

**STRATEGI PEMASARAN
HOTEL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh:

Anisa Nur Rahmawati
NIM 15240099

Pembimbing:
Maryono, S.Ag., M.Pd
NIP 197010262005011005

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: B-1067/Un.02/DD/PP.05.3/05/2019

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

STRATEGI PEMASARAN HOTEL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Anisa Nur Rahmawati
NIM/Jurusan : 15240099/MD
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 6 Mei 2019
Nilai Munaqasyah : 91 (A -)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Pengaji I,

Maryono, S.Ag, M.Pd.

NIP 19701026 200501 1 005

Pengaji II,
Drs. Mokh. Nazili, M.Pd.
NIP 19630210 199103 1 002

Pengaji III,
M.Toriq Nurmadiansyah,S.Ag, M.Si.
NIP 19690227 200312 1 001

Yogyakarta, 9 Mei 2019

Dekan,



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si
NIP 19600310 198503 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274)552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Anisa Nur Rahmawati
NIM : 15240099
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan**
Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Manajemen Dakwah.

Dengan in kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 29 April 2019

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Drs. Rosdi Bando, M.Si
NIP: 19670104/199303 1 00 3

Pembimbing

Maryono, S.Ag., M.Pd
NIP: 19701026 200501 1005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Nur Rahmawati
NIM : 15240099
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul: Strategi Pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 29 April 2019

Yang Menyatakan,



Anisa Nur Rahmawati
NIM 15240099

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.¹
(Q.S. Al-Qashash Ayat,77)

¹ Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan terjemahannya Juz 1-30*, Jakarta: Departemen Agama RI, ed. Revisi, 2002, hal. 394

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah dzat yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan nikmat dan hidayahnya kepada setiap makhluq ciptaan-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul: Strategi Pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta, Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada bimbingan kita nabi agung Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan keilmuan dan kesejahteraan semoga tercurahkan kepada keluarga besar dan sahabat-sahabat beliau, dan kita sebagai umatnya semoga kelak mendapatkan syafaatnya di *yaumil akhir*.

Peneliti menyadari dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, Alhamdulillah penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan target yang telah diharapkan.

Akhirnya dengan penuh kerendahan hati dan kesadaran diri, peneliti sadar bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil, sudah seharusnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan demi terselesaikannya laporan penelitian ini. Untuk itu, peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. KH. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Maryono selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi, terimakasih peneliti haturkan atas kesabaran dan ketulusannya yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Bapak dan ibu Dosen Jurusan Manajemen Dakwah yang telah mencerahkan ilmu ilmu nya kepada peneliti.
6. Staff Tata Usaha (TU) Fakultas Dakwh dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak Muhammad Jazir , Asp yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian di Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta, bapak HM. Rizqi Rahman, ST. M.Eng selaku sekretars Masjid Jogokariyan Yogyakarta, bapak Sudiwahyono dan bapak Agung selaku Pengelola Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.
8. Ayahanda Ponijo Sardiyanto dan Ibunda saya Suparti yang telah membesarkan dan membimbing saya dari kecil hingga saat ini dengan penuh kesabaran dan ketulusan , serta do'a dan dukungan baik secara moril maupun materil yang tiada henti. Semoga Allah senantiasa melindungi dan memberkahi ayahanda dan ibunda tercinta.
9. Keluarga besarku Mas Nasir,Mbak Yunita, Dek wahyu , Mas Bangun, Mbak Nisa, Dek Adiba, Dek Sakhi. Peneliti mengucapkan banyak terimakasih atas do'a dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.

10. Keluarga besar Korp Sukarela Palang Merah Indonesia Unit VII UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan warna warni kehidupan sehingga meninggalakan kesan dan kenangan yang indah
11. Keluarga besar Alumni Ma'had Al Muayyad, serta Himpunan Mahasiswa Alumni Santri Tebuireng yang telah memberikan dukungan serta doa.
12. Sahabat-sahabat tercinta dan terkasih Cicik, Dhia, Arul, Chotim, Fitri , Isna, Alfiani, Dinda, Mukidi, Mas wendra, Mas Rizal, Mas Zai Khuma, Arif, Vista, Mimi kalian luar biasa. Teimakasih atas motivasinya sehingga skripsi ini bisa selesai.
13. Sahabat-sahabat seperjuangan jurusan Manajemen Dakwah, serta sahabat-sahabat lain yang belum disebutkan satu-persatu.
14. Teman-teman KKN Angkatan 96 Kelompok 150, Karang, Ngalang, Gedangsari, Gunungkidul yang telah memberikan kenangan dan motivasi kepada peneliti.
15. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Peneliti hanya dapat mendoakan semoga keikhlasan, dukungan, arahan, bimbingan dan bantuan kepada peneliti menjadi amal ibadah yang terus mengalir menjadi pahala yang berlimpah dari Allah SWT. *Amiiin ya rabbal'alamin.*

Yogyakarta, 26 April 2019
Peneliti,

Anisa Nur Rahmawati
15240099

ABSTRAK

Anisa Nur Rahmawati, 15240099 dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan”. Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ini persaingan dalam bisnis produk maupun jasa semakin ketat, salah satu persaingan dalam bidang jasa yakni bisnis perhotelan. Hal ini bisa jadi dipengaruhi oleh adanya kebijakan pemerintah yang memberikan kelonggaran dalam bidang perhotelan. Sesuai dengan SK. MENPARPOSTEL No. KM 94/HK-103 MPDT.87 yang memuat bahwa hotel adalah “sesuatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk mempergunakan jasa penginapan makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial”. Oleh karena itu berbagai hotel akan bersaing untuk meningkatkan fasilitas, pelayanan dan strategi pemasaran yang ada untuk bersaing dengan hotel yang lainnya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Tehnik analisa data yang dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan *coclusion drawing* atau *verification*. Uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi sumber data dan triangulasi thenik pengumpulan data. Penelitian ini mengenai strategi pemasaran dan implementasi bauran pemasaran terkait produk, haraga, promosi, dan tempat yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran di Hotel Masjid Jogokariyan ialah dengan menggunakan Masjid sebagai alat yang paling efektif untuk melakukan pemasaran, serta melakukan strategi pemasaran melalui penerapan bauran pemasaran produk, harga, promosi dan tempat. Masing-masing strategi bauran pemasaran dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokariyan walaupun dalam melakukannya masih dengan cara-cara yang sederhana, dan hal menarik pada strategi yang dilakukan ialah menggunakan manajemen masjid sebagai alat pemasaran yang paling efektif.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kajian Pustaka	7
G. Kerangka Teori	9
1. Strategi	9
2. Pemasaran	10
3. Strategi Pemasaran.....	11
4. Unsur-unsur Pemasaran	12
5. Pengertian Hotel.....	15
H. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Subjek dan Objek penelitian	20
3. Metode Pengumpulan Data.....	20
4. Metode Analisis Data	22
5. Tehnik Keabsahan Data	23
I. Sistematika Pembahasan	26

BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG HOTEL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA	28
A. Masjid Jogokariyan Yogyakarta	28
1. Sejarah Berdirinya Masjid Jogokariyan Yogyakarta	28
B. Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	30
1. Sejarah Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	30
2. Letak Geografis Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.....	33
3. Visi dan Misi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.....	34
4. Tujuan Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	35
5. Susunan Kepengurusan Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	36
BAB III PEMBAHASAN	41
A. Strategi Pemasaran Di Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	41
1. Strategi Pemasaran.....	41
B. Unsur-unsur Pemasaran.....	45
1. Produk (<i>Product</i>)	48
2. Harga (<i>Price</i>)	53
3. Promosi (<i>promotion</i>).....	58
4. Tempat (<i>Place</i>).....	72
C. Segmentasi Pemasaran di Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	75
BAB IV PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80
1. Saran bagi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta	80
2. Saran bagi peneliti selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trianggulasi Sumber Data	24
Gambar 1.2 Trianggulasi Teknik Pengumpulan Data	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini berjudul “**Strategi Pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta**”. Untuk menghindari kesalah fahaman dalam penafsiran judul penelitian, maka diperlukan adanya penafsiran beberapa istilah:

1. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Strategi berasal dari bahasa inggris “*strateyi*” yang berarti ilmu siasat (perang), siasat, taktik, akal.¹ Strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi dalam penelitian ini adalah suatu perencanaan yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

2. Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa inggris dikenal dengan nama *Marketing*. Kata marketing ini dapat dikatakan sudah diserap ke dalam bahasa kita, namun juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran. *Marketing* adalah proses di mana seseorang atau kelompok dapat memenuhi *need* dan *want* melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa.

¹ Suharso dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2014), hlm. 499.

Dari sudut pandang *The American Marketing Association*, *Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, services to create exchange that satisfy individual and organizational goals.* Artinya *marketing* adalah proses merencanakan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, menciptakan peluang yang memuaskan individu dan sesuai dengan tujuan organisasi.²

Jadi yang dimaksud pemasaran dalam penelitian ini adalah seluruh proses penciptaan, proses perubahan nilai (*value*), tentang produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

3. Hotel Masjid Jogokariyan

Hotel Masjid Jogokariyan merupakan salah satu hotel masjid yang mengedepankan konsep syar'i. Dengan lokasi yang mudah dijangkau yakni berada di lantai 3 *Islamic Center* Masjid Jogokariyan. Selain konsepnya yang syar'i Hotel Masjid Jogokariyan juga menawarkan harga yang terjangkau dengan fasilitas nyaman. Sehingga Hotel Masjid Jogokariyan menjadi *alternative* tempat menginap bagi keluarga.³

Berdasarkan penegasan judul skripsi “**Strategi Pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta**”,

² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Jasa* (Alfabeta: Bandung, 2011), hlm. 5.

³ Deskripsi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta, <http://masjidjogokariyan.com/hotel-murah-dan-syari-masjid-jogokariyan-yogyakarta/>, diakes pada 22 Oktober 2018, pukul 0:58 WIB

peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran Hotel Masjid Jogokaryan Yogyakarta. Kemudian akan peneliti deskripsikan dan jabarkan dalam bentuk karya tulis, sehingga akan didapatkan gambaran tentang strategi pemasaran Hotel Masjid Jogokaryan Yogyakarta.

B. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan. “Pemasaran adalah proses di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain”.⁴ Sedangkan strategi merupakan sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”⁵.

Di Indonesia, banyak kota yang merupakan tempat tujuan wisata dan salah satu kota tersebut adalah Yogyakarta. Kota Yogyakarta memiliki banyak obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan, diantaranya adalah Keraton

⁴ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta, edisi keduabelas, cetakan pertama, jilid I dan II, terjemahan Hendra teguh, PT. Erlangga, 2008), hlm. 6.

⁵ Radiany, Rahmadi dan Andy Sularso, *Konsentrasi Pemasaran* (Surabaya, Badan penerbit Mahardhika, 2007), hlm. 1.

Yogyakarta, Candi Prambanan, Malioboro, Tamansari dan beberapa pantai yang berada di wilayah Gunungkidul, disamping itu udaranya yang sejuk dan berkembangnya industri kuliner membuat kota Yogyakarta berpotensi besar untuk menjadi kota kunjungan para wisatawan. Kota Yogyakarta juga merupakan tempat favorit untuk kegiatan atau *event*.

Salah satu sarana penunjang sektor parawisata adalah sarana akomodasi. Kota Yogyakarta memiliki sarana untuk memenuhi akomodasi para wisatawan berupa penyedian jasa perhotelan. Pertumbuhan industri perhotelan di Kota Yogyakarta saat ini mengalami perkembangan dan persaingan yang sangat ketat. Persaingan yang timbul di antar sesama penjual timbul karena saling berlomba untuk saling menarik konsumen dan adanya peluang untuk kebutuhan konsumen lebih baik. Bentuk persaingan berbagai inovasi dan taktik seperti pemberian harga rendah, pelayanan lebih baik, promosi khusus atau keluaran produk baru.⁶

Persaingan bisnis perhotelan bukan saja mutu produk dan harga jasa yang akan menjadi pertimbangan, akan tetapi keunggulan dalam pelayan terhadap konsumen yang merupakan aspek penting bagi perusahaan jasa, karena ini pokok keberhasilan perusahaan jasa secara prinsip memerlukan manajemen yang professional pada pemasaran operasi maupun sumber daya manusia. Integrasi unsur-unsur akan menjadi kunci

⁶ Bambang hariadi, *Strategi memenangkan bisnis*, (Bayumedia publishing, cetakan kedua, juni 2005), hlm.56.

keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan performasi, membangun kepuasan pelanggan melalui fasilitas yang memuaskan.

Oleh karena itu berbagai hotel di Kota Yogyakarta akan bersaing untuk meningkatkan fasilitas, pelayan dan strategi pemasaran yang ada untuk bersaing dengan hotel lainnya, faktor yang membedakan antara hotel yang satu dengan yang lainnya diantaranya adalah produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, proses, dan saraana. Setiap hotel pasti akan berusaha memberikan nilai tambah yang menyebabkan mengapa orang punya alasan sendiri memilih penginapan itu.

Hotel Masjid Jogokariyan merupakan salah satu hotel masjid yang mengedepankan konsep syar'i, meskipun dalam hal penginformasian dan pemasarannya sangatlah terbatas, beda halnya dengan pada kebanyakan Hotel, informasi terkait fasilitas yang ditawarkan sangat mudah didapatkan melalui media-media pemasaran pada umumnya. Meskipun demikian sebagai organisasi yang bergerak dibidang jasa, Hotel Masjid Jogokariyan memberikan pelayanan kepada tamu dengan keramahan dan cakap sehingga para tamu merasa nyaman sehingga tidak jarang Hotel Masjid Jogokariyan melempar konsumen kepada Hotel yang lainnya akibat fasilitas kamar yang sudah terpenuhi.⁷ Proses merupakan kombinasi semua aktifitas, meliputi prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal hal lain yang

⁷ Wawancara dengan pak Yono, sebagai Pengelola Hotel Masjid Jogokaryan, pada pukul 10.00-11.00 WIB, Yogyakarta, 31 Desember 2018.

disampaikan dan dihasilkan kepada konsumen. Segala proses yang ada dilakukan dengan tetap berpegangan terhadap aturan syariah.

Berangkat dari pandangan-pandangan diatas maka penulis tertarik mengadakan penelitian mengenai strategi pemasaran di Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan yang sangat ketat saat ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini yakni “Bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?”.

D. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan fokus masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang diterapkan Hotel Masjid Jogokariyan Untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan yang sangat ketat saat ini.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapakan dapat menjadi tambahan khasanah keilmuan pada umumnya dan ilmu dakwah pada

khususnya yang berhubungan dengan bisnis pada perusahaan-perusahaan jasa

- b. Kepustakaan, hasil penelitian ini diharapkan menambah informasi ilmiah yang dapat dijadikan referensi dalam strategi pemasaran di lembaga ini.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran dan masukan bagi Hotel Masjid Jogokariyan dalam mempertahankan eksistensinya.

F. Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka ini penulis menegaskan bahwa menurut sepengetahuan penulis belum ada penelitian yang membahas tentang Strategi Pemasaran dalam menarik minat pelanggan di Hotel Masjid Jogokariyan. Namun ada penelitian yang secara tidak langsung berkaitan dengan judul yang akan penulis bahas ini, penelitian tersebut yang penulis ketahui diantaranya adalah:

- 1. Skripsi Muchamad Fadlan Munawir Harjito program studi Manajemen Dakwah berjudul Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nawawi Purworejo Jawa Tengah yaitu dengan menggunakan badal-badal toriqoh, ketokohan sebagai strategi pemasaran yang efektif serta melakuakn inovasi terhadap produk, promosi, tempat dan harga.⁸

⁸ Muchamad Fadlan Munawir Harjito, *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nawawi Purworejo Jawa Tengah*, Skripsi Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017

2. Skripsi Meidika Hafid Dharmawan program studi Manajemen berjudul *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jasa Karanganyar* yaitu dengan memperhatikan segmentasi pasar, menjaga kulitas produk, memperhatikan penetapan harga dan distribusi, serta memperbaiki strategi promosi dan komunikasi.⁹
3. Skripsi Wahyu Nasyik Muhyidin program studi Manajemen Dakwah berjudul *Strategi Pemasaran Kreatif Syakaa Organizer* Bantul Yogyakarta 2016-2017 yang membahas tentang stategi pemasaran kreatif *Syakaa Organizer* untuk menarik pelanggan pada even-event yang dilakukan, yang mana strategi pemasaran dilakukan dengan media social, *flayer*, baliho, dan rontek. Penyebaran informasi *event* yang dilakuakn tim promo sebagai pusat kreatifitas dalam mendatangkan pengunjung, terbukti menghasilkan para pengunjung setia dating ke *event*, akan tetapi untuk mendatangkan pengunjung baru masih sangat sedikit karena bada beberapa tim media milik *Syakaa Organizer* masih kurang optimal dalam penyebaran informasi.¹⁰
4. Jurnal Kristanty Nadapdap dosen program studi ekonomi Universitas Methodist Indonesia yang berjudul “Analisis

⁹Meidika Hafid Dharmawan, *Strategi Pemasran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jasa Karanganyar* , Skripsi Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012

¹⁰Wahyu Nasyik Muhyidin, *Strategi Pemasaran Kreatif Syakaa Organizer Bantul Yogyakarta 2016-2017*, Skripsi Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan Pada Hotel Danau Toba Internasional Medan” yang membahas tentang analisis strategi pemasaran yang ada pada hotel Danau Toba Internasional Medan , yang mana analisisnya menggunakan marketing mix dan faktor-faktor yang berpengaruh ialah proses, *person*, harga, sedangkan faktor produk, promosi, distribusi, *customer service* pengaruhnya terhadap pelanggan tidak signifikan.¹¹

Hasil penelitian di atas yang pernah dilakukan sebelumnya, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini pada fokus penelitian, subjek penelitian dan waktu penelitian. Peneliti menekankan pada aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokaryan.

G. Kerangka Teori

1. Strategi

Setiap perusahaan mempunyai strategi untuk mendukung aktivitas perusahaan dimana strategi harus sesuai dengan keadaan dan kondisi masyarakat. Strategi berasal dari bahasa Yunani *startegies* yaitu *stratos* dan *ageia*. *Stratos* berarti militer sedangkan *ageia* berarti memimpin yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan

¹¹Kristanty Nadapdap, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan Pada Hotel Danau Toba Internasional Medan*, jurnal ilmiah Methonomi, 2015.

situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang.¹² Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.¹³

Pada kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumberdaya-sumberdaya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.¹⁴

Secara umum pengertian strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi dalam bisnis dapat berupa *geografis*, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*.¹⁵ Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana tindakan suatu perusahaan yang menjabarkan alokasi sumberdaya dan aktifitas-aktifitas untuk menggapai lingkungan dan membantu mencapai sasaran atau tujuan dari perusahaan tersebut.

2. Pemasaran

Menurut Assauri Pemasaran adalah sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi, memuaskan

¹² Fandi tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI,2008), hlm.3

¹³Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hlm.76

¹⁴Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997) hlm.199

¹⁵ David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm.18

kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.¹⁶ Sedangkan menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Alma dalam buku yang berjudul *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, menyatakan bahwa pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, pendistribusian barang, jasa, ide dan dapat memuaskan pelanggan serta tujuan perusahaan.¹⁷ Berdasarkan definisi tersebut Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

3. Strategi Pemasaran

Disadari atau tidak setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya telah merencanakan dan menjalankan strategi usaha maupun strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dijalankan sangat bervariasi dari yang paling sederhana sampai dengan yang paling ilmiah. Menurut Kotler & Amstrong dalam buku Danang Sunyoto, strategi pemasaran adalah pendekatan produk yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya telah tercantum keputusan-keputusan mengenai target pasar, penempatan produk di

¹⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: Rajawai Press, 1990), hlm.5.

¹⁷ Bucahri Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm. 3.

pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Sedangkan menurut Gultinan dan Gordom dalam buku ini, menyatakan strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu.¹⁸

4. Unsur-unsur Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis kendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasarn terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan unutuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokan menjadi empat kelompok variable yang disebut “empat P” : *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).¹⁹

a. Produk

Philip Kotler dalam buku ini Danang Sunyoto mendefinisikan produk sebagai berikut : *a product is anything that be offered to a market for attention, use or comsumption that might satisfy a want or need* (sebuah produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsikan sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan).

¹⁸ Danang sunyoto, *Strategi Pemasarn*, (Yogyakarta (CAPS (Center For Academic Publishing Servis), cetakan pertama, 2015), hlm.2.

¹⁹ Phlip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasarn*, hal, 62.

b. Harga

Pengertian harga menurut Micheal J. Etzel adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat ukur. Sedangkan di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan dengan produk lain serta kegunaan adalah atribut sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen.²⁰

c. Tempat

Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah serangkaian organiasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknya dapat menggunakan lembaga itu perantara untuk menyalurkan produk kepada konsumen akhir.²¹

d. Promosi

Menurut A. Hamdani promosi adalah salah satu variable bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Sedangkan menurut William J. Stanton, promosi adalah unsur dalam bauran pemasarn yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

²⁰ Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, hlm.5-13.

²¹ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta, Graha ilmu, 2008), hlm. 123.

1) Bauran promosi

Dalam promosi terdapat komunikasi yang harus dibangun oleh pihak produsen kepada para konsumen, apalagi dengan pelanggan setianya serta bauran promosi terhadap pendapat.

Menurut Hamdani promosi meliputi periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, pemasaran langsung.

a) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa.

- (1) Iklan yang bersifat memberikan informasi
 - (2) Iklan membujuk
 - (3) Iklan pengingat
 - (4) Iklan pemantapan
- b) Penjualan perseorangan (*personal selling*)
 - c) Promosi penjualan (*sales promotion*)
 - d) Hubungan masyarakat (*public realtion*)
 - e) Informasi dari mulut kemulut (*word of mouth*)
 - f) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

2) Faktor yang mempengaruhi bauran promosi

Faktor bauran promosi menurut Michael J. Etzel yaitu:

- a) Sifat pasar

- b) Sifat produk
- c) Daur hidup produk
- d) Dana yang tersedia
- e) Pendekatan menentukan strategi promosi
- f) Promosi konsumen²²

5. Pengertian Hotel

Secara harfiah, kata Hotel dulunya berasal dari kata *HOSPITIUM* (bahasa latin), artinya rumah tamu. Dalam jangka waktu lama kata hospitium mengalami proses perubahan pengertian dan untuk membedakan antar *Guest House* dengan *Mansion House* (rumah besar) yang berkembang pada saat itu, maka rumah-rumah besar disebut sebagai *HOSTEL*. Rumah-rumah besar atau hostel ini disewakan kepada masyarakat umum untuk menginap dan beristirahat sementara waktu, yang selama menginap para penginap dikoordinir oleh seorang host, dan semua tamu-tamu yang (selama) menginap harus tunduk kepada peraturan yang dibuat atau ditentukan oleh host. Sesuai dengan perkembangan dan tuntutan orang-orang yang ingin mendapatkan kepuasan, tidak suka dengan aturan atau peraturan yang terlalu banyak sebagaimana dalam hostel, dan kata hostel lambat laun mengalami perubahan. Huruf “s” pada kata hostel tersebut menghilang atau dihilangkan orang,

²² Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, hlm. 19-27.

sehingga kemudian kata hostel berubah menjadi Hotel seperti apa yang kita kenal sekarang.²³

Menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan R.I. No. PM 10/PW-301/Php. 77, tanggal 12 Desember 1977 Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial. Disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan, berikut makan dan minum. Sedangkan menurut Dirjen Pariwisata-Depparpostel Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan, untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial.²⁴

a. Klasifikasi dan standar hotel

Menurut keputusan direktorat Jenderal Pariwisata No. 14/U/II/1988, tentang usaha dan pengelolaan hotel menjelaskan bahwa klasifikasi hotel menggunakan sistem bintang. Dari kelas yang terendah diberi bintang satu, sampai kelas tertinggi adalah hotel bintang lima. Sedangkan hotel-hotel yang tidak memenuhi standar kelima kelas tersebut atau yang berada dibawah standar minimum yang ditentukan disebut non bintang. Pernyataan penentuan kelas hotel ini dinyatakan oleh Dirjen Pariwisata dengan sertifikat yang dikeluarkan dan dilakukan tiga tahun sekali dengan tata cara pelaksanaan ditentukan oleh Dirjen Pariwisata.

²³ <http://e-journal.uajy.ac.id/165/3/2TA12941>, diakses tanggal 8 Mei 2019

²⁴ *Ibid*

Klasifikasi hotel berbintang tersebut secara garis besar adalah sebagai berikut²⁵ :

- 1) Hotel bintang satu
 - a) Jumlah kamar standar minimal 15 kamar dan semua kamar dilengkapi kamar mandi didalam
 - b) Ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 20 m untuk kamar double 18 m untuk kamar single
 - c) Ruang public luas 3m x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>30m) dan bar.
 - d) Pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga.
- 2) Hotel bintang dua
 - a) Jumlah kamar standar minimal 20 kamar (termasuk minimal 1 suite room, 44m)
 - b) Ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 20m untuk kamar double dan 18m untuk kamar single.
 - c) Ruang public luas 3m x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>75M) dan bar.
 - d) Pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service, dan antar jemput.
- 3) Hotel bintang tiga
 - a) Jumlah kamar minimal 30 kamar (termasuk minimal 2 suite room, 48m).

²⁵http://eprints.undip.ac.id/45022/3/VALENTINO_DAMANIK_21020110120002_BAB_II.pdf, diakes pada tanggal 9 Mei 2019

- b) Ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 22m untuk kamar single dan 26m untuk kamar double.
 - c) Ruang public luas 3m x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>75m) dan bar.
 - d) Pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service dan antar jemput.
- 4) Hotel bintang empat
- a) Jumlah kamar minimal 50 kamar (termasuk minimal 3 suite room, 48m).
 - b) Ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 24m untuk kamar single dan 28m untuk kamar double.
 - c) Ruang public luas 3m x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari kamar manid, ruang makan (>100m) dan bar (>45)
 - d) Pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service dan antar jemput.
 - e) Fasilitas penunjang berupa linen (>0,5m x jumlah kamar), ruang laundry (>40m), dry cleaning (>20m), dapur (>60% dari seluruh luas lantai ruang makan).
 - f) Fasilitas tambahan : pertokoan, kantor biro perjalanan, maskapai perjalanan, drugstore, salon, function room, banquet hsll, serta fasilitas olahraga dan sauna.
- 5) Hotel bintang lima
- a) Jumlah kamar minimal 100 kamar (termasuk minimal 4 suite room, 58m).

- b) Ukuran kamar minimum termasuk kamar mandi 26 m untuk kamar single dan 52m untuk kamar double.
- c) Ruang public luas 3m x jumlah kamar tidur, minimal terdiri dari lobby, ruang makan (>135m) dan bar (>75m).
- d) Pelayanan akomodasi yaitu berupa penitipan barang berharga, penukaran uang asing, postal service dan antar jemput.
- e) Fasilitas penunjang berupa ruang linen (>0,5m x jumlah kamar), ruang laundry (>40m), dry cleaning (>30m), dapur (>60% dari seluruh luas lantai ruang makan).
- f) Fasilitas tambahan : pertokoan, kantor biro perjalanan, maskapai perjalanan, drugstore, salon, function room, banquet hall, serta fasilitas olahraga dan sauna.

Dengan adanya klasifikasi hotel tersebut dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh fasilitas yang sesuai dengan keinginan. Memberikan bimbingan pada pengusaha hotel serta tercapainya mutu pelayanan yang baik.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif Kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memecahkan masalahnya dengan menggunakan data. Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati seseorang dalam

lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.²⁶ Untuk mengamati tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan partisipan kemudian dikumpulkan. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema.

2. Subjek dan Objek penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Hotel Masjid Jogokariyan yang didalamnya terdapat pimpinan Hotel, yakni ketua ta'mir serta devisi serta tamu Hotel yang dijadikan sumber informasi.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Nasution yang di kutip oleh Sugiyono, dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Manajemen, Pendeketan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, Penelitian Tindakan,

²⁶ Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif* (Bandung: Tarsito, 1998), hlm. 5.

dan Penelitian Evaluasi, menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.²⁷ Dalam hal ini peneliti akan memperhatikan dan mengamati kondisi lingkungan kerja Hotel Masjid Jogokaryan dengan berbagai peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan proses pemasaran.

b. Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai pimpinan Hotel yakni ketua ta'mir Masjid Jogokariyan, pengurus atau pengelola, dan beberapa pengunjung sebagai *key informant* untuk mencari informasi tentang strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokaryan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan studi dokumen yang berupa data-data tertulis mengandung keterangan dan

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 309.

penjelasan serta pemikiran tentang yang masih aktual.²⁸

Dalam metode ini peneliti bertujuan mencari data berupa buku-buku, jurnal, bulletin, majalah, artikel, foto-foto dan dokumen pendukung lainnya.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Manajemen, pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu: *data reduction, data display, conclusion drawing/verification.*²⁹

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksikan data dalam penelitian kualitatif, berarti peneliti membuat rangkuman, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan data sesuai dengan judul penelitian, sehingga data yang tidak sesuai dengan penelitian maka tidak akan dicantumkan.

²⁸ Suharsini Ari Kunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Bima Aksara, 1989), hlm. 236.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 334.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data peneliti memberikan uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcharct*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman menjelaskan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion drawing/verivication* (Penarikan Kesimpulan)

Peneliti melakukan penarikan kesimpulan pada hasil penelitian yang telah ditemukan di lapangan. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remeng-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hoptesis atau teori.

5. Tehnik Keabsahan Data

Validitas data adalah uji keabsahan data. Validitas merupakan derajat ketepatan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada obyek penelitian.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (realibilitas) dan *confirmability* (obyektifitas).³⁰

³⁰ *Ibid*, hlm. 364

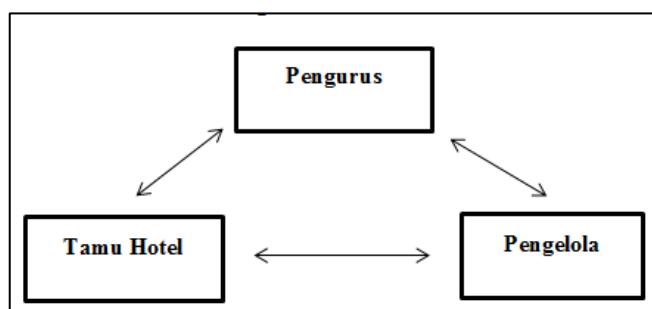
a. Uji Kredibilitas

Pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, data berbagai waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data yang terdapat dalam penjelasan sebagai berikut:

1) Triangulasi Sumber Data

Adalah menggali kebenaran informasi melalui berbagai sumber. Data dari berbagai sumber tersebut dideskripsikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan yang spesifik dari berbagai sumber data tersebut. Dalam hal ini peneliti mengambil tiga sumber informan yaitu, Ketua Takmir Masjid Jogokaryan, Pengurus atau devisi Takmir Masjid dan Tamu Hotel. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber tersebut. Berikut ini gambar triangulasi tiga sumber data :

Gambar 1.1. Triangulasi Sumber Data

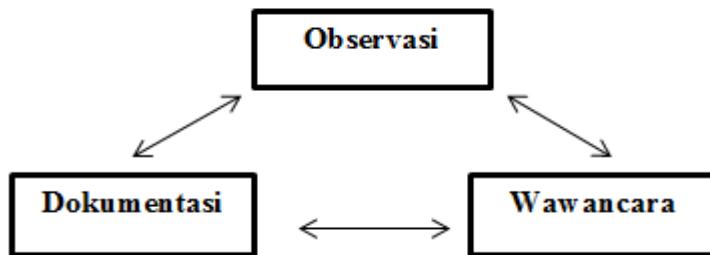


2) Triangulasi Tehnik Pengumpulan Data

Dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu.

Bila dengan tiga metode pengujian kreadibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Berikut ini gambar triangulasi tiga teknik pengumpulan data :

Gambar 1.2. Triangulasi Tehnik Pengumpulan Data



3) Pengujian *Transferability*

Uji *Transferability* dalam penelitian kualitatif, peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk mengaplikasikan hasil penelitian tersebut ditempat lain.

4) Pengujian *Depenability*

Uji *Depenability* dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan melakukan *audit* terhadap keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh *auditor* yang independen, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah atau fokus, memasuki lapangan, memutuskan sumber data, sampai membuat kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti.

5) Pengujian *Confirmability*

Uji *Confirmability* berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standart *Confirmability*.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memberikan alur pembahasan, maka penelitian ini akan ditulis dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab 1 menyajikan pendahuluan, yang memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi mengenai profil lembaga Hotel dan Masjid Jogokaryan yang meliputi letak geografis, sejarah berdirinya, visi misi dan tujuan, struktur organisasi Hotel Masjid Jogokaryan.

Bab III, berisi tentang pembahasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokaryan.

Bab IV, berisi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai strategi pemasaran Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta yang meliputi strategi pemasaran, unsur unsur bauran pemasaran dan segmentasi pasar, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

Penerapan strategi pemasaran di Hotel Masjid Jogokariyan yaitu dengan menggunakan penerapan strategi pemasaran pada Hotel Masjid Jogokariyan secara umum berjalan maksimal, meskipun terdapat berapa kekurangan. Bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokariyan ialah penerapan bauran pemasaran secara sederhana seperti senantiasa memberikan produk (*product*) berupa fasilitas kamar sesuai standart serta pelayanan yang maksimal sehingga konsumen merasa puas, kebijakan memberikan harga (*price*) yang cukup terbilang terjangkau dan tidak akan menikkan ataupun menurunkan harga dengan fasilitas seperti hotel bintang tiga, melakukan aktifitas promosi (*promotion*) sederhana melalui pemanfaatan media sosial, website masjid dan menggunakan manajemen masjid nya sebagai strategi yang paling efektif, mempunyai tata letak (*place*) lokasi yang strategis.

B. Saran**1. Saran bagi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta**

Setelah melakukan penelitian dan menganalisis hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran kepada Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta sebagai berikut:

- a. Sebaiknya Hotel Masjid membentuk tim *marketing* hotel, sehingga bisa lebih fokus baik dari ta'mir maupun membuka kesempatan baru untuk menambah tenaga ahli marketing.
- b. Lebih meningkatkan perhatian terhadap penerapan ilmu-ilmu manajemen seperti strategi pemasaran dalam menjalankan usaha pelayanan jasanya.
- c. Perlu sekiranya meningkatkan promosi hotel melalui media sosial agar minat konsumen untuk menginap lebih maksimal.
- d. Penting sekiranya meningkatkan dan menambah fasilitas hotel seperti lift agar konsumen lebih merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya lebih luas lagi untuk membahas strategi pemasarnya dengan menggunakan metode yang berbeda seperti SWOT atau yang lainnya dan penekanan untuk membahas mengenai keuangan laporan Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Jasa*, Alfabeta: Bandung, 2011.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: Rajawai Press, 1990.
- David, *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Dharmawan, Meidika Hafid, *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jasa Karanganyar*, Skripsi, (Tidak Diterbitkan) Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Hariadi, Bambang, *Strategi memenangkan bisnis*, Bayumedia publishing, cetakan kedua, juni 2005.
- Harjito, Muchamad Fadlan Munawir, *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nawawi Purworejo Jawa Tengah*, Skripsi, (Tidak Diterbitkan) Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017
- Kottler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, edisi keduabelas, cetakan pertama, jilid 1 dan II, terjemahan Hendra teguh, PT. Erlangga, 2008.
- Kotler, Phlip dan Amstrong Gary , *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kunto, Suharsini Ari, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bima Aksara, 1989.
- Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Graha ilmu, 2008.

Muhyidin, Wahyu Nasyik, *Strategi Pemasaran Kreatif Syakaa Organizer Bantul Yogyakarta 2016-2017*, Skripsi, (Tidak Diterbitkan) Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.

Nadapdap, Kristanty, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan Pada Hotel Danau Toba Internasional Medan*, jurnal ilmiah Methonomi, 2015.

Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Tarsito, 1998.

Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 1997.

Rahmadi, Radiany dan Andy Sularso, *Konsentrasi Pemasaran*, Surabaya, Badan penerbit Mahardhika, 2007.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011

Suharso dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang: Widya Karya, 2014.

Sunyoto, Danang, *Strategi Pemasarn*, Yogyakarta (CAPS (Center For Academic Publishing Servis), cetakan pertama, 2015.

Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.

Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2008.

Sumber Internet :

Deskripsi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta,
<http://masjidjogokariyan.com/hotel-murah-dan-syari-masjid-jogokariyan-yogyakarta/>, diakes pada 22 Oktober 2018, pukul 0:58 WIB

<http://e-journal.uajy.ac.id/165/3/2TA12941>, diakes tanggal 8 Mei 2019

http://eprints.undip.ac.id/45022/3/VALENTINO_DAMANIK_21020110120002_BAB_II.pdf, diakes pada tanggal 9 Mei 2019

Sumber data :

Data dari Profil Masjid Jogokariyan Yogyakarta.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR INTERVIEW GUIDE

1. Untuk Pimpinan Pengurus Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - b. Bagaimana struktur pengurus di Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - c. Bagaimana visi dan misi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - d. Bagaimana strategi Hotel Masjid Jogokariyan dalam melakukan pemasaran?
 - e. Apa saja Produk dari Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - f. Berapakah harga yang di tawarkan oleh Hotel Masjid Jogokariyan?
 - g. Bagaimana sistem promosi yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - h. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan strategis?
 - i. Adakah target khusus untuk konsumen Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
2. Untuk Pengelola Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - a. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan hotel masjid Jogokariyan Yogyakarta?
 - b. Apa saja produk yang dimiliki oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

- c. Berapa harga yang ditawarkan kepada konsumen Hotel Masjid Jogokariyan?
 - d. Bagaimana sistem promosi yang diterapkan Hotel Masjid Yogyakarta?
 - e. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta Strategis?
 - f. Adakah target konsumen yang diterapkan oleh pengurus Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?
3. Untuk Konsumen Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta
- a. Dari mana mendapatkan informasi mengenai hotel masjid jogokariyan ini?
 - b. Adakah tujuan lain berkunjung ke Yogyakarta ?
 - c. Apakah bapak pernah melihat iklan atau promosi tentang hotel masjid Jogokariyan ?
 - d. Kenapa anda memilih hotel masjid Jogokariyan ?
 - e. Berapakah harga yang ditawarkan oleh Hotel Masjid Jogokariyan?
 - f. Apa saja layanan atau fasilitas yang anda dapatkan di Hotel Masjid Jogokariyan?
 - g. Menurut anda apakah kelebihan dari hotel Masjid Jogokariyan?
 - h. Apakah lokasi Hotel Masjid jogokariyan ini sudah strategis dan mudah dijangkau?
 - i. Apakah anda akan memnerikan informasi mengenai jasa ini kepada orang lain setelah ini?

HASIL WAWANCARA

Nama : HM. Rizqi Rahman, ST. M.Eng
Jabatan : Sekretaris Ta'mir Masjid Jogokariyan
Yogyakarta
Hari, Tanggal Wawancara: Rabu, 13 Maret 2019
Pukul : 20.07-21.15
Tempat : Selasar Kantor Sekretariat Masjid
Jogokariyan Yogyakarta

- ## 1. Bagaimana Sejarah berdirinya Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban:

Mengapa dibangun penginapan dan sejarahnya, jadi begini masjid jogokaryan sebelum tahun 2002 itu memiliki sawah yang bisa digunakan hasilnya untuk operasional masjid salah satunya untuk biaya ta'jil tapi karena tuntutan bertambah banyaknya jamaah maka sawah di jual untuk memperluas bangunan masjid, jad waktu itu masjid kehilangan sumber penghasilnya dari sawah itu,,nah kemudian saat itu pada kepengurusan ustad jahir kita kan punya program masjid yang mandiri atau masjid yang bisa membiayai operasionalnya sendiri, mengapa penginapan karena penginapan ini dirasa tidak mengganggu usaha jamaah yang lain. Justru karena adanya penginapan ini ketika penginapan penuh kami bisa menyalurkan pengunjung pengunjung ke penginapan yang ada disamping kanan kiri masjid jogokaryan ini. Kalau kamar

hanya ada 11 kamar. Dan kalau dilihat dari banyaknya jumlah wisatawan di jogja , jogja ini masih kekurangan penginapan atau hotelnya jadi kami memandang adanya penginapan ini juga tidak mengganggu hotel hotel yang lain yang berada di sekitar jalan jogokaryan ini.

2. Bagaimana struktur pengurus di Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

Jadi disini ndak ada kepengurusannya atau susunan khusus hotel begitu mbak, kalau yang mengurus ada tapi kalau pengurusnya itu kan langsung dari pengurus takmir masjid. Kalau yang mengurus ada tiga ada agung, ada saya idrus ada pak bagian kebersihan kamar, nanti susunan pengurus ta'mir nya ada di profil masjid.

3. Bagaimana visi dan misi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban:

Visi misi nya itu sebenarnya ikut visi misi nya masjid jogokaryan mbak, karena kita bagian dari masjid itu tadi.

4. Bagaimana strategi Hotel Masjid Jogokariyan dalam melakukan pemasaran?

Jawaban:

Yaaa...untuk strategi nya sendiri kita menggunakan masjid sebagai alat untuk mempromosikan produk produk kami termasuk hotel, untuk pemasaran kalau sementara ini kita hanya sederhana mbk, lewat website dan media sosial masjid

seperti instagram dan kita juga titipkan saat mengisi materi manajemen masjid diberbagai daerah itu yang ngisi materi sekalian mempromosikan kalau kita punya hotel, Terus ya lewat mulut ke mulut karena semua itu berhak memasarkan mbak tidak hanya bagian pengelolanya saja tapi pengurus yang lainnya juga ada kewajiban untuk ikut serta membantu....jadi hanya seperti itu saja untuk sementara ini dan alhamdulillah itu sudah rame dan sampai kekurangan kamar. Jadi tidak perlu pasang pamflet, banner gitu soalnya kita juga melihat fasilitas fasilitas kita, nanti kalau fasilitas nya sudah kami perbaiki dan kami tambah insyaallah kami baru akan berani pasang iklan seperti hotel yang lainnya

5. Apa saja Produk dari Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

produk itu dalam artian kita mempunya dua produk mbak yaitu produk yang berupa barang yang kita tawarkan dan pelayanan yang kita berikan ,nah barangnya itu ya beruba kamar itu saat ini kita mempunya 11 kamar , 10 kamar regular 1 kamar VIP, fasilitasnya ada Air panas dingin, handuk, welcome drink, AC ,TV, kita juga ada masjid ini tentunya, lalu untuk pelayanannya sendri ya seperti hotel hotel pada umumnya kita melayani saat ada tamu yang ingin menginap disini baik saat chek in atau chek out, mengarahkan tamu-tamu terus kita juga menyediakan pelayanan jika ada tamu yang menginginkan sarapan seperti itu.

6. Berapakah harga yang di tawarkan oleh Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

kita termasuk murah mbak, 150 itu sudah flat nggak ada harga naik gk turun, 150 reguler dan 250 untuk keluarga. Kalau dibandingkan dengan yang lain kita sangat murah dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan mbak, karena kami memang lebih memperhatikan pelayanan mbak, dan yang terpenting dari harga sekian kami bisa mewujudkan masjid yang mandiri yaitu bisa menutupi biaya operasional masjid bahkwan bisa buat yang lainnya juga loh mbak.

7. Bagaimana sistem promosi yang dilakukan oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

kalau iklan iklan kaya yang di aplikasi atau berbayar itu kita belum mbak, kita sekarang baru promosi nya lewat website dan media sosial masjid seperti facebook, instagaram, twitter, nah saat satu jamaah masjid ingin mengetahui manajemen masjid itu mbak kita juga menyampaikan kepada jamaah tersebut tentang apa saja yang kita punya mbak ya salah satunya hotel ini . itu bukan tugas karyawan atau pengelola hotel saja mbak , karyawan hanya yang kegiatan operasional biasa, untuk fungsi marketing itu nanti semua ta'mir ada hak dan kewajiban untuk menyampaikan informasi mengenai hotel masjid ini, missal di manajemen masjid , ketika dipanggil ke medan ,ke Sulawesi, irian jaya itu mereka juga sebagai marketing penginapan. Kita juga membangun

hubungan baik dengan masyarakat jadi kita kan kita itu sebagai pelayan ya mbak baik dari masjid maupun hotel nya, maka dari itu kita berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang baik untuk jamaah, tamu maupun masyarakat pada umumnya, seperti kita meberikan materi manajemen masjid, sarapan ba'da sholat subuh kepada masyarakat, kalau ada bencana bencana juga kita ikut berpasrtisipasi seperti program pemberian nasi bungkus kepada korban, lalu program saat ramadhan yaitu kampoeng ramadhan, ada buka puasa gratis di masjid jogokariyan.

8. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan strategis?

Jawaban :

kalau letak nya menurut saya strategis mbak, walaupun lokasinya tidak di perkotaan banget tapi jalan jogokariyan ini sering dilewati kendaraan , disini juga kebetulan dekat dengan pesantren kan mbak jadi tambah rame jalannya, untuk jalannya sendiri walaupun tidak besar besar banget tapi tetap mudah dijangkau dengan kendaraan, terlebih hotel ini letaknya di masjid jogokariyan jadi ya lebih terkenal lagi karena tamu tamu yang kesini itu ya memang awalnya sebelum tau hotel nya tau dulu masjidnya.

9. Adakah target khusus untuk konsumen Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

segmen kami dalam menetukan segmen berbeda dengan hotel hotel yang lain, jadi kebanyakan tamu disini kepengen tau masid jogokariyan itu seperti apa, istilahnya itu kalau tidur di

masjid lebih tenang, jadi segmen pasarnya lebih yang ke religious atau jamaah masjid mbak tapi kami juga tidak menutup kemungkinan tetap mempunyai segmen atau target pasar dari kalangan umum dengan catatan tamu yang sudah mau menginap disini pakaianya harus menutup aurat, itu udah ada aturannya di kamar dan dalam menentukan segmen itu kita sama sama berdiskusi baik dari jajaran ta'mir mapun pengelolanya

HASIL WAWANCARA

Nama : Sudiwahyono
Jabatan : Pengelola Hotel Masjid Jogokariyan
Yogyakarta
Hari, Tanggal Wawancara: Kamis, 17 Januari 2019
Pukul : 09.00-09.45 WIB.
Tempat : Selasar Kantor Sekretariat Masjid
Jogokariyan Yogyakarta

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan hotel masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

“Yaa kalau pemasarannya itu bisa lewat twitter, instagram dan media-media sosial lainnya, kita tidak iklan karena kita tidak iklan itu udah rame...kita gk pernah iklan, Cuma paling ya lewat per orang lewat mulut kemulut biasanya,, lewat website nya masjid juga nanti bisa di cek di website masjidjogokaryan.com , konsep kita, kita pengen punya masjid seperti zaman rosulullah yang ada tempat menginap bagi para musaffir jadi tidak hanya sebagai tempat ibadah, makanya kami membuat penginapan itu, jadi kalau ada tamu atau musafir itu ya sudah ada penginapan atau hotel itu. Makanya kami disini prinsipnya sebagai pelayana mbak, ya melayani jamaah ya melayani tamu hotel dengan sebaik-sebaiknya

2. Apa saja produk yang dimiliki oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

kalau produk beruba barang itu ya sama seperti hotel hotel yang lain mbak, kita ada kamarr fasilitasnya ada AC, TV, Kamar Mandi panas dingin, tapi kita juga punya keunggulan yang berbeda dari hotel hotel yang lain yaitu kita berada di Masjid jadi tamu tidak kesusah jika mencari tempat ibadah, selain itu pelayanan kamijuga berbeda yaitu pada saat chek in chek out nya ya kita biasa,tapi kalau pas azan mau sholat itu kita tidak melayani karena kita kan di masjid jadi harus mengutamakan yang wajib dlu kalau waktunya sholat ya sholat dulu ,selain itu kita juga memberdayakan masyarakat kalau ada tamu yang ingin sarapan juga kita layani tapi nanti yang masak itu masyarakat”

3. Berapa harga yang ditawarkan kepada konsumen Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Tarifnya itu kan 150.000 per malam, fasilitas sama itu yang regular, tapi yang famyli 250.000 itu fasilitas nya sama hanya lebih besar, kita niatnya juga bukan untuk berbisnis tapi untuk memberikan pelayanan kepada jamaah mbak, kalau kita niat bisnis kita sudah menaikkan tarifnya 300 sampai 400 ribu..dan dari harga yang kita tetapkan itu kita sudah bisa membiayai operasional Masjid

4. Bagaimana sistem promosi yang diterapkan Hotel Masjid Yogyakarta?

Jawaban :

Yaa kalau promosi itu bisa lewat twitter, instagram dan media-media sosial lainnya, kita tidak iklan karena kita tidak iklan itu udah rame...kita gk pernah iklan yang aneh aneh, kemudian Jadi kita kan disini juga punya beberapa produk mbak dan pelayanan mbak, lha missalkan ada jamaah satu atau dua orang yang singgah ke masjid untuk sholat atau istrihat lalu melihat kita ada poliklnik gratis lalu ada juga produk produk jamaah kaya peci terus mampir juga ke angkringan itu kita juga akan menyampaikan informasi bahwa selain memepunyai itu semua kita itu punya hotel ,ya barangkali kan kapan kapan tertarik untuk kesini dan menginap gitu. Terus lewat per orang lewat mulut ke mulut dari yang pernah menginap disini maupun hanya tau disini ada hotel nya gitu biasanya. nah kita kan juga punya manajemen masjid mbak dan biasanya kita di minta untuk memberikan materi materi manajemen masjid itu di berbagai daerah kadang di luar jogja juga itu nah kami menggunakan kesempatan itu untuk mempromosikan bahwa kita punya hotel kepada para jamaah mbak, dan itu dirasa sangat efektif.

5. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta Strategis?

Jawaban :

lokasi strategis ya karena ada disekitar pesantren dan lebih lebih satu lokasi dengan masjidnya yang sudah terkenal jadi semakin mudah jika ingin mencari keberadaan hotel ini

6. Adakah target konsumen yang diterapkan oleh pengurus Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

kami dalam menentukan strategi dan memutuskan segmentasi pasar atau target asar itu tentunya ya bermusyawarah mbak, dari ta'mir dan pengelola juga, bahkan tidak hanya mengenai hal ini kami sellau bermusyawarah jika ingin memutuskan sesuatu, baru jika sudah dpat keputusan nanti kita informasikan kepada yang lain.kalau target nya ya umum, tapi lebih ke religius.

HASIL WAWANCARA

Nama : Agung Nugroho
Jabatan : Pengelola Hotel Masjid Jogokariyan
Yogyakarta
Hari, Tanggal Wawancara: Sabtu, 16 Maret 2019
Pukul : 16.00-16.30 WIB.
Tempat : Kantor Sekretariat Masjid
Jogokariyan Yogyakarta

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan hotel masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

Yaaa...kalau sementara ini kita hanya sederhana mbk, lewat website dan media sosial masjid dan kita juga titipkan saat mengisi materi manajemen masjid diberbagai daerah itu. Terus ya lewat mulut ke mulut.. jadi hanya sperti itu saja untuk sementara ini dan Alhamdulillah itu sudah rame dan sampai kekurangan kamar. Jadi tidak perlu pasang pamphlet, banner gitu. Untuk strategi khususnya kita menggunakan masjid ini untuk pemasaran kita.

2. Apa saja produk yang dimiliki oleh Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

Untuk sementara produk kita ini hanya kamar dengan fasilitas ada handuk, sabun, air panas dingin, tv, ac, kalau yang vip itu ada botop dan lemari es

3. Berapa harga yang ditawarkan kepada konsumen Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Yang regular 10 kamar itu harganya 150.000 terus yang family atau vip itu 250.000 mbk

4. Bagaimana sistem promosi yang diterapkan Hotel Masjid Yogyakarta?

Jawaban :

Yaaa...kalau sementara ini kita hanya sederhana mbk, lewat website dan media sosial masjid saja, Terus ya lewat mulut ke mulut.. jadi hanya sperti itu saja untuk sementara ini dan Alhamdulillah itu sudah rame dan sampai kekurangan kamar. Jadi tidak perlu pasang pamphlet, banner gitu, karena sebenarnya dampak dari informasi mulut ke mulut itu juga sangat bagus mbak, kita gk repot repot mempromosikan tetapi malah justru dibantu oleh orang lain gitu. nah kita kan juga punya manajemen masjid mbak dan biasanya kita di minta untuk memberikan materi materi manajemen masjid itu di berbagai daerah kadang di luar jogja juga itu nah kami menggunakan kesempatan itu untuk mempromosikan bahwa kita punya hotel kepada para jamaah mbak, dan itu dirasa sangat efektif

5. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

Lokasi yang di masjid ini memang cukup strategis mbak, tapi juga ada kekurangannya, kalau misalkan yang dicari

konsumen itu yang dekat dengan wisata dan dekat dengan pusat perbelanjaan ya sebenarnya lebih strategis kalau lokasinya di sekitar malioboro itu, lalu kalau hotel yang lainnya itu kan biasanya di depan itu ada tulisan besar gitu kan, kalau disini kan tidak ada jadi mungkin orang tidak tau kalau sebenarnya di masjid ini ada hotel nya, tapi walaupun begitu Alhamdulillah tidak begitu mempengaruhi sih mbak, tamu juga rame terus Alhamdulillah

6. Adakah target konsumen yang diterapkan oleh pengurus Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta?

Jawaban :

Kita tidak ada target khusus yaa... karena kita fungsinya untuk pelayanan ya tamu-tamu dari berbagai daerah kami menerima, tidak khusus untuk jamaah masjid saja, jadi untuk umum

HASIL WAWANCARA

Nama : Eko Heru Santono
Jabatan : Konsumen Hotel Masjid Jogokariyan
Yogyakarta

Hari, Tanggal Wawancara: Minggu, 07 April 2019

Pukul : 05.00-05.45 WIB.

Tempat : Selasar Kantor Sekretariat Masjid
Jogokariyan Yogyakarta

1. Dari mana mendapatkan informasi mengenai hotel masjid jogokariyan ini?

Jawaban :

Terus terang hasil dari internet, udah banyak beredar , kemudia dari temen temen yang pernah kesini itu cerita tentang kelebihan masjid jogokariyan salah satunya yaa ada hotelnya ini . internetnya ya umum di facebook,

2. Apakah ada tujuan lain berkunjung ke Yogyakarta?

Jawaban :

Kalau tujuan utamanya ya memang pengen kesini mbak , pengen tau masjid jogokariyan dan sistem amanjemen masjidnya , kalu mungkin ada tambahan pengen kemana gitu ya nggak apa-apa.

3. Apakah bapak pernah melihat iklan atau promosi tentang hotel masjid jogokariyan ?

Jawaban :

Kalau iklan belum pernah mbak, paling ya Cuma informasi informasi aaj kalau di jogokariyan ada hotelnya, gk tau itu sumber nya dari orang sini atau bukan. Saya juga sempat lihat websitenya juga mbak.

4. Kenapa anda memilih Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Utamanya karena dekat, yang paling dekat sama masjid, dan relative murah , kalau yang lain kana da yang lebih tinggi mungkin kalaupun ada yang segini kan jauuh, kalau ini lebih dkeat, saya lihat fasilitasnya juga sudah cukup lah.

5. Berapakah Harga yang ditawarkan oleh Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Harganya itu 150 per malam, kan ditempat lain juga sekian , bahkan lebih tinggi apalagi kalau didekat malioboro, sangat terjangkau lah kalau menurut saya dengan fasilitas yang cukup mewah laah hehe, kalaupun harganya sedikit tinggi kalau saya sih maklum mbak

6. Pelayanan dan fasilitas apa saja yang diberikan oleh Hotel Jogokariyan?

Jawaban :

Kamar bersih . kamar mandinya juga, terus kamarnya tersedia TV,AC, kamar mandinya juga airnya da yang dingin ada yang hangat , terus dari pelayanan mulai datang kesini itu layanannya baik, ramah ramah.

7. Menurut anda apakah kelebihan dari Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Kelbihannya itu karena loaksinya di dekat masjid ya mbak, selain itu juga sistem booking dan pembayarannya itu bisa lewat online, jadi mudah lah kalau pengen nginep disini, itu kelebihannya mbak.

8. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan strategis dan mudah dijangkau?

Jawaban :

Mudah kok mbak, apalagi skearang kan enka kalau mau cari transportasi, dan kebetulah disni juga udah terkenal jadi leboh mudah lagi. Skearang gk ada yang susah cari transportasi.

9. Apakah anda pernah dan akan memberikan informasi mengenai jass Hotel Masjid Jogokariyan ini kepada masyarakat?

Jawaban :

Ya tentu pernah mbak, karena ka infomasi ini kan baik jadi ya dismapikan aja untuk teman atau saudara yang pengen k eke masjid jogokariyan ataupun yang mua ke jogja gitu lah pada umumnya. Dan setelah merasakan nginap disini ini nanti ya tentu kalau ada yang minta infomasi mengenai keadaan di dsini pasti akan saya sampaikan, bahkan mungkin nanti saya kan kembali lagi kesini hehe bareng teman keluarga atau yang lainnya. Atau mungkin dsruh nagterin kesini gitu.

HASIL WAWANCARA

Nama : Santosa
Jabatan : Konsumen Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta
Hari, Tanggal Wawancara: Minggu, 07 April 2019
Pukul : 06.00-06.35 WIB.
Tempat : Selasar Kantor Sekretariat Masjid Jogokariyan Yogyakarta

1. Dari mana mendapatkan informasi mengenai hotel masjid jogokariyan ini?

Jawaban :

Kalau saya dari wa bak, di wa itu udah banyak kesebar informasi infirmasi tentang masjid jogokariyan ya slaah satunya juga ada informasi tentang hotel nya ini, tidak tau sumbernya dari mana tapi yang jelas di wa itu udah tersebar informasi, selain itu juga dapat informasinya dari temen-temen juga.

2. Apakah ada tujuan lain berkunjung ke Yogyakarta?

Jawaban :

Tidak ada mbak

3. Apakah anda pernah melihat iklan atau promosi tentang hotel masjid jogokariyan ?

Jawaban :

Iklan dan promosi dari hotelnya sendiri saya belum pernah melihat mbak, soalnya saya tau ada ini juga dari temen" dan informasi di grub grub WA itu tadi hehehe

4. Kenapa anda memilih Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Karena lokasinya ada di masjid jadi suasannya itu beda mbak, saat masuk aja udah terasa nyaman, ya seneng aja disini, terus harganya terjangkau dengan fasilitas yang bagus seperti ini.

5. Berapakah Harga yang ditawarkan oleh Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Harganya terjangkau sekali mbak, 150 per malam sudah dpat fasilitas yang enaj dan nyaman, soalnya mungkin kalau yang lain kan mungkin tujuannya murni bisnis kalau disini kan tidak, disni untuk syiar, saya gk nyari yang wah wah yang penting bisa dibuat istirahat aja dan nyaaman mbak.

6. Pelayanan dan fasilitas apa saja yang diberikan oleh Hotel Jogokariyan?

Jawaban :

Kamarnya luas mbak, kalau pun kasur nya hanya ada dua gitu bisa dipakai buat 4 orang gitu bisa, terus fasilitas kamarnya nya juga kaya hote pada umumnya mbak ada tv, ac kamr mandinya di dlam ada yang hngat dan idngin , ada disediakan air minum juga, petuganya juga baik dan ramah waktu mau naik kesini barangay di bawakan gitu. Bisa dikatakan mewah tapi harga terjangkau.

7. Menurut anda apakah kelebihan dari Hotel Masjid Jogokariyan?

Jawaban :

Kalau saya pribadi itu yang benar benar jadi kelebihanya itu ya loaksinya yang ada dimasjid ini mbak, jadi saat syaa datang keisni itu hawa dan rasa nya udah beda, walaupun belum kenal dengn orang orang atau jamaah disini itu rasanya juga udah beda mbak, ramah gitu, jadi kalau orang datang ke hote nya nya itu kan mungkin speprtii saya juga tujuan awalya pengen mengetahui masjid nya itu.

8. Apakah lokasi Hotel Masjid Jogokariyan strategis dan mudah dijangkau?

Jawaban :

Mudah mbak kalu menurut saya, kalau saya kan bareng romobanagn jadi satu bus gitu , tapi kaalupun tidak rombangan ya mudah mbak , gk susah nyari tempat dan transportasinya apalagi sekarang.

9. Apakah anda pernah dan akan memberikan informasi mengenai jass Hotel Masjid Jogokariyan ini kepada masyarakat?

Jawaban :

Pernah mbak, ya Karena kebetulan sama sama pengen nyari nformasi disini tersu saya tau disni ada hotel nya lalu saya sampikan juga informasi itu ke teman saya, terus setelah ini ya secara otomatis pasti saya juga kan menyampiakan lagi kepada oarng lain mengenaik masjid maupun hotel nya mbak, apalagi kan kita sesame muslim, kalauhal hal baik ya kenpaa tidak disampaikan aja kan begitu hehe oarnga yang belum penah ngrasiaj keisni aja rasanya udah seneng apalgi nanti bisa meraskan ya seperti saya ini hehehe

Lampiran Dokumentasi

1. Wawancara dengan sekretaris Masjid Jogokariyan, Bapak Rizqi rahman



2. Wawancara dengan pengelola Hotel Masjid Jogokariyan, Bapak Agung



3. Wawancara dengan konsumen Hotel Masjid Jogokariyan, Bapak Eko Heru Santono dan Bapak Santosa



4. Kamar Hotel Masjid Jogokariyan



5. Bagian depan kamar-kamar Hotel Masjid Jogokariyan



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
 Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137



Yogyakarta, 21 Februari 2019

Nomor : 074/1986/Kesbangpol/2019
 Perihal : Rekomendasi Penelitian

 Kepada Yth. :
 Walikota Yogyakarta
 Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan
 Perizinan Kota Yogyakarta

 di Yogyakarta

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
 Nomor : B-432/Un.02/DD.1/PN.01.1/02/2019
 Tanggal : 19 Februari 2019
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : "STRATEGI PEMASARAN HOTEL MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA" kepada:

Nama : ANISA NUR RAHMAWATI
 NIM : 15240099
 No. HP/Identitas : 081233749207/3313076012970002
 Prodi/Jurusan : Manajemen Dakwah
 Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
 Lokasi Penelitian : Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta
 Waktu Penelitian : 26 Februari 2019 s.d 26 Mei 2019
 Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth.:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga;
3. Yang bersangkutan.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Fax. 0274-552230 Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

Nomor : B/742/Un.02/DD.I/PN.01.1/02/2019

Yogyakarta, 19 Februari 2019

Lamp. : 1 (satu) eks proposal penelitian

Hal. : **PERMOHONAN IJIN PENELITIAN**

Kepada Yth.

Gubernur Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta

C.q. Kepala Badan KESBANGPOL

Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Jln. Jendral Sudirman No 5

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan penulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan data sebagai berikut:

Nama : Anisa Nur Rahmawati;
 NIM/Jurusan : 15240099/MD;
 Alamat : Sagempol RT 02/01 Dukuh Ngargoyoso Karanganyar;

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN HOTEL MASJID JOGOKARYAN
 YOGYAKARTA;

Pembimbing : Maryono, S.Ag. M.Pd.;
 Metode Penelitian : Kuantitatif / Kualitatif*
 Waktu : 26 Februari 2019 - 26 Mei 2019;
 Lokasi Penelitian : Hotel Masjid Jogokariyan Yogyakarta

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini kami sampaikan desain penelitian dimaksud sebagaimana terlampir.

Demikian surat kami, atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Tembusan:

1. Dekan (sebagai laporan);
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Pertinggal.



شهادة
اختبار كفاءة اللغة العربية
الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.24.12.1/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغووية بأنَّ

الاسم : Anisa Nur Rahmawati
تاريخ الميلاد : ٢٠ ديسمبر ١٩٩٧

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٢ يناير ٢٠١٩، وحصلت على درجة :

٤٣	فهم المسموع
٢٦	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٧	فهم المفروء
٣٢٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوجاكرتا، ٢٢ يناير ٢٠١٩

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

فهـ المـطـلـفـ : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٥





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.24.18.1/2019

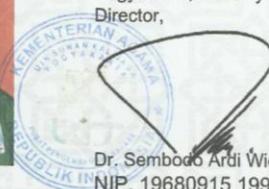
This is to certify that:

Name : **Anisa Nur Rahmawati**
 Date of Birth : **December 20, 1997**
 Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **January 16, 2019** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	40
Structure & Written Expression	41
Reading Comprehension	39
Total Score	400

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, January 16, 2019

Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
 NIP. 19680915 199803 1 005





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

Pusat Teknologi Informasi dan Pengelolaan Data

SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/24.9.1/2019

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Anisa Nur Rahmawati
 NIM : 15240099
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	90	A
2.	Microsoft Excel	45	45	D
3.	Microsoft Power Point	95	95	A
4.	Internet	70	70	C
5.	Total Nilai	75	75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan		

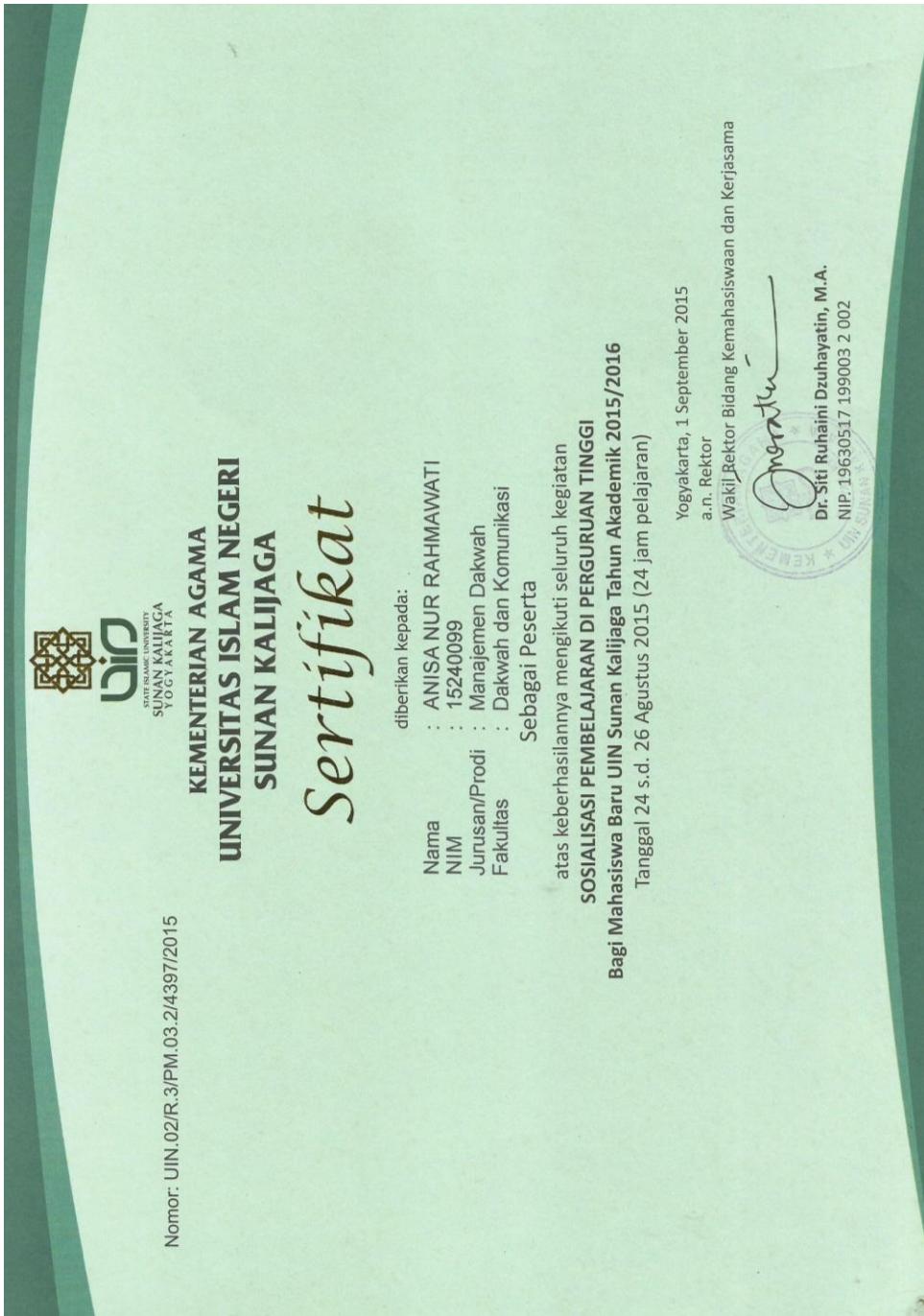
Standar Nilai:

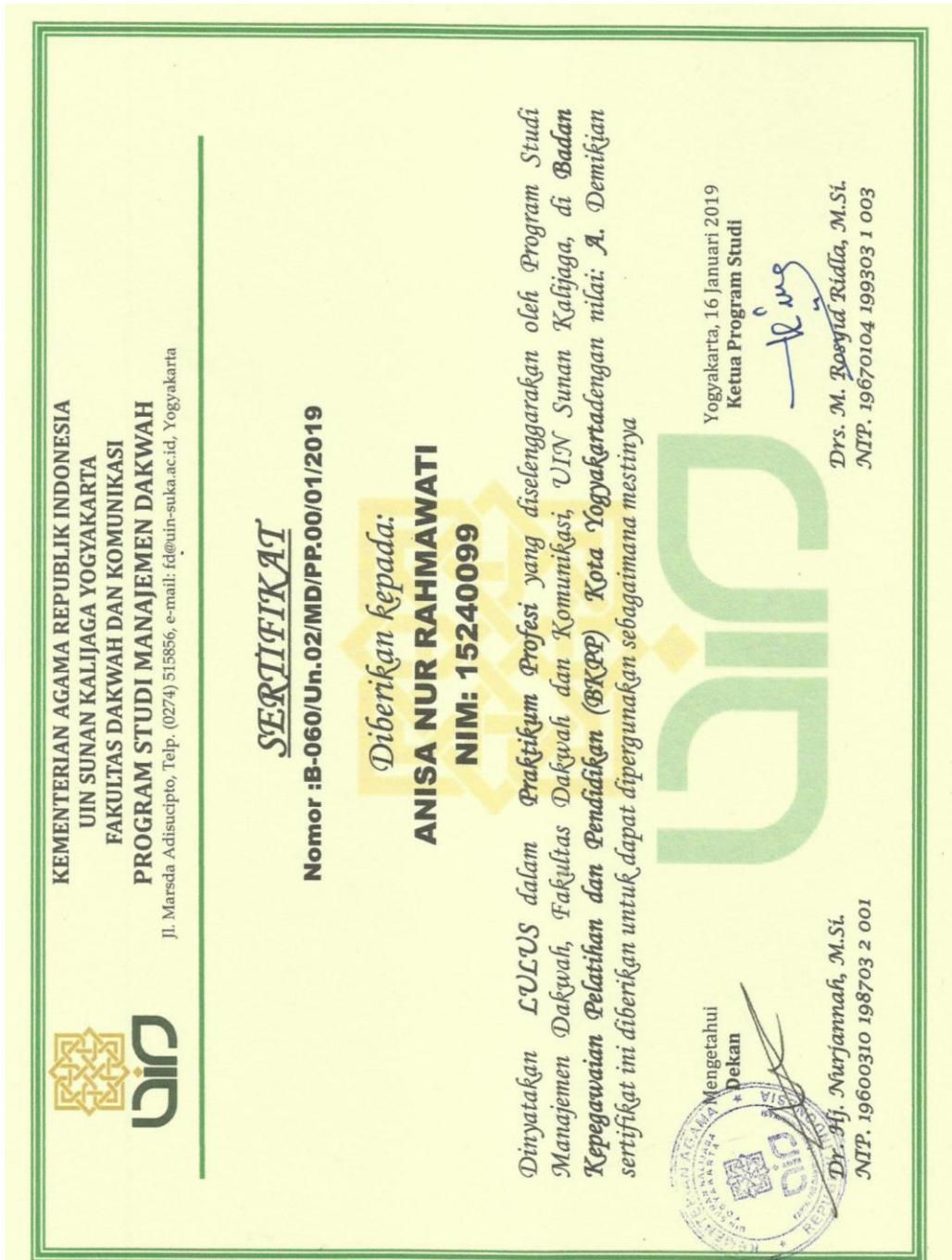
Angka	Nilai	Huruf	Predikat
86 - 100	100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	85	B	Memuaskan
56 - 70	70	C	Cukup
41 - 55	55	D	Kurang
0 - 40	40	E	Sangat Kurang



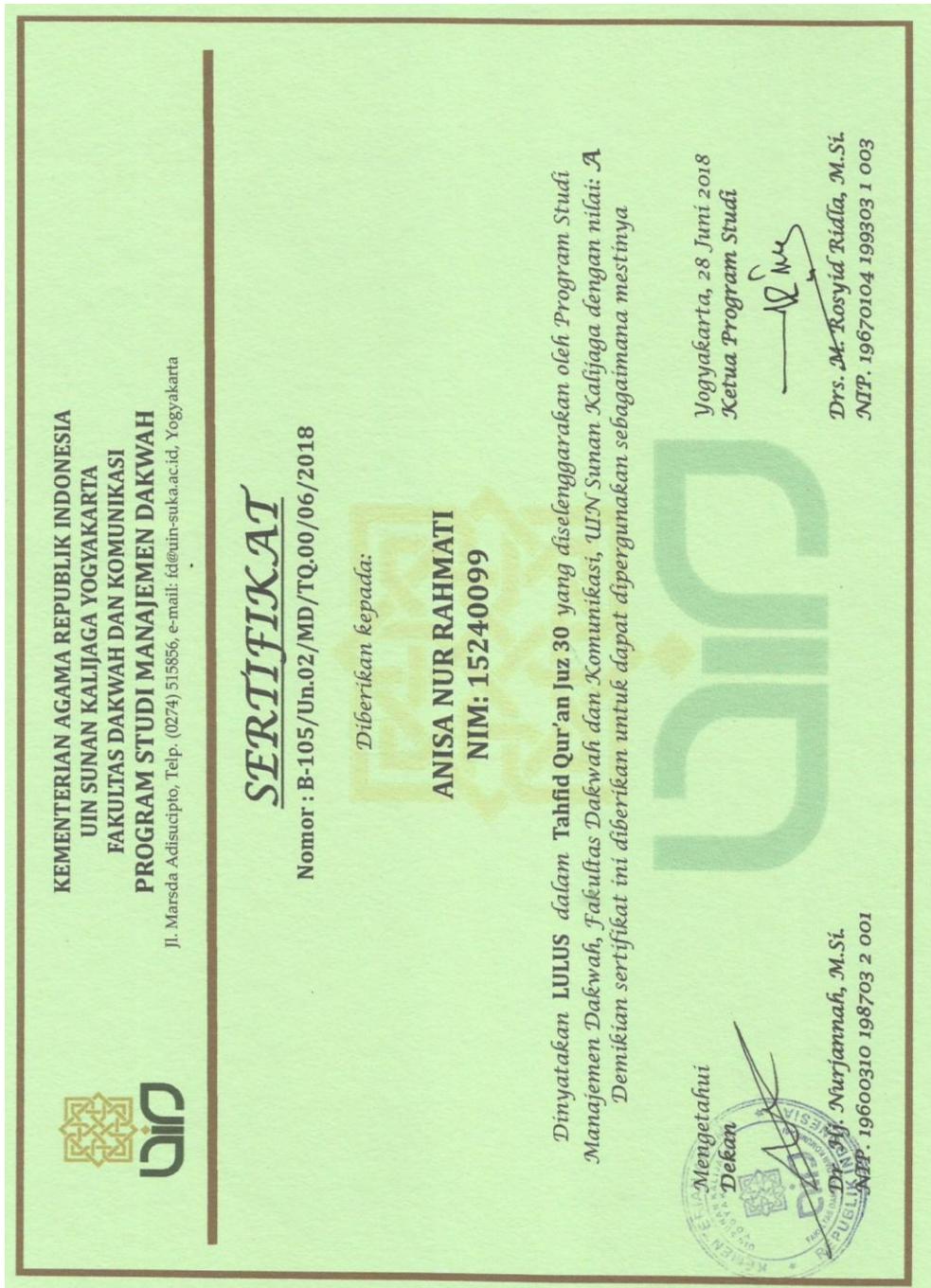
Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.
 NIP. 19820511 200604 2 002













Palang Merah Indonesia

SERTIFIKAT

No: 137/02.05.01/ DIKLAT/II-2017

Diberikan Kepada:

Anisa Nur Rahmawati

KSR Unit 07 Universitas Islam Negeri Yogyakarta

Sebagai
Peserta

**Pelatihan KSR Dasar
PALANG MERAH INDONESIA
Kota Yogyakarta
Tahun 2016**

Yogyakarta, 14 Februari 2017

Pengurus
PALANG MERAH INDONESIA

Kota Yogyakarta

Ketua



Prof.Dr.dr.KRT.Adi Heru Husodo, MSc,D.Comm.Nutr,DLSHM,PKK











SERTIFIKAT

No. B-4519/Un.02/DT.3/KM.05/12/2018

Diberikan kepada:

Anisa Nur Rahmawati

Atas Peran dan Partisipasinya sebagai

PESERTA

Seminar Nasional tentang *Pendidikan Multikultural/Nusantara* dalam rangka *Gedyar Ilmiah Akhir Tahun (GIAT)* yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bekerjasama dengan Rumah Kearifan pada tanggal 06 Desember 2018

Wakil Dekan III

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga


Dr. Muqowim, M.Ag

Didukung oleh:





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Anisa Nur Rahmawati
Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 20 Desember 1997
Alamat Asal : Segempol RT.02 RW.01 Dukuh,
Ngargoyoso, Karanganyar
HP : 081233749207
Email : Bismillahanisa.20@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

1. SDN 02 Dukuh Ngargoyoso Karanganyar
2. SMP AL-Muayyad Mangkuyudan Surakarta
3. SMA A. Wahid Hasyim Tebuireng Jombang
4. Universitas Islam Negeri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jurusan Manajemen Dakwah

C. RIWAYAT PENDIDIKAN NON FORMAL

1. Pondok Pesantren Al-Muayyad Mangkuyudan Surakarta
2. Pondok Pesantren Al-Khoiriyah Seblak Tebuireng Jombang
3. Pendidikan Khusus Ramadhan Pondok pesantren Al-Munawwir Krapyak

D. RIWAYAT ORGANISASI

1. Bendahara OSIS SMP Al Muayyad
2. OSIS Bidang Ketaqwaan SMA A. Wahid Hasyim Tebuireng

3. Pengurus Bidang SDA UKM KSR PMI UIN Sunan Kalijaga
4. Wakil Ketua Keluarga Alumni Ma'had Al-Muayyad
5. Ketua UKM KSR PMI Unit UIN Sunan Kalijaga

E. IDENTITAS ORANG TUA

1. Ayah : Ponijo Sardiyanto
2. Ibu : Suparti