kalau ada keluhan, kami cari penyebabnya lalu kami usahakan memberikan solusi yang terbaik sesuai dengan kondisi yang ada."¹⁰⁰

Beliau juga menjelaskan bahwa pihak hotel melakukan evaluasi pelayanan sebagai bahan perbaikan operasional di masa mendatang.

⁹⁷ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁹⁸ Putri Amelia Agustina, *Wawancara*, Curup: 26 Juni 2026, 10:30 WIB.

⁹⁹ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

¹⁰⁰ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

"Evaluasi tetap kami lakukan, baik dari masukan tamu maupun dari pengalaman operasional sehari-hari. Tujuannya supaya pelayanan yang kami berikan semakin baik."¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan, dapat diketahui bahwa penerapan sifat *Fathanah* (profesional) diwujudkan melalui upaya meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan kesiapan fasilitas, menangani keluhan tamu secara cepat, serta melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan. Meskipun masing-masing hotel memiliki sistem pengelolaan yang berbeda, seluruh informan menyatakan bahwa masukan dari tamu dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap hotel berupaya menerapkan profesionalisme dalam operasionalnya sebagai bagian dari implementasi etika bisnis Islam.

C. Pembahasan

1. Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah (*shariah marketing*) pada hotel berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

a. Analisis Indikator *Rabbaniyyah* (Ketuhanan)

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *rabbaniyyah* merupakan karakteristik pemasaran syariah yang menunjukkan bahwa seluruh aktivitas pemasaran harus berlandaskan nilai ketuhanan. Pemasar tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menyadari bahwa aktivitas bisnis harus dipertanggung jawabkan kepada Allah Swt. Oleh

¹⁰¹ Raden Ajeng Citra, *Wawancara*, Curup: 01 Juli 2026, 01:00 WIB.

karena itu, kegiatan pemasaran harus tetap berada dalam batas-batas yang dibenarkan oleh syariat Islam.¹⁰²

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izzatun Maghfirah menunjukkan bahwa Hotel Wali Songo Surabaya telah menerapkan strategi pemasaran berdasarkan karakteristik pemasaran syariah, *yaitu rabbaniyyah, akhlaqiyyah, al-waqi'iyah*, dan *insaniyyah*, serta menerapkan etika bisnis Islam dalam pelayanan kepada konsumen.¹⁰³ Penelitian Siti Aysah et al. juga menunjukkan bahwa hotel syariah di Kota Jambi telah berupaya menerapkan nilai kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik sesuai etika bisnis Islam.¹⁰⁴ Selanjutnya, penelitian Triana Apriani et al. menjelaskan bahwa pemasaran hotel syariah harus dijalankan berdasarkan prinsip syariah dan didukung etika bisnis Islam agar dapat membangun kepercayaan konsumen serta keberlanjutan usaha.¹⁰⁵

Penelitian Itawari et al. menunjukkan bahwa penerapan nilai Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro terlihat melalui pelayanan Islami, fasilitas ibadah, penyediaan makanan halal, pembatasan tamu non-mahram, dan pengelolaan usaha sesuai prinsip syariah.¹⁰⁶ Sementara itu, penelitian Muhammad Yogi et al. menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam

¹⁰² Hermawan Kartajaya, et al., *"Syariah Marketing"* (Bandung: Mizan, 2006), 25.

¹⁰³ Izzatun Maghfirah, "Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya)", *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, jurnal 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹⁰⁴ Siti Aysah et al., "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, jurnal 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹⁰⁵ Triana Apriani et al., "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam," *Journal Islamic Economics Ad Diwan*, jurnal 4, no. 2 (2025): 125–225.

¹⁰⁶ Triana Apriani et al., "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam," *Journal Islamic Economics Ad Diwan*, jurnal 4, no. 2 (2025): 125–225.

yang dipadukan dengan tanggung jawab sosial dan inovasi pelayanan dapat meningkatkan reputasi hotel dan kepercayaan pelanggan.¹⁰⁷

Hasil penelitian pada Hotel Berkah Syariah menunjukkan bahwa prinsip rabbaniyyah diterapkan melalui penyediaan mushala, penunjuk arah kiblat pada kamar, sajadah, serta penerapan aturan bagi tamu. Pihak hotel juga melarang tindakan yang bertentangan dengan nilai Islam dan berupaya menciptakan suasana hotel yang sesuai dengan konsep syariah.

Hotel Syakila Syariah menerapkan prinsip rabbaniyyah melalui penyediaan mushala dan perlengkapan ibadah serta pemeriksaan identitas tamu pada saat *check-in*. Pemeriksaan tersebut dilakukan sebagai salah satu bentuk upaya hotel menjaga ketertiban dan kesesuaian tamu dengan ketentuan hotel syariah.

Pada Hotel Wisata Baru Syariah, penerapan rabbaniyyah terlihat dari penyediaan fasilitas ibadah serta pemeriksaan identitas tamu. Pada kondisi tertentu, pihak hotel juga meminta buku nikah sebagai bagian dari upaya menjaga aturan hotel yang berlandaskan nilai syariah.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menyediakan mushala, sajadah, mukena, dan penunjuk arah kiblat. Pihak hotel juga menerapkan aturan terhadap pasangan yang menginap untuk mencegah terjadinya tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil tersebut menunjukkan adanya kesamaan dengan penelitian Itawari et al. yang menemukan bahwa fasilitas ibadah dan aturan bagi tamu merupakan bagian dari penerapan nilai Islam pada hotel syariah. Namun,

¹⁰⁷ Itawari et al., “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro,” *Jurnal Studi Multidisipliner*, jurnal 9, no. 1 (2025): 215–230.

penelitian ini memiliki perbedaan karena melihat penerapan rabbaniyyah pada empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong, sehingga ditemukan adanya variasi dalam bentuk fasilitas dan aturan yang diterapkan oleh masing-masing hotel.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa prinsip rabbaniyyah telah diterapkan oleh keempat hotel, terutama melalui penyediaan fasilitas ibadah, pemeriksaan identitas tamu, penerapan aturan hotel, dan upaya mencegah tindakan yang bertentangan dengan syariat. Namun, penerapan rabbaniyyah belum sepenuhnya menyeluruh karena masih terdapat aspek pengelolaan usaha yang perlu diperkuat agar nilai ketuhanan tidak hanya terlihat pada fasilitas dan aturan, tetapi juga dalam seluruh aktivitas bisnis hotel.

b. Analisis *Akhlaqiyyah* (Etis)

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, akhlaqiyyah merupakan karakteristik pemasaran syariah yang menempatkan akhlak sebagai dasar dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Pemasar harus mengedepankan kejujuran, kesopanan, etika, dan tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan konsumen. Dengan demikian, kegiatan promosi dan pelayanan tidak boleh dilakukan dengan cara yang menipu, memanipulasi informasi, atau memberikan janji yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.¹⁰⁸

Hasil penelitian Maghfirah menunjukkan bahwa Hotel Wali Songo Surabaya menerapkan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam dalam

¹⁰⁸ Hermawan Kartajaya, at al, "*Syariah Marketing*" (Bandung: Mizan, 2006), 25.

pelayanan kepada konsumen.¹⁰⁹ Penelitian Aysah et al. menemukan bahwa hotel syariah di Kota Jambi telah menerapkan kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik, meskipun masih terdapat beberapa kendala dalam penerapannya.¹¹⁰ Penelitian Apriani et al. juga menegaskan bahwa pemasaran hotel syariah harus didukung etika bisnis Islam agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.¹¹¹

Penelitian Itawari et al. memperlihatkan bahwa etika bisnis Islam pada hotel syariah diwujudkan melalui pelayanan Islami dan pengelolaan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.¹¹² Sementara itu, penelitian Yogi et al. menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang didukung inovasi pelayanan dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan.¹¹³

Hasil penelitian pada Hotel Berkah Syariah menunjukkan bahwa prinsip akhlaqiyyah diterapkan melalui pelayanan yang ramah dan sopan kepada tamu. Pengelola juga memberikan penjelasan mengenai harga dan fasilitas sebelum tamu melakukan transaksi.

Pada Hotel Syakila Syariah, penerapan *akhlaqiyyah* terlihat melalui pelayanan yang mengutamakan keramahan, kesopanan, serta pemberian informasi mengenai harga, fasilitas, dan ketentuan hotel kepada konsumen.

¹⁰⁹ Izzatun Maghfirah, "Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya)," *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, jurnal 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹¹⁰ Siti Aysah et al., "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, jurnal 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹¹¹ Triana Apriani et al., "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam," *Journal Islamic Economics Ad Diwan*, jurnal 4, no. 2 (2025): 125–225.

¹¹² Itawari et al., "Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro," *Jurnal Studi Multidisipliner*, jurnal 9, no. 1 (2025): 215–230.

¹¹³ Muhammad Yogi et al., "Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel," *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

Hotel Wisata Baru Syariah juga berupaya menerapkan *akhlaqiyyah* melalui pelayanan yang baik, komunikasi dengan tamu, serta penyampaian informasi mengenai fasilitas dan aturan hotel secara langsung kepada konsumen.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menerapkan *akhlaqiyyah* melalui pelayanan yang sopan, pemberian informasi mengenai fasilitas dan harga kamar, serta upaya menjaga kenyamanan tamu selama berada di hotel.

Temuan tersebut sejalan dengan kelima penelitian terdahulu karena sama-sama menunjukkan bahwa akhlak dan pelayanan merupakan bagian penting dalam pemasaran hotel syariah. Perbedaannya, penelitian ini lebih menekankan bagaimana karakteristik *akhlaqiyyah* diterapkan dalam aktivitas pemasaran dan pelayanan pada empat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

Berdasarkan hasil penelitian, prinsip *akhlaqiyyah* telah diterapkan oleh keempat hotel, terutama melalui pelayanan yang ramah, sopan, pemberian informasi kepada konsumen, dan upaya menjaga kenyamanan tamu. Namun, penerapannya tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar seluruh kegiatan promosi dan pelayanan selalu sesuai dengan kondisi sebenarnya.

c. Analisis *Al-Waqi'iyah* (Realistis)

Menurut Kartajaya dan Sula, *al-waqi'iyah* menunjukkan bahwa pemasaran syariah bersifat realistis dan fleksibel. Pemasaran syariah tidak

menolak perkembangan zaman, tetapi tetap harus menyesuaikan perkembangan tersebut dengan prinsip-prinsip syariah.¹¹⁴

Penelitian Maghfirah menunjukkan bahwa pemasaran hotel syariah dapat dilakukan dengan menerapkan empat karakteristik pemasaran syariah sekaligus menyesuaikannya dengan kegiatan bisnis hotel.¹¹⁵ Penelitian Siti Aysah et al. menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam hotel tetap berhadapan dengan berbagai kondisi dan kendala dalam pelaksanaannya.¹¹⁶ Penelitian Apriani et al. menegaskan bahwa strategi pemasaran hotel syariah harus tetap mengikuti prinsip syariah sekaligus diarahkan untuk membangun kepercayaan konsumen.¹¹⁷

Penelitian Itawari et al. menunjukkan bahwa hotel syariah dapat mengembangkan pelayanan dan fasilitas dengan tetap memperhatikan prinsip Islam.¹¹⁸ Sementara penelitian Muhammad Yogi et al. menunjukkan pentingnya inovasi layanan dalam meningkatkan reputasi hotel dan kepercayaan pelanggan.¹¹⁹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Berkah Syariah telah menyesuaikan kegiatan pemasarannya dengan perkembangan teknologi

¹¹⁴ Hermawan Kartajaya, et al., “*Syariah Marketing*” (Bandung: Mizan, 2006), 25.

¹¹⁵ Izzatun Maghfirah, “Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya),” *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹¹⁶ Siti Aysah et al., “Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi,” *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹¹⁷ Triana Apriani et al., “Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025): 125–225.

¹¹⁸ Itawari et al., “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro,” *Jurnal Studi Multidisipliner* 9, no. 1 (2025): 215–230.

¹¹⁹ Muhammad Yogi et al., “Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel,” *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

melalui penggunaan media sosial dan informasi digital. Hotel juga menyesuaikan fasilitas dan harga dengan kondisi operasional yang dimiliki.

Hotel Syakila Syariah memanfaatkan media digital seperti *Instagram, Facebook, TikTok, Google Maps*. untuk memperkenalkan produk hotel kepada masyarakat. Hotel juga menyediakan beberapa tipe kamar dengan fasilitas dan harga yang berbeda sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada Hotel Wisata Baru Syariah, prinsip *al-waqi'iyah* terlihat dari penyesuaian fasilitas dan pelayanan dengan kondisi hotel serta kebutuhan tamu. Hotel juga memanfaatkan media digital sebagai sarana memperkenalkan fasilitas dan layanan.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menyesuaikan harga kamar dengan fasilitas yang tersedia, menyediakan beberapa pilihan kamar, serta memanfaatkan media digital dalam memperkenalkan hotel kepada masyarakat.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa hotel syariah tetap dapat menggunakan inovasi, teknologi, dan strategi pemasaran modern selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Perbedaannya, penelitian ini menemukan bahwa penerapan *al-waqi'iyah* pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong terlihat cukup jelas melalui pemanfaatan media digital dan penyesuaian produk dengan kondisi serta kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, prinsip *al-waqi'iyah* telah diterapkan oleh keempat hotel melalui pemanfaatan media digital, penyesuaian harga

dan fasilitas, serta penyesuaian pelayanan dengan kebutuhan tamu. Namun, penggunaan media digital perlu tetap disertai pengawasan terhadap kebenaran informasi yang disampaikan agar perkembangan teknologi tidak mengurangi prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam pemasaran syariah.

d. Analisis *Insaniyyah* (Humanistis)

Menurut Kartajaya dan Sula, *insaniyyah* merupakan karakteristik pemasaran syariah yang menempatkan manusia sebagai pihak yang harus dihargai dan diperlakukan secara baik. Konsumen tidak semata-mata dipandang sebagai objek untuk memperoleh keuntungan, tetapi sebagai manusia yang memiliki kebutuhan dan hak untuk memperoleh pelayanan yang baik.¹²⁰

Penelitian Maghfirah menunjukkan bahwa pemasaran syariah pada Hotel Wali Songo juga diterapkan melalui pelayanan kepada konsumen.¹²¹ Penelitian Aysah et al. menunjukkan bahwa pelayanan yang baik merupakan salah satu bentuk penerapan etika bisnis Islam pada hotel syariah.¹²² Penelitian Apriani et al. menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam pemasaran hotel dapat membantu membangun kepercayaan konsumen.¹²³

Selanjutnya, penelitian Itawari et al. menunjukkan bahwa pelayanan Islami menjadi salah satu bentuk penerapan nilai-nilai Islam dalam hotel

¹²⁰ Hermawan Kartaja, et al., "*Syariah Marketing*" (Bandung: Mizan, 2006), 25.

¹²¹ Izzatun Maghfirah, "Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya)," *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹²² Siti Aysah et al., "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹²³ Triana Apriani et al., "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam," *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025): 125–225.

syariah.¹²⁴ Sementara penelitian Yogi et al. menemukan bahwa inovasi layanan yang disertai penerapan etika bisnis dapat meningkatkan reputasi hotel dan kepercayaan pelanggan.¹²⁵

Hasil penelitian pada Hotel Berkah Syariah menunjukkan bahwa prinsip insaniyyah diterapkan melalui pelayanan yang ramah dan membantu tamu dalam memenuhi kebutuhannya selama menginap. Pengelola juga memberikan informasi mengenai fasilitas dan aturan hotel dengan cara yang mudah dipahami.

Pada Hotel Syakila Syariah, prinsip *insaniyyah* terlihat melalui pelayanan resepsionis, pemberian informasi mengenai kamar dan fasilitas, serta upaya memberikan kenyamanan kepada tamu selama menggunakan jasa hotel.

Hotel Wisata Baru Syariah menerapkan prinsip *insaniyyah* melalui pelayanan kepada tamu, penyediaan fasilitas yang dibutuhkan, serta perhatian terhadap kebersihan dan kenyamanan selama tamu menginap.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menerapkan prinsip insaniyyah melalui pelayanan yang ramah, penyediaan fasilitas kamar dan ibadah, serta upaya memenuhi kebutuhan dan menangani keluhan tamu.

Temuan tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian Maghfirah, Siti Aysah, Apriani, Itawari, dan Muhammad Yogi yang sama-sama menunjukkan pentingnya pelayanan dalam penerapan nilai Islam pada

¹²⁴ Itawari et al., “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro,” *Jurnal Studi Multidisipliner* 9, no. 1 (2025): 215–230.

¹²⁵ Muhammad Yogi et al., “Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel,” *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

bisnis hotel. Perbedaannya, penelitian ini secara khusus menghubungkan pelayanan tersebut dengan karakteristik insaniyyah dalam pemasaran syariah, yaitu bagaimana konsumen diperlakukan sebagai manusia yang harus dihormati dan dilayani dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian, prinsip *insaniyyah* telah diterapkan oleh keempat hotel, terutama melalui pelayanan yang ramah, sopan, membantu, serta memperhatikan kenyamanan dan kebutuhan tamu. Penerapan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran hotel tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga pada hubungan yang baik dengan konsumen. Namun, peningkatan kualitas sumber daya manusia tetap diperlukan agar pelayanan yang bersifat humanistik dapat dilakukan secara konsisten dan profesional.

2. Perwujudan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Hotel Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong.

a. Analisis Indikator *Shiddiq* (Jujur)

Menurut Muhammad Djakfar, *shiddiq* merupakan prinsip kejujuran dalam bisnis yang menuntut pelaku usaha menyampaikan informasi sesuai dengan keadaan sebenarnya dan tidak menyembunyikan informasi yang dapat merugikan konsumen.¹²⁶

Hasil penelitian Siti Aysah et al. menunjukkan bahwa kejujuran merupakan salah satu prinsip yang telah diterapkan pada hotel syariah di

¹²⁶ Hermawan Kartajaya, et al, "*Syariah Marketing*" (Bandung: Mizan, 2006), 25.

Kota Jambi, meskipun masih terdapat kendala.¹²⁷ Penelitian Maghfirah juga menunjukkan penerapan etika bisnis Islam dalam pelayanan hotel.¹²⁸ Penelitian Apriani et al. Menekankan bahwa etika bisnis Islam diperlukan untuk membangun kepercayaan konsumen.¹²⁹ Penelitian Itawari et al. menunjukkan penerapan nilai Islam dalam pelayanan hotel, sedangkan Yogi et al. menunjukkan hubungan antara etika bisnis, inovasi layanan, reputasi, dan kepercayaan pelanggan.¹³⁰

Hasil penelitian pada Hotel Berkah Syariah menunjukkan bahwa prinsip shiddiq terlihat dari keterbukaan pihak hotel dalam menyampaikan informasi mengenai harga, fasilitas, aturan, dan pelayanan kepada tamu. Pengelola juga menjelaskan kondisi fasilitas yang tersedia serta metode pembayaran yang dapat digunakan oleh konsumen. Dengan demikian, informasi yang diberikan kepada konsumen menjadi dasar sebelum tamu melakukan transaksi.

Pada Hotel Syakila Syariah, penerapan *shiddiq* terlihat melalui penyampaian informasi mengenai jenis kamar, harga, fasilitas, sarapan, serta pelayanan yang diberikan kepada tamu. Informasi tersebut disampaikan kepada konsumen sebelum melakukan pemesanan sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang akan diperoleh.

¹²⁷ Siti Aysah et al., “Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi,” *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹²⁸ Izzatun Maghfirah, “Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya),” *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹²⁹ Triana Apriani et al., “Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025): 125–225.

¹³⁰ Muhammad Yogi et al., “Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel,” *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

Hotel Wisata Baru Syariah juga menunjukkan penerapan *shiddiq* melalui penyampaian informasi mengenai harga kamar, fasilitas, aturan hotel, serta pelayanan yang tersedia. Pihak hotel memberikan penjelasan kepada tamu mengenai ketentuan yang berlaku sehingga konsumen dapat mengetahui informasi sebelum menggunakan jasa hotel.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menerapkan prinsip *shiddiq* melalui keterbukaan mengenai harga kamar, fasilitas, aturan hotel, dan metode pembayaran. Pihak hotel juga menjelaskan kondisi makanan dan minuman yang disediakan. Makanan yang digunakan dinyatakan halal oleh pihak hotel karena bahan-bahan yang digunakan dipilih dan dibeli sendiri, tetapi hotel belum memiliki sertifikasi halal. Hal tersebut menjadi temuan penting karena terdapat perbedaan antara keyakinan pihak hotel mengenai kehalalan bahan dengan adanya jaminan halal secara formal melalui sertifikasi.

Jika dibandingkan dengan lima penelitian terdahulu, hasil penelitian ini memiliki kesamaan bahwa kejujuran dan keterbukaan merupakan bagian penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Namun, penelitian ini menemukan hal yang lebih spesifik, yaitu keterbukaan hotel mengenai status makanan yang belum bersertifikat halal. Artinya, dari sisi penyampaian informasi, pihak hotel telah menunjukkan keterbukaan, tetapi dari sisi jaminan kehalalan produk masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa prinsip *shiddiq* telah diterapkan oleh keempat hotel berlabel syariah di

Kabupaten Rejang Lebong, terutama melalui keterbukaan informasi mengenai harga, fasilitas, pelayanan, aturan, dan transaksi. Namun, penerapannya belum sepenuhnya optimal, khususnya pada aspek informasi dan jaminan kehalalan makanan. Pihak hotel telah menyatakan bahwa makanan yang disediakan halal, tetapi belum memiliki sertifikasi halal. Oleh karena itu, penerapan *shiddiq* akan menjadi lebih kuat apabila keterbukaan informasi tersebut diikuti dengan upaya memperoleh sertifikasi halal sebagai bentuk jaminan yang lebih dapat dipertanggungjawabkan kepada konsumen.

b. Analisis Indikator *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Prinsip *amanah* dalam etika bisnis Islam menunjukkan sikap dapat dipercaya dalam menjalankan kegiatan usaha, memenuhi hak konsumen, menepati apa yang telah dijanjikan, serta melaksanakan tanggung jawab secara jujur dan profesional. *Amanah* dalam kegiatan bisnis tidak hanya berkaitan dengan kejujuran dalam menyampaikan informasi, tetapi juga bagaimana pelaku usaha melaksanakan apa yang telah disampaikan kepada konsumen.¹³¹

Penerapan prinsip *amanah* dalam kegiatan hotel juga memiliki keterkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Izzatun Maghfirah mengenai strategi pemasaran Hotel Wali Songo Surabaya menunjukkan bahwa penerapan pemasaran syariah yang disertai etika

¹³¹ Muhammad Djakfar, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*” (Malang: UIN Malang Press, 2019), 17–22.

bisnis Islam menjadi bagian penting dalam pelayanan hotel.¹³² Penelitian Siti Aysah et al. menemukan bahwa hotel syariah di Kota Jambi telah menerapkan prinsip amanah, tanggung jawab, kejujuran, keadilan, dan pelayanan yang baik, walaupun masih terdapat beberapa kendala dalam penerapannya.¹³³ Selanjutnya, penelitian Triana Apriani et al. menunjukkan bahwa pemasaran hotel syariah perlu didukung oleh etika bisnis Islam untuk membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.¹³⁴

Penelitian Itawari et al. juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro tercermin melalui pelayanan Islami dan pengelolaan hotel yang memperhatikan prinsip syariah.¹³⁵ Sementara itu, penelitian Muhammad Yogi et al. menunjukkan bahwa etika bisnis, tanggung jawab sosial, dan inovasi layanan memiliki peran dalam meningkatkan reputasi hotel serta kepercayaan pelanggan.¹³⁶ Kelima penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena sama-sama menempatkan kepercayaan, tanggung jawab, pelayanan, dan penerapan nilai Islam sebagai bagian penting dalam pengelolaan hotel.

¹³² Izzatun Maghfirah, "Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya)," *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹³³ Siti Aysah et al., "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹³⁴ Triana Apriani et al., "Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam," *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025).

¹³⁵ Itawari et al., "Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro," *Jurnal Studi Multidisipliner* 9, no. 1 (2025).

¹³⁶ Muhammad Yogi et al., "Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel," *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

Hasil penelitian pada Hotel Berkah Syariah menunjukkan bahwa prinsip amanah diterapkan melalui pemberian informasi mengenai harga dan fasilitas kepada tamu sebelum melakukan transaksi, serta berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Pengelola juga menjelaskan bahwa pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun transfer melalui rekening yang digunakan hotel. Hal tersebut menunjukkan adanya upaya memenuhi apa yang telah disampaikan kepada tamu.

Pada Hotel Syakila Syariah, prinsip amanah terlihat dari upaya pihak hotel memberikan pelayanan sesuai dengan informasi yang disampaikan mengenai tipe kamar, fasilitas, harga, dan sarapan. Pihak hotel juga memberikan informasi mengenai pembayaran kepada tamu sehingga konsumen mengetahui kewajiban pembayaran sebelum melakukan transaksi.

Hotel Wisata Baru Syariah juga berupaya menerapkan amanah dengan memberikan informasi mengenai fasilitas dan harga kamar serta melaksanakan pelayanan sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Pihak hotel juga berusaha menjaga fasilitas dan kenyamanan tamu selama menginap.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menerapkan amanah melalui pemberian informasi mengenai tarif, fasilitas kamar, aturan hotel, serta metode pembayaran. Pihak hotel juga berusaha menjaga fasilitas yang tersedia dan menangani kebutuhan tamu selama menginap.

Berdasarkan keempat hasil tersebut, penerapan amanah pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong telah terlihat dalam hubungan hotel dengan konsumen, terutama melalui upaya memenuhi informasi dan pelayanan yang telah disampaikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aysah et al. yang menemukan adanya penerapan amanah dan tanggung jawab pada hotel syariah, serta penelitian Yogi et al. yang menunjukkan bahwa etika pelayanan dapat membangun kepercayaan pelanggan. Namun, penelitian ini menemukan bahwa amanah tidak hanya berkaitan dengan pelayanan kepada tamu, tetapi juga perlu diwujudkan dalam pengelolaan usaha secara keseluruhan.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip *amanah* telah diterapkan pada keempat hotel, tetapi belum sepenuhnya optimal. Hal tersebut karena amanah dalam perspektif bisnis Islam tidak hanya berarti memenuhi janji pelayanan kepada konsumen, tetapi juga bertanggung jawab dalam seluruh kegiatan usaha, termasuk aspek kehalalan produk dan pengelolaan transaksi yang sesuai dengan prinsip Syariah.

c. Analisis Indikator *Tabligh* (Komunikatif dan Transparan)

Prinsip *tabligh* merupakan kemampuan menyampaikan informasi secara benar, jelas, terbuka, dan mudah dipahami oleh pihak yang berkepentingan. Dalam kegiatan bisnis, prinsip *tabligh* menuntut pelaku usaha untuk tidak menyembunyikan informasi penting yang berkaitan dengan produk, harga, fasilitas, aturan, maupun transaksi. Dengan

demikian, konsumen memperoleh informasi yang cukup sebelum mengambil keputusan.¹³⁷

Prinsip tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian Maghfirah yang membahas pemasaran hotel berbasis syariah ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syariah. Penelitian tersebut menunjukkan pentingnya penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis dalam kegiatan pemasaran hotel.¹³⁸ Penelitian Aysah et al. juga menunjukkan bahwa kejujuran dan pelayanan merupakan bagian penting dari penerapan etika bisnis Islam pada hotel syariah.¹³⁹ Selanjutnya, Apriani et al. menegaskan bahwa penerapan pemasaran syariah yang didukung etika bisnis Islam dapat membangun kepercayaan konsumen.¹⁴⁰

Penelitian Itawari et al. menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam perlu diwujudkan dalam pelayanan dan pengelolaan hotel.¹⁴¹ Sementara penelitian Muhammad Yogi et al. menunjukkan bahwa pelayanan dan inovasi yang dilakukan secara etis dapat mendukung reputasi dan kepercayaan pelanggan.¹⁴² Kelima penelitian tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi dan keterbukaan informasi merupakan bagian yang penting dalam membangun hubungan antara hotel dan konsumen.

¹³⁷ Muhammad Djakfar, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*” (Malang: UIN Malang Press, 2019), 17–22.

¹³⁸ Izzatun Maghfirah, “Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya),” *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.

¹³⁹ Siti Aysah et al., “Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi,” *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹⁴⁰ Triana Apriani et al., “Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025).

¹⁴¹ Itawari et al., “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro,” *Jurnal Studi Multidisipliner* 9, no. 1 (2025).

¹⁴² Muhammad Yogi et al., “Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel,” *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Berkah Syariah menyampaikan informasi mengenai harga, fasilitas, aturan hotel, dan pelayanan kepada tamu. Promosi juga dilakukan melalui media sosial dan komunikasi langsung dengan calon tamu. Informasi mengenai pembayaran disampaikan sebelum transaksi dilakukan.

Hotel Syakila Syariah menyampaikan informasi mengenai tipe kamar, harga, fasilitas, sarapan, serta aturan hotel kepada konsumen. Informasi tersebut disampaikan secara langsung maupun melalui media promosi digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan platform pemesanan daring.

Pada Hotel Wisata Baru Syariah, prinsip tabligh terlihat melalui penyampaian informasi mengenai harga, fasilitas, aturan hotel, serta pelayanan kepada tamu. Pihak hotel juga memanfaatkan media digital untuk memperkenalkan fasilitas dan produk hotel kepada masyarakat.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menyampaikan informasi mengenai harga kamar, fasilitas, aturan, serta metode pembayaran kepada konsumen. Promosi dilakukan melalui media digital dan informasi langsung kepada calon tamu.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa keempat hotel telah berupaya menerapkan prinsip tabligh melalui keterbukaan informasi sebelum konsumen melakukan transaksi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya komunikasi, kejujuran, pelayanan, dan keterbukaan dalam membangun kepercayaan konsumen.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keterbukaan informasi masih perlu diperluas pada aspek yang berkaitan dengan identitas syariah hotel. Salah satunya adalah status sertifikasi halal makanan dan minuman. Pihak hotel menyatakan bahwa makanan yang disediakan halal berdasarkan bahan yang digunakan, tetapi belum memiliki sertifikat halal.

Dengan demikian, prinsip tabligh telah diterapkan, terutama dalam penyampaian harga, fasilitas, pelayanan, aturan, dan transaksi. Akan tetapi, keterbukaan tersebut perlu ditingkatkan agar mencakup seluruh informasi yang berkaitan dengan status dan jaminan kesyariahan hotel.

d. Analisis Indikator *Fathanah* (Profesional)

Prinsip *fathanah* menunjukkan kecerdasan, kemampuan, profesionalitas, dan kecakapan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Dalam pengelolaan hotel, prinsip ini dapat dilihat dari kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan, mengelola fasilitas, menyelesaikan permasalahan tamu, melakukan evaluasi, serta menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan konsumen.¹⁴³

Penerapan prinsip *fathanah* memiliki hubungan dengan penelitian Maghfirah yang menunjukkan bahwa pemasaran hotel syariah perlu dilaksanakan dengan strategi yang sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah dan etika bisnis Islam.¹⁴⁴ Penelitian Siti Aysah et al. Menunjukkan

¹⁴³ Muhammad Djakfar, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*” (Malang: UIN Malang Press, 2019), 17–22.

¹⁴⁴ Izzatun Maghfirah, “Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya),” *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.

pentingnya tanggung jawab dan pelayanan dalam penerapan etika bisnis Islam pada hotel syariah.¹⁴⁵ Triana Apriani et al. Menunjukkan bahwa penerapan pemasaran syariah dan etika bisnis Islam penting bagi keberlanjutan usaha hotel.¹⁴⁶

Selanjutnya, penelitian Itawari et al. Menunjukkan bahwa pengelolaan hotel syariah perlu memperhatikan pelayanan dan praktik usaha yang sesuai dengan prinsip Islam.¹⁴⁷ Penelitian Muhammad Yogi et al. Secara lebih khusus menunjukkan bahwa inovasi layanan bersama penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan reputasi hotel.¹⁴⁸ Dengan demikian, kelima penelitian terdahulu sama-sama memperlihatkan bahwa kemampuan mengelola usaha dan memberikan pelayanan yang baik merupakan bagian penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen.

Hasil penelitian pada Hotel Berkah Syariah menunjukkan bahwa prinsip *fathanah* diterapkan melalui kemampuan pengelola dalam mengelola pelayanan, menjaga fasilitas, menangani kebutuhan tamu, serta memberikan informasi mengenai kamar dan fasilitas yang tersedia.

Pada Hotel Syakila Syariah, prinsip *fathanah* terlihat dari pengelolaan berbagai fasilitas hotel seperti kamar, restoran, *coffee shop*, mushala, ruang pertemuan, dan pelayanan resepsionis selama 24 jam.

¹⁴⁵ Siti Aysah et al., “Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi,” *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.

¹⁴⁶ Triana Apriani et al., “Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025).

¹⁴⁷ Itawari et al., “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro,” *Jurnal Studi Multidisipliner* 9, no. 1 (2025).

¹⁴⁸ Muhammad Yogi et al., “Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel,” *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 3, no. 2 (2025): 214–229.

Pengelola juga berusaha menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan tamu.

Hotel Wisata Baru Syariah menerapkan prinsip *fathanah* melalui pengelolaan fasilitas kamar, fasilitas ibadah, sarapan, kebersihan, serta penanganan kebutuhan dan keluhan tamu. Pihak hotel juga melakukan koordinasi ketika terdapat permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan.

Sementara itu, Hotel Grand Dhytan Syariah menunjukkan penerapan *fathanah* melalui pengelolaan kamar, fasilitas ibadah, penyediaan makanan, kebersihan, serta penanganan kebutuhan dan keluhan tamu. Pihak hotel juga berusaha menjaga fasilitas agar tetap dapat digunakan dengan baik.

Jika dibandingkan dengan kelima penelitian terdahulu, hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan bahwa profesionalitas pelayanan dan kemampuan pengelola merupakan bagian penting dari etika bisnis Islam. Namun, hasil penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan *fathanah* masih menghadapi keterbatasan, khususnya dalam hal kompetensi dan pelatihan sumber daya manusia. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pengelola dalam menjalankan kegiatan sehari-hari sudah terlihat, tetapi masih dapat dikembangkan melalui pelatihan khusus mengenai pemasaran syariah, etika bisnis Islam, dan pelayanan hotel syariah.

Dengan demikian, prinsip *fathanah* telah diterapkan pada keempat hotel, terutama melalui kemampuan mengelola fasilitas, memberikan

pelayanan, menangani kebutuhan tamu, dan menyelesaikan permasalahan yang muncul. Namun, penerapannya belum sepenuhnya optimal karena peningkatan kompetensi sumber daya manusia masih diperlukan agar pengelolaan hotel semakin profesional dan sesuai dengan karakteristik hotel syariah

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Islam pada Hotel Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah yang meliputi *rabbaniyyah*, *akhlaqiyyah*, *al-waqi'iyah*, dan *insaniyyah* pada Hotel Berkah Syariah, Hotel Syakila Syariah, Hotel Wisata Baru Syariah, dan Hotel Grand Dhytan Syariah pada dasarnya telah diterapkan melalui penyediaan fasilitas ibadah, pelayanan yang ramah dan sopan, pemeriksaan identitas tamu, keterbukaan informasi mengenai harga dan fasilitas, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Namun, penerapannya belum sepenuhnya optimal karena seluruh hotel belum memiliki sertifikasi halal untuk makanan dan minuman yang disediakan. Selain itu, dalam transaksi keuangan, Hotel Syakila Syariah telah menyediakan BSI sebagai alternatif pembayaran, sedangkan beberapa hotel lainnya masih menggunakan bank konvensional.
2. Penerapan etika bisnis Islam yang meliputi *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* pada keempat hotel telah terlihat dalam kejujuran dan keterbukaan penyampaian informasi, pemenuhan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan, komunikasi dengan konsumen, serta kemampuan pengelola dalam menjalankan usaha. Meskipun demikian, penerapannya belum sepenuhnya menyeluruh karena masih terdapat aspek yang perlu diperkuat,

terutama dalam jaminan kehalalan makanan dan minuman serta penggunaan lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Secara keseluruhan, keempat hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong telah berupaya menerapkan prinsip pemasaran syariah dan etika bisnis Islam dalam kegiatan pemasaran dan pelayanan kepada konsumen, tetapi masih diperlukan peningkatan agar penerapannya dapat dilakukan secara lebih menyeluruh dan konsisten sesuai dengan prinsip syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Hotel Berlabel Syariah

Pengelola hotel diharapkan dapat meningkatkan penerapan prinsip pemasaran syariah dan etika bisnis Islam secara lebih menyeluruh. Upaya yang dapat dilakukan antara lain mengurus sertifikasi halal untuk makanan dan minuman yang disediakan, meningkatkan penggunaan lembaga keuangan syariah dalam transaksi operasional, serta menyelenggarakan pelatihan secara berkala mengenai pelayanan hotel syariah dan etika bisnis Islam bagi seluruh karyawan. Dengan demikian, identitas hotel syariah tidak hanya terlihat dari nama atau fasilitas yang disediakan, tetapi juga tercermin dalam seluruh aspek operasional hotel.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

Pemerintah daerah, Kementerian Agama, serta lembaga terkait diharapkan dapat memberikan pembinaan, sosialisasi, dan pendampingan kepada hotel-hotel berlabel syariah mengenai penerapan standar operasional hotel syariah, sertifikasi halal, serta implementasi prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan usaha. Dukungan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan hotel syariah sekaligus mendukung perkembangan pariwisata halal di Kabupaten Rejang Lebong.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel atau indikator lain yang berkaitan dengan operasional hotel syariah, seperti kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, kualitas pelayanan, maupun implementasi halal *supply chain*. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas atau menggunakan pendekatan kuantitatif maupun mixed methods sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno, dan I Cenik Ardana. *“Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya”*. 57-63. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Alma, Buchari. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. 105-129 Bandung: Alfabeta, 2018.
- Apriani, Triana, et al. “Implementasi Pemasaran Syariah pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Journal Islamic Economics Ad Diwan* 4, no. 2 (2025): 333-339.
- Aysah, Siti, et al. “Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah Kota Jambi.” *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67.
- Bungin, Burhan. *“Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial”*. 107 Jakarta: Kencana, 2015.
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. “Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.” 1150-125, 2016.
- Djakfar, Muhammad. *“Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”*. 17-22 Malang: UIN Malang Press, 2019.
- Djakfar, Muhammad. *“Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi”*. 59-78 Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Djakfar, Muhammad. *“Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi”*. 60-75 Malang: UIN Maliki Press, 2017.
- Fahrur Ulum. “Inovasi Pariwisata Syariah di Indonesia: Analisis Fatwa MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016.” *TSAQAFAH jurnal* 15, no. 1 (2019): 145–166.
- Harahap, Sofyan S. *“Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”*. 36 Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Itawari, et al. “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Hotel Syariah SM Tower Malioboro.” *Jurnal Studi Multidisipliner, jurnal* 9, no. 1 (2025): 296–301.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *“Al-Qur'an dan Terjemahan”*. 112 Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Kartajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula. *“Syariah Marketing”*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *“Marketing Management”*. 138–139 Edisi ke-15. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016.
- Maghfirah, Izzatun. “Analisis Strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus di

- Hotel Wali Songo Surabaya).” *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 64–74.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. “*Qualitative Data Analysis*”: 31–33 *A Methods Sourcebook*. Edisi ke-3. California: SAGE Publications, 2014.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. “*Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*”. 7–12 Edisi ke-4. California: SAGE Publications, 2020.
- Moleong, Lexy J. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. 216–217 Edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Muslich. “*Etika Bisnis: Pendekatan Substantif dan Fungsional*”. 12–15 Yogyakarta: Ekonisia, 2010.
- Zulfa Marina, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Restoran Hotel Syariah,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, jurnal 5, no. 2 (2022): 47–57.
- Sahroni, Oni, “*Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam*”. 112-118 Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Sugiyono. “*Metode Penelitian Kualitatif*.” 104-106 Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sugiyono. “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.” 218 Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sundari, Sofie, et al. “Analisis Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah terhadap Pengelolaan Hotel di Hotel Syariah X.” *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, jurnal 5, no. 2 (2025): 333-339.
- Tjiptono, Fandy. “*Strategi Pemasaran*”. 5-7 Edisi ke-4. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Wahbah az-Zuhaili. “*Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*”. 3408-3415 Jilid 5. Damaskus: Dar al-Fikr, 2011.
- Yogi, Muhammad, et al. “Analisis Implementasi Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Reputasi Hotel.” *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies*, jurnal 3, no. 2 (2025): 214–229.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1: Berita Acara Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Tg. (P32) 31005-30004 Telp (0331) 216100 Fax (0331) 216119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
 Nomor : 156 /In.34/P.S.EQ/PP.03.9/04/2026

Pada hari ini Kamis Tanggal 16 Bulan April Tahun 2026, telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama/ NIM : Galih Pratomo / 22620043
 Prodi / Fakultas : Ekonomi Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
 Judul : Analisis, Uraian, dan Pembahasan Persepsi Masyarakat di Kota
Medan Terhadap Etika Bisnis Dpt. : Hasil No. : 108 Tahun : 2026

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Erin Fakhri Taher
 Penguji I : Khairi Umam Khairi M. I.
 Penguji II : Solihah M. E.

Berdasarkan analisis kedua calon Pembimbing serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Carilah Persepsi yang lebih spesifik lagi
2. Penelitian, analisis, dan pembahasan
3. masukkan analisis data
4. data hasil analisis ya uraian atau fungsi ke Bank
5. hasil menggunakan data statistik
6.

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk dibenarkan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan isyarat/keputusan dengan kedua penguji paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 30 bulan April tahun 2026, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 16 April 2026

Moderator

Erin Fakhri Taher

Penguji I Khairi Umam Khairi M. I.
 NIP. 19600925201901001

Penguji II Solihah M. E.
 NIP. 19931119952035 212 019

NB :
 Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua penguji diberikan afiksasi sebagai bukti pemenuhan dan yang akan diberikan ke Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam / Pengantar untuk pemberian SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan dengan hasil yang sudah ditandatangani / ACC oleh kedua penguji.

Lampiran 2: Surat Keputusan Pembimbing



IAIN CURUP
SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 144 Tahun 2026

Tentang
FENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang :**
1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
 2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diarahi tugas tersebut.
- Mengingat :**
1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.11/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2023-2026;
 8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor : 0699/Is.34/R/KP.07.5/09/2023 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan**
- Paragraf :**
- Menunjuk saudara:
- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| 1. Khairul Umam Khudhori, M.E.I | NIP. 19900725 201801 1 001 |
| 2. Soleha, S.E.I., ME | NIP. 19931006 202521 2 019 |
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:
- | | |
|----------------|--|
| NAMA | : Gita Afrini |
| NIM | : 22681019 |
| PRODI/FAKULTAS | : Ekonomi Syariah (ES) /Syariah dan Ekonomi Islam |
| JUDUL SKRIPSI | : Analisis Kepuasan Operasional Hotel Syariah di Rajang Lebong Berdasarkan Standar DSN-MUI No.108 Tahun 2016 |
- Kedua :** Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga :** Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Kemudian :** Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima :** Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Konam :** Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.



Ditampikan di : CURUP
Pada tanggal : 29 April 2026
Dekan,

Dr. Nuzuli Yusra, M.Ag
NIP 19890208 198803 1 001

1. Pembimbing I dan II
2. Sekretaris IAIN Curup
3. Ketua KIRIP IAIN Curup
4. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
5. Yang bersangkutan
6. Lain-lain

Lampiran 3: Surat Keputusan Penelitian

 IAIN CURUP	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM B. Dr. Ak. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119 Website: Facebook : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email : fakultas.sya@iaincurup.ac.id
Nomor : 492/In.34/FS/PP.00 9/06/2026	08 Juni 2026
Lamp : Proposal dan Instrumen	
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian	
Kepada Yth, Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Rejang Lebong	
Di- Tempat	
<i>Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh</i>	
Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.	
Nama :	Gita Afriani
NIM :	22681019
Program Studi :	Ekonomi Syariah
Fakultas :	Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi :	Analisis Keputusan Operasional Hotel Syariah di Rejang lebong berdasarkan Standar DSN-MUI NO. 108 Tahun 2016
Waktu Penelitian :	08 Juni 2026 Sampai Dengan 08 September 2026
Tempat Penelitian :	Hotel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong
Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.	
Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih.	
<i>Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.</i>	
  Dekan Dr. Amirul Syah, S.Pd.I, S.IPL, M.H.I NIP. 19800815 200212 1 003	

Lampiran 4: Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor:

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Amelia Agustina
Jabatan : Supervisor/Resepsionis

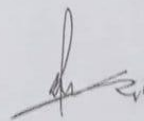
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Gita Afriani
Nim : 22681019
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Curup

Telah melaksanakan penelitian di Hotel Syariah Rejang Lebong. Terhitung tanggal 10 Juni s.d 10 September 2026 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Kepatuhan Operasional Hotel Syariah Di Rejang Lebong Berdasarkan Standar DSN-MUI No.108 Tahun 2016."

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 21 Juli 2026



Putri Amelia Agustina
Supervisor/ Resepsionis

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor:

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raden Ajeng Citra
Jabatan : Supervisor/Resepsionis

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Gita Afriani
Nim : 22681019
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Curup

Telah melaksanakan penelitian di Hotel Syariah Rejang Lebong. Terhitung tanggal 10 Juni s.d 10 September 2026 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Kepatuhan Operasional Hotel Syariah Di Rejang Lebong Berdasarkan Standar DSN-MUI No.108 Tahun 2016."

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 21 Juli 2026



Raden Ajeng Citra
Supervisor/ Resepsionis

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor:

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Hendara
Jabatan : Supervisor/Resepsionis

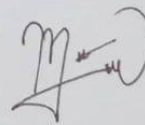
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Gita Afriani
Nim : 22681019
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Curup

Telah melaksanakan penelitian di Hotel Syariah Rejang Lebong. Terhitung tanggal 10 Juni s.d 10 September 2026 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Kepatuhan Operasional Hotel Syariah Di Rejang Lebong Berdasarkan Standar DSN-MUI No.108 Tahun 2016."

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Juli 2026



Muhamad Hendara

Supervisor/ Resepsionis

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor:

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatur Rahman
Jabatan : Pengelola/Resepsionis

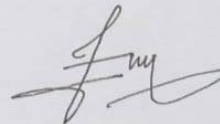
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Gita Afriani
Nim : 22681019
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Curup

Telah melaksanakan penelitian di Hotel Syariah Rejang Lebong. Terhitung tanggal 10 Juni s.d 10 September 2026 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Kepatuhan Operasional Hotel Syariah Di Rejang Lebong Berdasarkan Standar DSN-MUI No.108 Tahun 2016."

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Juli 2026



Fatur Rahman

Pengelola/ Resepsionis

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 103 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

Nama :	Gita Afrani	Pembimbing I :	Khaerul Umam Khudori. M.B.I
NIM :	22631019	Pembimbing II :	Joletha, S.E.I., ME
Program Studi :	Ekonomi Syariah		
Mulai Bimbingan :	10 April 2026	Akhir Bimbingan :	
Judul Skripsi :	Analisis Kepatuhan Operasional Poin Syariah di Jalan Kebang berdasarkan standar DSN-mui No.10 tahun 2016		

Pembimbing I,

~~Yellow~~

NIP 44310062025212019

NIP

118

Lampiran 6: Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN
ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN SYARIAH DAN ETIKA
BISNIS ISLAM PADA HOTEL YANG BERLABEL SYARIAH
DI KABUPATEN REJANG LEBONG

A. Identitas informan

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

B. Pedoman wawancara untuk informan penelitian

No	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan Wawancara
1	Bagaimana penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah (Sharia Marketing) pada hotel berlabel syariah di Kabupaten Rejang Lebong?	Rabbaniyyah (Ketuhanan)	1. Apa yang menjadi alasan hotel menggunakan label syariah? 2. Bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam operasional dan pelayanan hotel? 3. Apa saja aturan yang menjadi ciri khas hotel syariah di sini?
		Akhlaqiyyah (Etis)	1. Bagaimana hotel memperkenalkan atau

			mempromosikan hotel kepada masyarakat? 2. Bagaimana hotel menyampaikan informasi mengenai fasilitas dan harga kepada calon tamu? 3. Bagaimana hotel menanggapi kritik atau keluhan dari tamu?
		Al-Waqi'iyah (Realistis)	1. Fasilitas dan layanan apa saja yang disediakan hotel bagi tamu? 2. Bagaimana hotel menentukan tarif kamar dan menyampaikan informasi harga kepada tamu? 3. Bagaimana hotel menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan tamu saat ini?
		Insaniyyah (Humanistik)	1. Bagaimana hotel melayani tamu sejak datang hingga selesai menginap? 2. Bagaimana hotel memenuhi kebutuhan atau permintaan khusus dari tamu? 3. Menurut Bapak/Ibu, apa

			makna pelayanan yang baik di hotel ini?
2	Bagaimana perwujudan etika bisnis Islam (Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah) dalam keterbukaan informasi fasilitas dan transaksi pembayaran kepada konsumen?	Shiddiq (Jujur)	1. Bagaimana hotel memastikan informasi mengenai fasilitas, harga, dan pelayanan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya? 2. Bagaimana hotel menyampaikan apabila terdapat perubahan fasilitas atau layanan? 3. Bagaimana hotel memastikan informasi yang diberikan tidak menimbulkan kesalahpahaman?
		Amanah (Dapat Dipercaya)	1. Metode pembayaran apa saja yang tersedia di hotel? 2. Bagaimana hotel menjaga kepercayaan tamu terhadap pelayanan yang diberikan? 3. Apa pertimbangan hotel dalam menggunakan metode pembayaran tersebut (misalnya bank konvensional atau bank syariah)?
		Tabligh (Komunikatif)	1. Bagaimana hotel menyampaikan informasi

		dan Transparan)	mengenai fasilitas, harga, dan metode pembayaran kepada calon tamu? 2. Bagaimana hotel menjelaskan kepada tamu mengenai makanan dan minuman yang disediakan, termasuk status sertifikasi halalnya? 3. Media apa saja yang digunakan hotel untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat?
		Fathanah (Profesional)	1. Bagaimana hotel meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu? 2. Bagaimana hotel menangani keluhan atau permasalahan dari tamu? 3. Bagaimana hotel melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan?

Lampiran : Dokumentasi Penelitian

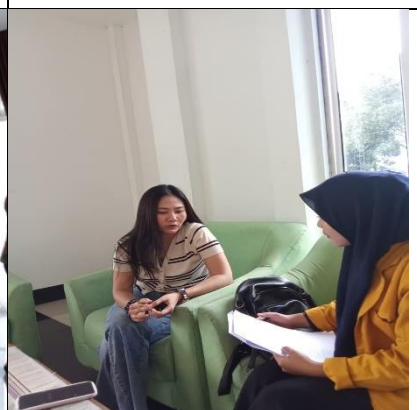
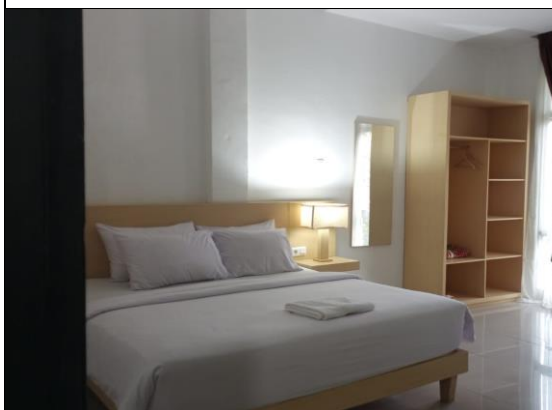
Hotel Gran Dytan Syariah



mushola



mushola



Hotel Syakila Syariah

Room Type
VVIP Room

Fasilitas

- TV
- AC
- Water Heater
- Sanitary Set
- Freezer mini

Scan Here

0863 9777 7171 0732 325171 syakilahotelsyariah

Room Type:
STANDARD ROOM

Fasilitas

- TV
- AC
- Water Heater

FOR MORE INFORMATION

SCAN HERE

0732325171 0863 9777 7171 syakilahotelsyariah

	
SWEET ROOM   Fasilitas • TV • AC • Water Heater • Sanitary Set • Freezer mini • Bathub FOR MORE INFORMATION SCAN HERE  ☎ 07921325771 ☎ 0853 5777 7771 @ syakilahotelsyariah_  Jl.Suprpto No.5 Talang Rimbo Lama Curup, Bengkulu, Indonesia	Room Type: DELUXE ROOM   Fasilitas • TV • AC • Water Heater FOR MORE INFORMATION SCAN HERE  ☎ 07921325771 ☎ 0853 5777 7771 @ syakilahotelsyariah_  Jl.Suprpto No.5 Talang Rimbo Lama Curup, Bengkulu, Indonesia

Hotel Berkah syariah



BIODATA PENULIS



Penulis bernama Gita Afriani, lahir di Tebing Tinggi pada tanggal 23 September 2002. Penulis merupakan anak ke-2 dari pasangan Bapak Heri dan Ibu Karmila. Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 26 Tebing Tinggi. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 5 Tebing Tinggi. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan menengah kejuruan di SMK Negeri 1 Empat Lawang. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syariah. Penulis tercatat sebagai mahasiswa dengan NIM 22681019. Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi, penulis mengikuti berbagai kegiatan akademik maupun kegiatan lainnya yang mendukung pengembangan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), penulis menyelesaikan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Islam pada Hotel Berlabel Syariah di Kabupaten Rejang Lebong.”