

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Meningkatnya tren kesadaran muslim di Indonesia saat ini terhadap *halal lifestyle* membuat kebutuhan berbagai macam produk dan aktivitas sesuai syariah meningkat. Berbagai macam bisnis syariah telah banyak dilakukan oleh para pebisnis dalam berbagai macam sektor, seperti sektor hotel, restoran, travel, pariwisata, spa, makanan, kosmetik, dan *medical care*. Perkembangan ekonomi menurut ekonomi Islam, bukan hanya sekedar berkaitan dengan pertumbuhan terhadap barang dan jasa, akan tetapi berkaitan dengan aspek moralitas dan kualitas akhlak serta selarasan antara tujuan duniawi dan ukhrawi (Juliana, Maryam, Saadillah, & Marlina, 2018). Saat ini bisnis syariah telah menjadi gaya hidup umat Islam (Nasrullah, 2016). Menurut Samori, Saleh, & Khalid (2015) secara global beberapa negara mulai berlomba-lomba untuk membuka pariwisata yang halal, baik negara dengan mayoritas muslim maupun non-muslim seperti Malaysia, UAE, Qatar hingga Jepang.

Namun demikian, COMCEC (2017) menemukan bahwa hotel yang sesuai syariah secara global menghadapi tantangan terkait dengan penerapan layanan keramahtamahan ramah Muslim di perusahaan akomodasi mereka. Hal ini disebabkan oleh pemahaman yang berbeda tentang akomodasi 'halal' menurut tingkat madhab dan praktik. Selain itu, tamu Muslim dan tamu non-Muslim memiliki persyaratan yang berbeda dan menilai elemen halal sulit karena produk yang selalu berubah. Di lingkungan Malaysia, studi tentang tantangan SCHs langka dan perlu diperbarui terutama setelah pengenalan *Muslim Friendly Hospitality Services* (MFHS) (Abd Razak & Raja Yusof, 2019).

Selain itu, terdapat pula hotel syariah pertama di Jepang yaitu Syariah Hotel Fujisan. Hotel yang baru dibuka di tepi Danau Kawaguchi dekat Gunung Fuji adalah hotel pertama di Jepang yang dirancang khusus untuk wisatawan muslim. Fujisan Hotel Syariah berharap layanan dan akomodasi yang diberikan mampu menarik lebih banyak turis dari negara-negara Islam ke daerah tersebut. Sejak resmi dibuka, Syariah Hotel Fujisan rata-rata dikunjungi sekitar 200 tamu per bulan. Meski demikian, kunjungan

tamu Muslim di Jepang secara keseluruhan masih relatif rendah, berkisar sekitar 30 persen (Asror, 2018). Pada tahun 2018, Deyaar yang merupakan *developer* Dubai berencana mengembangkan hotel dengan konsep *shariah compliance*, dengan target pasar yaitu para wisatawan muslim. Selain memperhatikan *shariah compliance* pada hotel tersebut, Deyar juga memperhatikan pelayanan dan fasilitas yang diberikan agar mendapatkan banyak *repeat clients* (Merani, 2018).

Hotel syariah pada saat ini menjadi salah satu bisnis pariwisata yang sangat potensial di Indonesia. Menurut Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal (TP3H) Riyanto Sofyan sekarang ini terdapat sekitar 730 hotel syariah di seluruh Indonesia (Achmad, 2018) Indonesia termasuk terdepan dalam industri wisata halal ini. Terbukti Indonesia masuk ke dalam 10 besar daftar negara dengan jumlah wisatawan muslim di dunia menurut *Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index* tahun 2018. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

**Tabel 1. 1**  
**Urutan Negara Sebagai Destinasi Utama Wisatawan Muslim Tahun 2018**

No.	Negara	Peresentase
1	Malaysia	80,6
<b>2</b>	<b>Indonesia</b>	<b>72,8</b>
3	Uni Emirat	72,8
4	Turki	69,1
5	Saudi Arabia	68,7
6	Qatar	66,2
7	Bahrain	65,9
8	Oman	65,1
9	Moroko	61,7
10	Kuwait	60,5

Sumber : *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index*

Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan sarana pariwisata halal untuk lebih baik lagi, contohnya dengan meningkatkan jumlah hotel syariah diberbagai daerah. Hotel syariah merupakan hotel yang menerapkan prinsip syariah dimana dalam melakukan kegiatan usahanya, dari mulai produk, pelayanan, serta kebijakan yang diterapkannya harus sesuai dengan etika dan prinsip syariah Islam.

Kendati begitu, jumlah hotel syariah yang ada saat ini masih minim jika dibandingkan dengan keberadaan hotel konvensional, sementara kesadaran masyarakat akan pariwisata ramah wisatawan muslim (*moslem friendly tourism*) semakin tinggi (Micom, 2016). Peningkatan penyedia hotel syariah di Indonesia memunculkan persaingan antara hotel konvensional dengan hotel syariah maupun persaingan antara hotel syariah dengan sesama syariah dari segi harga hingga kualitas pelayanan yang ditawarkan. Peluang bisnis ini pun ditangkap oleh para pengusaha hotel dengan mendirikan hotel syariah (Micom, 2016).

Penggunaan label syariah dalam bisnis hotel merupakan sesuatu yang masih asing dan rancu di masyarakat Indonesia yang awam. Hingga kini hanya beberapa saja hotel syariah saja yang berani memproklamirkan konsep spiritualnya kepada publik. Penggunaan label ‘syariah’ yang di pegang oleh sebuah *brand* hotel masih belum menjadi ikon yang dikenal luas, apalagi jika dibandingkan dengan maraknya penggunaan label syariah pada industri perbankan yang dinilai sudah lebih banyak dikenal masyarakat (Fadhli, 2018).

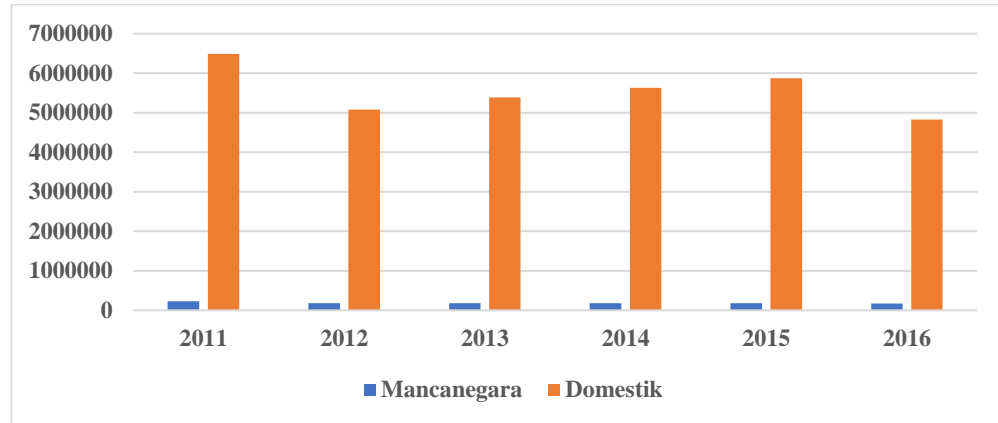
Sertifikasi hotel syariah hingga kini juga masih menjadi hal yang tabu lantaran kurangnya literasi terkait urgensi sertifikasi halal tersebut, walaupun dari penyelenggaraanya, sudah banyak hotel yang bisa dikatakan telah menerapkan prinsip-prinsip Islam, tidak serta merta mereka mampu dinobatkan langsung sebagai hotel syariah, karena belum mendaftarkan sertifikasi halal. Hal ini disebabkan oleh informasi mengenai standarisasi pembentukan hotel syariah yang masih belum jelas di masyarakat. Banyaknya pengusaha hotel masih rancu terhadap legalitas penetapan syariah yang harus dimiliki sebagai acuan (Fadhli, 2018).

Dampak dari persoalan tersebut, banyak pebisnis hotel syariah lebih banyak mengimplementasikan konsep syariah mereka berdasarkan aturan-aturan Islam yang didapat dengan konsultasi melalui ulama, pemuka agama Islam, ataupun ustadz setempat. Sehingga tidak bisa dipungkiri jika beberapa pemilik hotel syariah memberanikan diri mengoperasikan usahanya hanya atas dasar pemahaman ke-Islaman pribadi mereka sendiri dan hasil kualitas pengelolaan dan pengoperasiannya kadang masih belum maksimal (Fadhli, 2018).

Standar kualifikasi dan kompetensi karyawan yang masih rendah, serta belum optimalnya fasilitas hotel syariah menjadikan hotel syariah belum menjadi pilihan utama di masyarakat. Sehingga masyarakat masih menyamakan persepsi mereka antara hotel syariah dan hotel konvensional. Hotel merupakan salah satu industri jasa dibidang penginapan yang sangat bergantung sekali kepada kualitas jasa yang disediakan dalam melayani pelanggan (Salma & Ratnasari, 2015). Hal ini didukung oleh pernyataan Soleh selaku Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) BPD Jawa Timur dalam Jawa Pos (2015) bahwa hotel syariah khususnya di Jawa Timur kurang berkembang, hal ini dikarenakan hotel syariah identik dengan fasilitas yang kotor dan tidak memuaskan.

Salah satu faktor pertimbangan pemilihan hotel yang dilakukan oleh masyarakat selain dari kenyamanan yang diberikan juga dari image yang muncul terhadap hotel tersebut. Pandangan negatif atas hotel tertentu sering menjadi perbincangan masyarakat luas yang berhubungan dengan penawaran pelengkap atas manfaat inti yang ditawarkan, yaitu produk tambahan dalam wujud diskotik, bar, *night club*, panti pijat maupun kantin. Disisi lain, *image* hotel di daerah wisata dan industri sangat dekat dengan dunia hiburan malam atau perzinahan. Kondisi ini berdampak pada tingkat kehati-hatian dari para tamu dari keluarga baik-baik yang berwisata bersama keluarga di dalam memilih hotel (Widyarini, 2013). Faktor penting berikutnya yang sangat dinantikan oleh para wisatawan ini adalah tentang pemisahan antara tamu pria dan wanita yang belum menikah dan ketersediaan Al-Quran di kamar hotel. Temuan ini telah dikonfirmasi dengan studi sebelumnya di sini. Wisatawan muslim memiliki harapan tinggi akan kemampuan mereka untuk melakukan kewajiban agama mereka dan bahwa itu akan mempengaruhi keputusan mereka ketika memilih tujuan (Yusof, Shariff, & Omar, 2019).

Kedatangan wisatawan ke Bandung mengalami naik dan turun di setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam retang tahun 2011 sampai 2016 yang tertera pada Gambar 1.1 berikut.



**Gambar 1. 1**  
**Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara yang Datang ke Kota Bandung**  
Sumber : *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung*

Salah satu kota di Jawa Barat yaitu Kota Bandung yang banyak digemari kalangan penikmat perjalanan, mulai dari pesona alamnya yang memikat, sajian kuliner yang lezat, hingga wahana permainan dan hiburan yang menyenangkan sehingga menjadikan kota Bandung sebagai destinasi wisata favorit wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dengan banyaknya pilihan destinasi wisata di Kota Bandung, para pebisnis berlomba-lomba mendirikan hotel namun yang unik adalah menerapkan nilai-nilai Islami dalam proses bisnis. Bisnis hotel Syariah menjadi pilihan untuk memenuhi wisatawannya sehingga hotel Syariah di Kota Bandung dapat ikut andil dalam perekonomian dan dapat meningkatkan daya saing terhadap hotel konvensional (Oktaviani, 2014).

Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Jawa Barat Herman Muchtar menjelaskan, potensi bisnis hotel Syariah di Kota Bandung cukup besar. Namun pengusaha enggan memilih bisnis ini karena sedikitnya minat konsumen terhadap hotel Syariah, hal tersebut disebabkan oleh pengunjung pada hotel syariah harus memenuhi kriteria tertentu sehingga tidak semua pengunjung dapat menginap di hotel syariah, berbeda dengan hotel konvensional yang benar-benar mencari laba

sehingga tidak ada kriteria khusus untuk pengunjung. Selain itu masih belum banyak masyarakat mengerti perbedaan hotel syariah dengan hotel konvensional (Tempo.co, 2015).

Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoren Indonesia (PHRI) Jawa Barat Herman Muchtar menyebutkan bahwa jumlah hotel di Bandung sudah terlalu banyak, sedangkan okupansi begitu rendah. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Di sisi lain, ada kewajiban perhotelan yang begitu tinggi di tengah pemasukan yang sangat rendah. Okupansi hotel-hotel di Bandung pada hari-hari biasa rata-rata sekitar 40-45 persen, kecuali pada bulan puasa yang drop dengan rata-rata 25 persen. Kalau lokasi hotel yang bagus, okupansinya masih bisa sampai 60 persen. Namun, jika lokasinya tidak bagus, bisa di bawah 40 persen (Herman, 2017).

Jumlah hotel syariah di kota Bandung masih sedikit dibandingkan dengan hotel konvensional. Ada beberapa hotel syariah di kota Bandung diantaranya adalah:

**Tabel 1. 2**  
**Daftar Hotel Syariah di Kota Bandung**

No	Hotel Syariah	Alamat
1	Hotel Syariah DJ	Jl.Geger Kalong Girang No.67, Gegerkalong, Bandung, Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152
2	Hotel Syariah NR	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.31-35, Lkr. Sel., Lengkong, Kota Bandung
3	Hotel Syariah OH	Jl. Babakan Jeruk 1 No.76, Sukagalih, Sukajadi, Sukagalih, Sukajadi, Kota Bandung,
4	Hotel Syariah LG	Jl. Soekarno Hatta No.464, Kota Bandung
5	Hotel Syariah NO	Jl. Madura No.6, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
6	Hotel Syariah RB	Jalan Dr. Rubini No.4, Pasirkaliki, Pasir Kaliki, Cicendo, Kota Bandung
7	Hotel Syariah CN	Jl.Dr. Setiabudhi No. 300, Ledeng, Cidadap, Ledeng, Cidadap, Kota Bandung
8	Hotel Syariah RT	Jl. Cibunut Selatan No.6 Sumur Bandung, Kota Bandung
9	Hotel Syariah SR	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.75, Kota Bandung

*Sumber:* (Wikipedia, 2017)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa hotel syariah sudah mulai banyak tersebar di Kota Bandung. Maraknya bisnis hotel syariah ini memunculkan persaingan antar sesama pebisnis hotel, baik itu hotel konvensional maupun antar hotel syariah itu

sendiri. Ketatnya persaingan bisnis perhotelan membuat kedatangan pelanggan ataupun tamu hotel yang datang dianggap sebagai moment yang sangat berharga. Pasalnya, setiap tamu hotel yang datang dapat dijadikan sebagai *customer* yang loyal (Hamdani, 2017).

Sebagaimana konsep loyalitas didefinisikan oleh Lovelock dan Wright (2012) yaitu kesediaan pelanggan untuk menggunakan jasa suatu perusahaan secara berulang-ulang, dan merekomendasikan jasa perusahaan tersebut kepada orang lain. Maka dari itu dengan menciptakan pelanggan yang loyal, otomatis setiap kali mereka membutuhkan akomodasi tempat bersinggah maka mereka akan kembali memilih hotel tersebut (Hamdani, 2017). Namun untuk menciptakan loyalitas pelanggan bukanlah suatu persoalan yang mudah. Perusahaan haruslah dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik jika tidak ingin tersingkir oleh kompetitor lain. Tak terkecuali pada hotel syariah ini, perusahaan syariah harus mampu berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pasar halal saat ini (Tjiptono F. , 2000)

Karakteristik pelayanan yang khas pada hotel syariah ini dapat dimasukkan dalam kualitas jasa. Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen (2001) menyarankan penggunaan dimensi tambahan, yaitu *compliance* (kepatuhan) untuk melengkapi lima dimensi lain yang diusulkan Parasuraman dkk. Dimensi *compliance* disini mengacu pada kepatuhan terhadap hukum dan prinsip Islam dalam operasional bank syariah, sehingga dimensi kualitas jasanya terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. (Hasan, 2006).

Kualitas pelayanan yang pengukurannya pertama kali dilakukan oleh Parasuraman bahwa terdapat lima dimensi yakni *tangibles* (penampilan fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi), *reliability* (kemampuan untuk melakukan kualitas jasa yang menjanjikan keandalan dan keakuratan), *responsiveness* (kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat), *assurance* (pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan yang dimiliki karyawan untuk menginspirasi kepercayaan, dan keyakinan), *emphaty* (perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan) (Salma & Ratnasari, 2015).

Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan. Al Qur'an diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan hidup. Oleh karena itu, setiap aktivitas hidup terkait dalam aturan syariah. Demikian halnya dalam penyampaian jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Perkembangan organisasi jasa syariah telah memberikan dimensi baru dalam pengukuran kualitas jasa. Mengembangkan pengukuran kualitas jasa dalam perspektif Islam. Otham & Owen (2001) menambahkan dimensi Compliance (kepatuhan) dalam *Service Quality (Assurance, Responsiveness, Tangible, Emphaty, Reliability)* yang kemudian disebut dengan CARTER (*Compliance, Assurance, Responsiveness, Tangible, Emphaty, Reliability*). Serta menempatkan compliance sebagai landasan utama dalam mengukur kualitas jasa.

Sudah banyak penelitian yang membahas mengenai *service quality* terhadap pengunjung hotel, seperti penelitian yang dilakukan oleh Desy Aswari (2017). yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel *tangible, reliability, assurance, emphaty, responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa penginapan di hotel di Kawasan wisata air terjun Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar baik secara parsial maupun simultan (Aswari, 2017).

Selain itu juga terdapat penelitian yang membahas mengenai kualitas jasa perspektif Islam terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen menjelaskan bahwa kualitas jasa perspektif Islam berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas jasa perspektif Islam tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. (Salma & Ratnasari, 2015).

Penelitian ini dilakukan di enam hotel Syariah di Kota Bandung yaitu Hotel Syariah NR, Hotel Syariah DJ, Hotel Syariah OH, Hotel Syariah RT, Hotel Syariah SR, dan Hotel Syariah NO. Alasan penulis memilih enam hotel tersebut untuk dijadikan objek penelitian dikarenakan memiliki keunikan, kebersihan yang paling



baik dan pelayanan yang ramah diantara beberapa hotel syariah lainnya (Melody, 2016).

Melihat permasalahan yang telah diuraikan di atas dan karena banyaknya alasan konsumen yang menginap di hotel syariah, maka peneliti tertarik dan ingin melakukan penelitian tentang loyalitas konsumen yang sudah pernah menginap di hotel syariah. Lebih lanjut akan diangkat kedalam penelitian yang berjudul **“Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu Hotel Syariah di Kota Bandung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Perkembangan hotel setiap tahunnya terus meningkat, namun belum optimal karena pengusaha enggan memilih bisnis ini karena sedikitnya minat konsumen terhadap hotel Syariah (Tempo.co, 2015).
2. Penggunaan label Syariah dalam bisnis hotel merupakan sesuatu yang masih asing dan rancu di masyarakat Indonesia (Fadhli, 2018).
3. Informasi mengenai standarirasi pembentukan hotel Syariah yang masih belum jelas dimasyarakat (Fadhli, 2018).
4. Standar Kualifikasi dan Kompetensi Karyawan yang masih rendah (SKNI). Sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap kualitas pelayanan kepada pelanggan (Fadhli, 2018).
5. Konsumen lebih memilih hotel konvensional di Bandung dengan hotel Syariah
6. Hotel Syariah kurang berkembang dikarenakan hotel Syariah identik dengan fasilitas yang kotor dan tidak memuaskan (Salma & Ratnasari, 2015).
7. Masyarakat belum mengerti dan mengenal perbedaan hotel Syariah dengan konvensional (Tempo.co, 2015).
8. Tingkat okupansi hotel di Bandung yang rendah sekitar 40 sampai 45% (Herman, 2017).

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kondisi aktual hotel syariah di Kota Bandung ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan hotel syariah di Kota Bandung ?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan hotel syariah di Kota Bandung ?
4. Sejauh mana tingkat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas tamu hotel syariah di Kota Bandung ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran umum hotel syariah di Bandung dan menganalisis penerapan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada hotel syariah di Kota Bandung dari perspektif konsumen yaitu pada hotel syariah di Kota Bandung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas perkembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam, khususnya mengenai kualitas pelayanan yang harus diperhatikan dalam hotel syariah yaitu dapat berguna baik secara teoritis dan praktis. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Bagi penulis, agar memahami konsep bisnis didalam Islam dan kualitas pelayanan pada hotel syariah. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi informasi dan keilmuan supaya dapat memberikan masukan terhadap para pelaku bisnis hotel syariah mengenai penerapan kualitas pelayanan pada hotel syariah.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bagi pelaku usaha khususnya para pengusaha hotel syariah agar menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip Islam agar bisnis yang dijalankan bukan hanya berkembang dan mendapatkan keuntungan semata, tetapi juga barokah sesuai dengan tujuan bisnis di dalam Islam.