

Implementasi *Marketing* Syari'ah dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi

Tony Gunawan¹, Alfi Amalia²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

tonygunawan52@gmail.com, alfiamalia@umsu.ac.id

ABSTRACT

Shari'ah marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and changing value from initiator to its stakeholders in the entire process there are values that are in accordance with the principles of shari'ah, namely the principles of tawhid, justice, free will, and responsibility. This research is a type of qualitative research that aims to determine the shari'ah marketing strategy applied by the tenggi cliff barokah barokah guesthouse and to find out the implementation of shari'ah marketing principles at the tenggi cliff barokah barokah guesthouse. The results of this study stated that the implementation of shari'ah marketing principles at Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi, namely the principle of tawhid, the principle of fairness, the principle of free will and the principle of responsibility has been carried out well and has been in accordance with the Sharia Economic Perspective. However, in the principle of tawhid, the guest house is not optimal in applying it because there are still visitor complaints about the absence of Islamic nuances in the hotel lobby such as calligraphy ornaments and in hotel rooms the unavailability of prayer mats and mukenah for visitors to pray in the room for the reason of the guesthouse is to invite visitors to pray in congregation at the mushoalah, of course this actually violates the principles of shari'ah marketing, especially in terms of the ease of consumers in getting closer to Allah.

Keywords: *Marketing Shari'ah, Islamic Economics, Wisma Barokah Shari'ah*

ABSTRAK

*Marketing syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari inisiator kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya terdapat nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah yaitu prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing* syari'ah yang diterapkan oleh Wisma Barokah syari'ah Tebing Tinggi serta untuk mengetahui implementasi prinsip- prinsip *marketing* syari'ah di Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi. Adapun hasil penelitian ini menyebutkan bahwa implementasi prinsip-prinsip *marketing* syari'ah pada Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi yaitu pada prinsip tauhid, Prinsip adil, Prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggung jawab telah dijalankan dengan baik dan telah sesuai dengan Perspektif Ekonomi Syari'ah. Namun pada prinsip tauhid pihak wisma ini belum optimal dalam menerapkannya karena masih terdapat keluhan pengunjung tentang tidak adanya nuansa Islami pada lobi hotel seperti ornamen- ornamen kaligrafi serta pada kamar hotel tidak tersedianya sajadah dan mukena bagi pengunjung untuk salat di kamar dengan alasan pihak wisma yaitu untuk mengajak para pengunjung agar salat berjamaah di musala,*

tentu hal ini sebenarnya sudah menyalahi prinsip- prinsip *marketing* syari'ah terutama dalam hal kemudahan para konsumen dalam mendekatkan diri kepada Allah.

Kata kunci: *Marketing* Syari'ah, Ekonomi Islam, Wisma Barokah Syari'ah

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki peranan yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan manusia. Bisnis pada dasarnya adalah jual beli barang dan pelayanan, yang kurang lebih berarti jual beli dengan pelayanan sangat baik. Dari sini dapat disimpulkan bahwa perusahaan adalah organisasi atau berupa pedagang yang melakukan transaksi menghasilkan barang atau jasa, mencari keuntungan dan memuaskan konsumen (Zuhrinal & Siagian, 2023). Ketika usaha/usaha dilandasi dan mengacu pada prinsip Agama, tentu saja, terkait erat dengan norma-norma yang terkait dengannya ekonomi dalam sistem Islam. Kegiatan ekonomi berdasarkan Syari'ah adalah praktik ekonomi yang dikondisikan oleh nilai-nilai Islam yang mengikat didorong oleh konsumsi, produksi dan pelaku komersial. Maka untuk itu, bisnis Islam perlu untuk menjaga ekosistem halal yang dibangun, yang tentunya mulai dari pembiayaan sampai pada operasional harus berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah (Ismail & Pradesyah, 2023). Bisnis Islam harus tunduk pada aturan-aturan yang ada di dalam alquran dan hadis, jadi apabila bisnis Islam melanggar aturan yang sudah ditetapkan dalam alquran dan hadis, maka bisnis tersebut tentunya tidak dapat dikatakan sebagai bisnis syari'ah (Anggraeni, 2022). Maka dari itu, saat ini bisnis syari'ah mulai banyak di telisik oleh para peneliti dan pengembang, guna untuk melihat kesyari'ahan dalam bisnis tersebut, begitu juga dengan Lembaga keuangan syari'ah yang saat ini terus berkembang, dan hal tersebut tidak terlepas dari yang Namanya penilaian masyarakat (Wahyuni et al., 2016).

Semakin berkembangnya ekonomi Syari'ah di Indonesia, semakin banyak pula bermunculan lembaga keuangan syari'ah, seperti pegadaian syari'ah, asuransi syari'ah, perbankan syari'ah, dan lain-lain. Dalam dunia bisnis juga mulai banyak bermunculan bisnis/ usaha yang berbasis Syari'ah, seperti perhotelan syari'ah yang menerapkan prinsip-prinsip syari'ah pada semua aktivitasnya baik perencanaan, pelaksanaan dan pemanfaatan (Estu Handayani & Soenjoto, 2020).

Hotel syari'ah saat ini mulai banyak dipraktikkan oleh pebisnis, hal tersebut disebabkan analisis pebisnis yang memprediksi bahwa hotel syari'ah di Indonesia memiliki *market* yang tinggi, sehingga para pebisnis saat ini mulai menyusun dan membangun hotel dengan prinsip syarah. Hal ini juga di ungkapkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Pradesyah, yang melihat bahwa hotel syari'ah di kota medan saat ini mengalami peningkatan yang signifikan (Pradesyah & Bara, 2019). Bukan hanya di perkotaan saja perkembangan hotel syari'ah terjadi, tetapi juga sudah mulai muncul di daerah.

Konsep *marketing* syari'ah berkembang seiring berkembangnya ekonomi syari'ah. Beberapa perusahaan dan bank khususnya yang berbasis syari'ah telah

menerapkan konsep ini dan telah mendapatkan hasil yang positif. *Marketing* syari'ah diprediksi akan terus berkembang dan dipercaya masyarakat karena nilai-nilainya yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Secara umum *marketing* syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari inisiatör kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Artinya dalam pemasaran syari'ah, seluruh proses-baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan syariat Islam.

Tebing tinggi merupakan sebuah kota madya yang berada di provinsi Sumatera Utara, letak wilayah yang sangat strategis yaitu berada di sepanjang jalan lintas Sumatera menjadikan kota ini sebagai tempat yang paling dominan untuk persinggahan para pengguna jalan raya yang ingin menuju kota medan. Hal ini juga didukung oleh hadirnya infrastruktur berupa jalan tol Tebing Tinggi - Medan yang menjadikan kota ini sebagai tempat beristirahat atau bermalam seraya menghilangkan rasa penat selama berkendara.

Atas dasar inilah yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membangun bisnis penginapan atau hotel di wilayah ini, salah satunya yaitu Wisma Barokah Syari'ah yang terletak di Jl. Deblod Sundoro No.16, Ps. Gambir, Kec. Tebing Tinggi Kota, Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara, wisma ini memiliki dua lantai dengan jumlah kamar sebanyak 16 kamar, dalam pengelolaan dan pengoperasian bisnisnya, wisma ini menggunakan label syari'ah sehingga dari segala bentuk pengelolaan maupun aktivitas perusahaan mengedepankan prinsip-prinsip syari'ah.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi, masih ditemukan beberapa persoalan di antaranya yaitu terlihat bahwa dari aspek pengunjung wisma ini masih relatif rendah padahal jumlah penginapan di kota tebing tinggi ini tidak terlalu banyak, selain itu dari segi pelayanan masih terdapat beberapa pelayanan hotel yang tidak menggunakan hijab yang syar'i kemudian masih kurangnya nuansa religius baik di kamar maupun lobi hotel seperti pada kamar tidak terdapat mukena dan sajadah namun hanya berupa arah kiblat saja, sehingga hal ini sangat mempersulit para pengunjung wanita yang hendak salat di kamarnya masing-masing. Tentunya dari persoalan ini pihak manajemen Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta standarisasi *marketing* yang sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, agar mampu bersaing dengan hotel konvensional dan menjadi sebuah keunggulan bisnis syari'ah di lingkungan masyarakat.

Melalui uraian persoalan di atas menjadi sebuah ketertarikan bagi penulis untuk mengembangkannya lebih lanjut ke dalam sebuah jurnal yang berjudul Implementasi *Marketing* Syari'ah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi dengan tujuan penelitian yaitu: 1) untuk mengetahui

strategi *marketing* syari'ah yang diterapkan oleh Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi. 2) untuk mengetahui implementasi prinsip-prinsip *marketing* syari'ah di Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis data deskriptif yakni prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan membuat gambaran, deskripsi atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diselidiki, dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta. Dikarenakan penulis bermaksud memperoleh gambaran atau deskripsi yang mendalam tentang penerapan prinsip-prinsip syari'ah pada Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi (Andini & Aryadi, 2022). Penelitian ini dilaksanakan dimulai dari bulan 24 Juli sampai 18 Agustus 2023

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Jl. Deblod Sundoro No.16, Ps. Gambir, Kec. Tebing Tinggi Kota, Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara. Pada penelitian ini peneliti melakukan subjek penelitian dengan melakukan wawancara kepada Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi.

Data primer dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti secara langsung kepada subjek penelitian. Data dalam penelitian ini dapat dari informasi pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang berupa *interview*, observasi, maupun penggunaan instrumen yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya (Prandawa et al., 2022).

Perolehan data primer dilakukan melalui kegiatan wawancara kepada Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi. Sedangkan data sekunder peroleh dari perpustakaan, buku-buku mengenai prinsip-prinsip syari'ah serta didapatkan dari kepada Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E berupa proposal dan dokumen yang berisikan tentang penerapan prinsip-prinsip syari'ah dari Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi (Julistia et al., 2021).

Teknik pengumpulan data yang diperoleh peneliti dilakukan dengan beberapa cara, yaitu: (Hidayah & Cahyono, 2020)

1. Observasi

Metode observasi yang paling efektif adalah format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang menggambarkan akan terjadi.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu di lakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan

pertanyaan dan yang mewawancarai (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

Teknik analisis data menggunakan analisis data Miles dan Huberman adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data diperoleh dari meringkas, memilih poin utama, fokus pada hal-hal yang dianggap penting, mencari tema dan pola serta menghapus yang dianggap tidak perlu dari catatan yang ditulis di lapangan. Pada tahap reduksi data berupa gambar dan rekaman (*audio documentation*) akan diubah dalam bentuk tulisan yang dipilih. Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat memberikan kesimpulan dan pengambilan tindakan yang akan disusun dalam bentuk teks naratif dan/atau tabel (Hafizah, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi *Marketing Syari'ah* Pada Wisma Barokah Tebing Tinggi

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap manajemen Wisma Barokah Tebing Tinggi ditemukan adanya strategi *marketing syari'ah* yang dilakukan oleh pengelola wisma, dalam hal ini peneliti memaparkan sebagai berikut:

a. Manajemen Pengelolaan

Pengelolaan adalah menerapkan dan mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan ilmu perhotelan khususnya dalam perencanaan, memproduksi, dan pengawasan pengelolaan jasa penginapan atau akomodasi (Supriadi & Ismawati, 2020). Beberapa aspek dalam pengelolaan Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi yang akan dilihat kesesuaian yaitu dijelaskan bahwa dalam mengelola Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi, manajemen hotel menerapkan sistem jaminan produk halal. Hal tersebut diwujudkan dengan diterapkannya larangan pasangan pengunjung yang bukan mahramnya untuk menginap dalam satu kamar di hotel, dilarangnya pengunjung mengonsumsi minuman beralkohol dan memabukkan, membawa barang-barang terlarang seperti narkoba dan sebagainya.

Ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi sebagai berikut:

“Dari segi peraturan kami menerapkan system yang dibuat oleh pemerintah yaitu sistem marketing syari'ah dimana ada yang berbeda dalam segi fasilitas dan pelayanan di hotel kami ini, yakni tamu yang ingin check in harus membawa KTP, tidak diperbolehkan membawa barang-barang haram, seperti miras, narkoba, dan lainnya,

dan tidak menimbulkan keributan/kegaduhan yang membuat pengunjung lain terganggu. Bedanya terletak pada bagi tamu pasangan/suami istri yang ingin menginap harus menunjukkan identitasnya, seperti buku nikah, jika tidak ada kita tidak dapat menerima begitu saja”

Kemudian Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi menjelaskan terkait manajemen tenaga karyawan yang ada di wisma ini sebagai berikut:

“Kami juga memiliki beberapa peraturan yang sudah kami terapkan untuk operasional yang baik dalam pengelolaan Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi ini, yang mana peraturan ini kami perketat serta kami pertegas untuk wajib bagi tiap karyawan mematuhiinya, seperti Berpakaian sopan, bagi karyawan wanita memakai jilbab, bersikap ramah tamah, mengutamakan kepentingan tamu, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu. Namun tidak semua karyawan kami yang mau dalam hal menggunakan hijab syar'i karena merasa belum pantas terhadap dirinya, namun hal itu tetap kami maklumi kerena yang terpenting ia menggunakan hijab yang menutupi auratnya”

Hasil analisis penulis pada Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi dalam hal peraturan bagi tamu, maupun peraturan-peraturan lain sudah sesuai syari'ah Islam, seperti setiap tamu yang *check in* harus menunjukkan KTP, bagi yang pasangan (suami istri) menunjukkan buku nikah. Pihak hotel sudah menerapkan peraturan atau melakukan seleksi bagi tamu yang ingin menginap, maka dari itu dari segi pakaian pihak manajemen hotel membebaskan karyawan, tetapi harus sesuai prinsip Syari'ah. Namun, masih ada karyawan yang berpakaian tidak sesuai prinsip syari'ah (memakai baju ketat dan celana jeans), penulis juga mendapat masih ada karyawan yang bersikap kurang ramah terhadap tamu.

Berkaitan dengan pengelolaan karyawan, Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi mengharuskan kepada seluruh karyawan hotel untuk berbusana yang sesuai dengan ajaran Syari'ah dengan memakai pakaian yang menunjukkan nilai kesopanan, dan seluruh karyawati diharuskan memakai jilbab yang menutupi dada, lengan tidak boleh kelihatan dan kaki harus tertutup dengan kaos kaki. Tidak cukup itu, manajemen hotel pun menekankan kebiasaan yang Islami antara sesama karyawan hotel, baik dengan atasan maupun dengan bawahan, terlebih kepada para pengunjung hotel, untuk saling menyapa, bersalaman dan mengucapkan salam ketika datang, bertemu, dan hendak pulang.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Wisma Barokah Tebing Tinggi telah menerapkan strategi khususnya pada pengelolaan telah sesuai dengan prinsip-prinsip *marketing* syari'ah, dibuktikan dengan adanya aturan-aturan yang sejalan dengan hukum Islam dan tidak bertentangan dengan ajaran hukum Islam pada pengelolaannya.

b. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pada masyarakat

untuk perhatian, akuisisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Nizar, 2018). Secara umum produk-produk yang ditawarkan oleh pihak Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi telah penulis jelaskan secara detail menyangkut macam-macam tipe kamar, harga tiap paketnya, serta fasilitas yang disediakan pada setiap paket tersebut. Mengenai kondisi fasilitas-fasilitas yang dimaksud telah menunjukkan aspek ke syari'ahannya, seperti hal-hal berikut;

- a. Adanya pemisah antara toilet laki-laki dan toilet perempuan.
- b. Tidak adanya akses yang mengarah kepada tindakan pornografi, seperti tamu non mahram yang hendak berkunjung harus menemuinya di ruang lobi atau di luar kamar hotel. Siaran televisi di dalam kamar telah diatur agar tidak ada tayangan-tayangan yang di dalamnya mengandung unsur pornografi, tetapi hanya terdapat tayangan yang bernuansa Islami.
- c. Makanan dan minuman yang ada di restoran Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi merupakan jenis makanan dan minuman yang telah dijamin kehalalannya oleh Manajemen Hotel.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi sebagai berikut:

"Kami selalu mengutamakan kualitas produk yang halal di wisma barokah tebing tinggi ini, sebab melalui kualitas produk tentu akan memberikan efek yang positif dari setiap pelanggan ataupun konsumen kami. Oleh karena itu produk atau fasilitas yang kami hasilkan merupakan satu bentuk keutamaan yang sedang kami proses untuk dijadikan sebagai peminat atau perangsang konsumen, seperti buku Islami, produk makanan-makanan ringan ataupun minuman, hiasan-hiasan kaligrafi, tentu termasuk fasilitas-fasilitas perhotelan."

Melalui aspek- aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa mencerminkan *marketing* syari'ah yang dilakukan oleh Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi. Berdasarkan pemahaman peneliti pada prinsip-prinsip syari'ah khususnya dalam hal produk telah sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, dibuktikan dengan tersedianya berbagai fasilitas yang sesuai dengan syariat hukum Islam serta tidak adanya makanan, minuman atau produk lainnya yang mengandung unsur keharaman (Norcholis, 2021).

c. Pelayanan

Manajemen Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi telah menetapkan peraturan-peraturan yang menunjukkan aspek *marketing* syari'ah hotel tersebut, seperti peraturan bahwa setiap pengunjung hotel tidak diperbolehkan membawa wanita/pasangan yang bukan mahram atau melakukan tindakan asusila, membawa senjata tajam dan sejenisnya, membawa dan mengonsumsi minuman keras, narkoba dan sejenisnya, serta membuat kegaduhan sehingga dapat mengganggu kenyamanan hotel, Karyawan hotel berpakaian sopan dan menutup aurat. Karyawan yang bertugas

sebagai resepsionis diwajibkan menyeleksi tamu hotel yang akan menginap. Setiap tamu berpasangan yang akan menginap diwajibkan menunjukkan Kartu Tanda Penduduk suami-istri dan memiliki alamat yang sama. Pelayanan adalah jasa penyediaan akomodasi yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan, dan/atau fasilitas lainnya dalam hal pelayanan penggunaan fasilitas hotel, (Ramdani & Rosita, 2022).

Ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi sebagai berikut:

"Kami adalah salah satu tempat penginapan yang mengutamakan nuansa Islam. Peraturan yang mencerminkan nilai-nilai Islam menjadikan kami sebagai tempat yang sangat dikunjungi oleh konsumen di hotel ini. Tentu sinergitas yang telah dibangun melalui konsep syari'ah memberikan pendorong bagi kami untuk tetap berkomitmen menjaga kepercayaan konsumen terhadap hotel ini yang mencerminkan kenyamanan dan ketentraman terutama bagi para konsumen setia kami."

Dalam hal ini peneliti melihat, bahwa Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi merupakan perhotelan yang sangat menjunjung tinggi nilai syari'ah, segala pelaksanaan hingga pengelolaan, para pengurus memanajemennya melalui nilai-nilai Islam yang merupakan fondasi utama dalam menggapai keselamatan. Tentu strategi yang sangat diperlukan dan diupayakan untuk komitmen dalam penerapan syari'ah adalah modal utama dalam menjaga apa yang sudah dibangun, oleh karena itu pengurus Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi sangat gelut untuk menciptakan suasana penginapan melalui nilai-nilai keislaman.

2. Implementasi *Marketing Syari'ah* Pada Wisma Barokah Tebing Tinggi

Berdasarkan Perspektif ekonomi Islam suatu perniagaan yang menggunakan sistem *marketing* syari'ah harus memenuhi beberapa indikator prinsip-prinsip syari'ah, karena *marketing* syari'ah merupakan suatu bentuk strategi bisnis yang unsur-unsur bisnisnya mulai dari pengelolaan, pelayanan, produk dan fasilitas yang diberikan harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang dirangkum melalui sebuah prinsip *marketing* syari'ah.

Penerapan prinsip-prinsip syari'ah yaitu aturan hukum Islam yang mengatur bagaimana penerapan hukum dan syariat Islam sesuai dengan ajaran agama dalam kajian ekonomi syari'ah, prinsip-prinsip *marketing* syari'ah merupakan salah satu aturan mengenai sifat/perilaku seseorang yang mana didasarkan pada suatu etika yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan aktivitas bisnisnya berdasarkan syariat Islam. Prinsip-prinsip syari'ah tersebut meliputi prinsip tauhid, prinsip adil, prinsip kehendak bebas, dan prinsip tanggung jawab (Putri, 2022).

Berdasarkan teori tersebut pada pembahasan ini peneliti menyesuaikan indikator prinsip-prinsip *marketing* syari'ah tersebut dengan pelaksanaan yang diterapkan oleh manajemen Wisma Barokah Tebing Tinggi sebagai berikut:

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid merupakan prinsip yang meng-Esa-kan Allah SWT, mengimani dengan sepenuh hati bahwa Dia-lah Allah yang Maha Esa, tunggal dan satu. tempat meminta segala sesuatu, tidak ada sesuatu pun yang dapat menyetarai-Nya. Keimanan kepada Allah adalah wujud dari tauhid. Kegiatan apa pun yang dilakukan manusia harus didasarkan pada nilai-nilai tauhid. Prinsip ini akan melahirkan tekad bagi pelaku bisnis atau pemasaran untuk tidak berlaku diskriminasi pada semua pelaku dan praktik bisnis yang terlarang karena takut akan pengawasan Allah dan menghindari sifat serakah dan gemar melakukan penimbunan karena kekayaan adalah amanah Allah dan hanya milik Allah SWT. Maka dalam bisnis perhotelan pelayanan yang diberikan haruslah sesuai dengan syariat Islam seperti fasilitas yang bernuansa Islami, adanya kemudahan konsumen dalam melaksanakan ibadah atau mendekatkan diri kepada Allah (Aqbar & Iskandar, 2021)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing Tinggi yang berkaitan dengan prinsip tauhid di Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi dapat digambarkan sebagai berikut:

"Disini kami telah menyediakan sarana tempat ibadah berupa musala yang nyaman dan bersih, selain itu disini kami juga telah menyediakan perlengkapan shalat berupa mukena, sajadah, dan Al-Qur'an masing-masing jumlahnya lebih dari satu. Sehingga karyawan dan tamu tidak perlu keluar hotel untuk melakukan ibadah."

Berdasarkan hasil observasi penelitian ini termasuk kepada prinsip tauhid dimana musala Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi terlihat nyaman dan bersih serta sudah dilengkapi dengan beberapa sajadah, Al-Qur'an, dan mukena sehingga pengunjung nyaman untuk beribadah.

Lanjut peneliti bertanya tentang prinsip tauhid kepada salah satu pengunjung apakah prinsip tauhid telah dijalankan oleh Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi dan apakah tempat ibadah yang nyaman juga sudah dirasakan, kemudian Febrina Utami salah satu pengunjung wisma tersebut menyampaikan sebagai berikut:

"Menurut pengamatan saya wisma barokah syari'ah tebing tinggi ini sudah menerapkan system marketing syari'ahnya namun hanya pada pelayanan saja tidak termasuk fasilitas karena fasilitas seperti loby hotel yang tidak terdapat ornament-ornament Islami macam kaligrafi atau musik religi atau suara ngaji yang itu merupakan menjadi ciri khas hotel ini yang memang benar benar hotel syari'ah, selain itu saya sedikit kecewa karena di kamar saya tidak ada fasilitas ibadah seperti sajadah dan mukenah hanya terdaat arah kiblat saja namun ketika saya bertanya kepada karyawan hotel ia mengatakan bahwa seluruh mukenah dan sajadah sudah diletakkan di musala tentu hal ini sangat membuat kami para wanita yang ingin salat di kamar sedikit susah jika harus mengambil mukenah dan sajadah di musala tersebut."

Menyikapi persoalan ini lanjut peneliti bertanya kepada Ibu Syafitri Kumala Dewi, S.E selaku bidang Operational Manager di Wisma Barokah Syari'ah Kota Tebing

Tinggi sebagai berikut:

“Menanggapi komplain tersebut tentunya kami mengucapkan terima kasih karena memang mungkin itulah keterbatasan kami dalam memperindah ruangan lobi melalui ornamen-ornamen Islam namun lebih lanjut nantinya segera kami perbaharui, kemudian dalam hal tidak adanya sajadah dan mukenah di dalam kamar hal ini memang sengaja kami lakukan karena dalam bentuk strategi kami untuk mengajak para pengunjung untuk salat berjamaah di musala yang telah kami sediakan karena di musala tersebut juga di setiap minggunya kami isi dengan pengajian- pengajian yang dilaksanakan setalah salat magrib dan subuh.”

Berdasarkan uraian tersebut prinsip tauhid dari pengelolaan wisma berokah tebing tinggi ini sudah terealisasikan namun hanya saja yang menjadi catatan bagi manajemen wisma ini agar tidak memberikan paksaan terhadap para pengunjung untuk melaksanakan salat di musala karena para pengunjung di wisma ini juga banyak yang wanita yang lebih berkenan untuk salat di kamarnya namun fasilitas salat yang ada dikamar tidak tersedia yang membuat para pengunjung sedikit sulit dalam melaksanakan ibadah.

b. Prinsip Keadilan

Keadilan merupakan suatu ciri utama dalam ajaran Islam. setiap orang muslim akan memperoleh hak dan kewajibannya secara sama. “Adil dalam arti sama” yaitu memperlakukan sama dengan tidak membeda-bedakan di antara setiap individu untuk memperoleh haknya (Rahman, 2022).

Pada prinsip adil dalam penerapannya yaitu tercermin seperti dalam penerimaan tamu secara selektif bagi setiap pengunjung yang datang, tidak membeda - bedakan antara pengunjung satu dengan pengunjung lainnya . Selanjutnya peneliti bertanya tentang Bagaimana pelaksanaan prinsip keadilan apakah pihak hotel memiliki aturan tersendiri dalam menerima pengunjung yang datang lalu ibu Zahra Qoriza beliau menjawab:

“Dalam menerapkan prinsip Syari’ah disini kami selaku bagian dari pihak karyawan hotel selalu mempertegas untuk menerapkan aturan selektif bagi tamu yang ingin menginap di hotel. Setiap pengunjung yang datang kami akan meminta pengunjung untuk menunjukkan kartu identitas seperti KTP, kami juga telah memilih kamar khusus untuk Wanita dan pria, di lantai 2 kami membuat kamar khusus Wanita dan di lantai 3 kami membuat kamar khusus pria, hal itu kami lakukan agar pria dan Wanita yang bukan muhrim tidak bertemu secara langsung. Lalu jika ada sepasang pria dan Wanita yang menginap dan mereka mengakui telah menikah kami akan meminta agar mereka menunjukkan buku nikah atau bukti lainnya, jika mereka tidak mampu menunjukkannya maka kami akan menolak kunjungan mereka untuk menginap di hotel”.

Dilanjutkan oleh Bapak H. Ijal Hambali selaku *owner*/pemilik Wisma Barokah Syari’ah Tebing Tinggi beliau juga menjelaskan tentang prinsip keadilan lainnya, beliau mengatakan:

"Tidak hanya selektif dalam penerimaan pengunjung, mengenai prinsip keadilan juga sudah kami terapkan salah satunya pada pemberian gaji karyawan kami berusaha memberikan tepat pada waktunya sesuai dengan kuantitas kinerja yang mereka berikan. Kemudian dalam hal penetapan harga kamar, menurut para pengunjung disini harga kamar yang ditetapkan oleh saya selaku pemilik hotel ini, menurutnya telah sesuai dengan fasilitas yang mereka dapat seperti mulai dari tersedianya fasilitas berupa AC, TV, Wifi, hot and cold water, tempat tidur dan lain sebagainya. Tetapi bedanya disini hanya luas kamar yang disewa, karena semakin besar kamar yang disewa maka harganya pun juga cukup mahal."

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Al- Hurriyah*)

Kehendak bebas atau kebolehan adalah kemampuan untuk memilih di antara berbagai rencana tindakan berbeda yang memungkinkan manusia sebagai individu dan kolektif, punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis, manusia dibebaskan untuk menuangkan kreativitasnya dalam berbisnis.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Darmawan selaku *sales and marketing* yang berkaitan dengan prinsip kehendak bebas di Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi dalam penerapannya yaitu ketika menanggapi *complain* mengenai fasilitas/pelayanan, pihak manajemen hotel berusaha mengatasinya dengan cepat dan tepat. Lanjut peneliti bertanya bagaimana karyawan menanggapi prinsip kehendak bebas para pengunjung saat merasa tidak puas misalkan dengan fasilitas yang kurang lengkap dan pelayanan yang kurang baik di hotel Bapak Darmawan menjawab:

"Untuk pengunjung yang komplain mengenai tidak tersedianya fasilitas yang pengunjung inginkan atau terkait pelayanan yang kurang memuaskan dari kami, maka kami selaku bagian dari pihak manajemen hotel berusaha memperbaikinya serta menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung"

d. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab dapat diartikan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Tanggung jawab merupakan perbuatan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan kewajiban. Pada Prinsip tanggung jawab yaitu kami selaku dari Pihak Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi akan bertanggung jawab manakala pengunjung kehilangan barang mereka saat di kamar hotel. Lanjut peneliti bertanya bagaimana cara pihak manajemen hotel untuk menjaga prinsip tanggung jawab kepada para pengunjung jika pengunjung kehilangan barang saat di kamar hotel, Bapak H. Ijal Hambali selaku *owner/pemilik* Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi menyampaikan sebagai berikut:

"Jika pengunjung melaporkan kepada Pihak Hotel seperti melapor kehilangan dompet milik mereka, maka kami selaku pihak hotel akan langsung menanggapi pengaduan tersebut dengan mengecek ke tempat kejadian kehilangan, mengidentifikasi, melacak, memata-matai, melakukan penyelidikan baik yang

sembunyi-sembunyi maupun yang terbuka diketahui oleh umum, mencari bukti, mengumpulkan karyawan untuk mencari saksi..”

Seperti halnya pernyataan yang telah disampaikan oleh pengunjung Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi, Ibu Eliza menuturkan:

“Pelayanan yang diberikan oleh Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi sangat memuaskan dan saya sendiri merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi. Dalam memberikan pelayanan mereka selalu bersikap ramah tamah dan menganggap kita sebagai keluarga/saudara.”

Dilanjutkan pula oleh Bapak Syamsul sebagai berikut:

“Pelayanan yang diberikan oleh Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi sudah maksimal dan sudah sesuai dengan aturan prinsip-prinsip Syari'ah. Sehingga membuat saya merasa betah, nyaman dan aman dalam melakukan penginapan”.

Dari beberapa prinsip-prinsip *marketing* syari'ah di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip-prinsip Syari'ah pada Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi yaitu pada prinsip tauhid, Prinsip adil, Prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggung jawab telah terimplementasikan dengan baik dan telah sesuai dengan prinsip syari'ah. Namun pada prinsip tauhid pihak wisma ini belum optimal dalam menerapkannya karena masih terdapat keluhan pengunjung tentang tidak adanya nuansa Islami pada lobi hotel seperti ornamen-ornamen kaligrafi serta pada kamar hotel tidak tersedianya sajadah dan mukena bagi pengunjung untuk salat di kamar dengan alas an pihak wisma yaitu untuk mengajak para pengunjung agar salat berjamaah di musala, tentu hal ini sebenarnya sudah menyalahi prinsip-prinsip *marketing* syari'ah terutama dalam hal kemudahan para konsumen dalam mendekatkan diri kepada Allah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi sudah menerapkan prinsip-prinsip syari'ah termasuk di dalamnya aturan-aturan dan kebijakan-kebijakan hotel pada keseluruhannya, seperti dalam aturan tidak diperbolehkannya tamu non muhrim untuk menginap, penyediaan perlengkapan ibadah, tidak menyediakan fasilitas-fasilitas terlarang serta kewajiban menutup aurat bagi semua karyawan.. Namun, masih ada kekurangan dalam hal menerapkan prinsip-prinsip syari'ah seperti penyediaan ruang ibadah (musala) dan pakaian karyawan yang masih tidak sesuai prinsip syari'ah (memakai baju yang tidak sesuai syari'ah Islam). Fasilitas Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi saat ini sudah sesuai syari'ah akan tetapi, Wisma Barokah Syari'ah Tebing Tinggi bisa berkomitmen untuk menjalankan bisnis secara syari'ah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, & Aryadi, A. R. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Ekonomi Syariah Di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmiah Ekonomi da Keuangan Syariah*, 3(2), 83–94.
- Anggraeni, F. A. (2022). Antusias Kewirausahaan Umkm Terhadap Bisnis Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 65–72. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v2i1.119>
- Aqbar, K., & Iskandar, A. (2021). Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v1i1.446>
- Estu Handayani, R., & Soenjoto, W. P. P. (2020). Perspektif Dan Kontribusi Ekonomi Islam Terhadap Pembangunan Ekonomi Nasional. *AMAL: Journal of Islamic Economic And Business (JIEB)*, 02(02), 58–73. <https://www.jurnal.iainambon.ac.id/index.php/amal/article/view/1711>
- Hafizah, G. D. (2021). Peran Ekonomi dan Keuangan Syariah pada Masa Pandemi COVID-19. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1), 55–64.
- Hidayah, N., & Cahyono, E. F. (2020). Perbandingan Proporsi Pembiayaan Umkm Pada Perbankan Umum Dan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(7), 1247. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20207pp1247-1263>
- Ismail, A. H., & Pradesyah, R. (2023). Wages in Islamic Law. *Proceeding International Seminar of ...*, 4, 873–879.
- Julistia, C. E., Nasution, A. S., Imfazu, M. Y., & Pradesyah, R. (2021). Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada Umkm Di Kota Medan. *Al-Muaddib : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan KeIslamian*, 6(2), 247–255.
- Nizar, M. (2018). Prinsip-Prinsip Manajemen Syariah. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 114–129.
- Norcholis. (2021). Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah Di Pengadilan Agama. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4(1), 22–29. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2021.vol4\(1\).8471](https://doi.org/10.25299/syarikat.2021.vol4(1).8471)
- Pradesyah, R., & Bara, A. L. (2019). MUI Monitoring Analysis (Case Study Of Sharia Hotel, City Of Medan). *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 1(1), 9.
- Prandawa, M. C., Jubba, H., MB, F. R., & Wardani, T. U. (2022). Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia: Antara Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 29–47. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i1.1271>
- Putri, F. N. (2022). Analisis Pengimplementasian Prinsip-Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Mini Market 212 Mart Bandar Setia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama ...*, 2, 1–10.

<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/1548>

Rahman, M. T. (2022). Prinsip-prinsip Keadilan Distributif dalam Pemikiran Sayyid Qutb. *Jurnal Iman dan Spiritualitas*, 2(2), 211–216. <https://doi.org/10.15575/jis.v2i2.17779>

Ramdani, M. D., & Rosita, N. (2022)., 2022 Revised: *Agustus* 17. 1(2), 124–136.

Supriadi, & Ismawati. (2020). IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP PERBANKAN SYARIAH dalam berbagai bentuknya , dan mengacu pada sistem antara lain ialah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41–50.

Wahyuni, S. F., Hafiz, M. S., & Pradesyah, R. (2016). *THE EFFECT OF CONTRIBUTION, ROLE, AND CAPITAL ON MSMEs BUSINESS DEVELOPMENT IN ISLAMIC BANKS WITH HUMAN RESOURCES QUALITY AS A MODERATION VARIABLE* Sri. 6(1), 1–23.

Zuhrinal, & Siagian, M. (2023). Pentingnya Kewirausahaan bagi Perekonomian Bangsa. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 184–190.