

ABSTRAK

Skripsi “**Bauran Pemasaran Pada Hotel Kelud Syariah**” ini ditulis oleh Prayogo Ajie Prasetyo, NIM, 12402193201, dan dibimbing oleh Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah marketing mix adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi taktik (marketing tools) yang digunakan pada konteks bisnis untuk mencapai tujuannya dalam rangka memasarkan produk atau jasa secara efektif kepada kelompok pelanggan atau konsumen. Masalah yang dihadapi yaitu masih cukup banyak orang yang menganggap hotel syariah hanya diperuntukan bagi orang muslim. Dan mengingat di Kota Blitar banyak hotel konvensional daripada hotel berbasis islam atau syariah. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bauran pemasaran yang digunakan dalam menghadapi persaingan dengan hotel konvensional dan ingin mengetahui bagaimana cara dalam menghadapi persaingan dengan hotel konvensional.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana meningkatkan produk dalam bauran pemasaran pada hotel Kelud Syariah, (2) Bagaimana menerapkan harga dalam bauran pemasaran pada hotel Kelud Syariah, (3) Bagaimana pemilihan tempat dalam bauran pemasaran pada hotel Kelud Syariah, (4) Bagaimana melakukan promosi dalam bauran pemasaran pada hotel Kelud Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui bauran pemasaran pada hotel Kelud Syariah. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, Kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis penelitian menggunakan paparan data, penyajian data, kesimpulan. Sumberdata pada penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Informan dalam penelitian ini yaitu pihak hotel Kelud Syariah.

Hasil penelitian ini adalah (1) meningkatkan produk: (a) dengan mengupgrade fasilitas kamar, kebersihan dan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan, (2) menerapkan harga: (a) Price Ranging, dengan melihat tarif atau harga pada brosur di bagian front office; (b) sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, (3) pemilihan tempat: (a) akses yang mudah dijangkau; (b) strategis di tengah Kota Blitar, (4) promosi: (a) melalui media sosial; (b) melalui aplikasi online; (c) diskon.

Kata kunci: bauran pemasaran syariah, marketing mix, hotel syariah

ABSTRACT

*This thesis "**Marketing Mix at Kelud Syariah Hotel**" was written by Prayogo Ajie Prasetyo, NIM, 12402193201, and guided by Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.*

Marketing mix or better known as marketing mix is a term used to describe a combination of tactics (marketing tools) used in a business context to achieve its objectives in order to effectively market products or services to groups of customers or consumers. The problem faced is that there are still quite a lot of people who think that sharia hotels are only for Muslims. And considering that in Blitar City there are many conventional hotels rather than Islamic or sharia-based hotels. To find out more about the marketing mix used in facing competition with conventional hotels and want to know how to deal with competition with conventional hotels.

The focus of this research is (1) How to improve products in the marketing mix at the Kelud Syariah hotel, (2) How to apply prices in the marketing mix at the Kelud Syariah hotel, (3) How is the selection of places in the marketing mix at the Kelud Syariah hotel, (4) How to do promotions in the marketing mix at the Kelud Syariah hotel. This study aims to determine the marketing mix at the Kelud Syariah hotel. This research method uses descriptive qualitative research. Data collection techniques are observation, interviews, questionnaires and documentation. While the research

analysis technique uses data exposure, data presentation, conclusions. The data sources in this study are primary data and secondary data. The informants in this study were the Kelud Syariah hotel.

The results of this study are (1) improving products: (a) by upgrading room facilities, cleanliness and facilities needed, (2) applying prices: (a) Price Ranging, by looking at rates or prices on brochures at the front office; (b) in accordance with the facilities offered, (3) site selection: (a) easy to reach access; (b) strategic in the middle of Blitar City, (4) promotion: (a) through social media; (b) through online applications; (c) discounts; (d) discounts; and (e) discounts.

Keywords: sharia marketing mix, marketing mix, sharia hotel