

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri halal mulai beralih ke industri gaya hidup, antara lain pariwisata, rumah sakit, rekreasi, perawatan medis, fashion, kosmetik, dan masih banyak lagi (Rasul, 2019). Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, wisata halal telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Istilah “wisata Islam/wisata halal” diperkenalkan kepada masyarakat untuk pertama kalinya di tahun 2000 pada pertemuan OKI (Organisasi Konferensi Islam) (Azam, dkk, 2019). Peningkatan wisata halal tersebut signifikan dengan berkembangnya layanan agen perjalanan halal. Di luar layanan pariwisata langsung, peran agen perjalanan diidentifikasi sebagai salah satu layanan utama yang berdampak langsung pada pengembangan industri perjalanan dan pariwisata (Pradana, 2019). Outlet penjualan maskapai penerbangan halal, hotel syariah, perusahaan persewaan mobil halal, atraksi utama syariah, pengorganisasian acara halal, dan perlengkapan perjalanan lainnya adalah beberapa layanan yang disediakan oleh agen perjalanan.

Menurut Fatwa DSN-MUI No. 108 mengenai Panduan Pelaksanaan Kepariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, wisata halal merujuk pada sejumlah kegiatan pariwisata yang dilengkapi dengan fasilitas dan layanan yang mengikuti prinsip-prinsip syariah. Pembangunan tidak akan mencapai tingkat optimal jika tidak diatur oleh peraturan yang sesuai (Bahrudin, 2022). Hotel syariah merupakan penginapan yang dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini mencakup penyediaan layanan penginapan, makanan dan minuman, serta fasilitas lainnya untuk masyarakat umum. Operasinya bersifat komersial dan mematuhi aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, dan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah (Ulum, 2023). Sebagian besar hotel di perkotaan merupakan tempat yang menyediakan jasa penginapan dan akomodasi bagi masyarakat yang melakukan perjalanan atau melakukan perjalanan untuk tujuan tertentu di daerah lain yang memerlukan tempat

istirahat sementara (Shoval, McKercher, Ng, & Birenboim, 2011). Seperti halnya di kota Jakarta Pusat, dimana sudah terdapat puluhan hotel yang berdiri di Jakarta Pusat. Sudah banyak hotel yang menggunakan prinsip syariah dalam pengelolaan dan penerapannya. Salah satunya adalah hotel Syariah Sofyan Cut Meutia Cikini.

Sofyan Hotel Cut Meutia Cikini, yang berdiri kokoh sejak tahun 1992, menjadi salah satu representasi hotel syariah yang dahulunya merupakan hotel konvensional. Hotel ini berlokasi di Jalan Cut Meutia No 9, Jakarta Pusat, Kecamatan Menteng. Seiring dengan perkembangan waktu, hotel ini turut merasakan dampak ketatnya persaingan di industri perhotelan. Namun, Sofyan Hotel Cut Meutia berhasil membedakan diri dengan konsep uniknya yang mengusung nilai-nilai syariah Islam. Dengan bangga, hotel ini telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI untuk makanan dan minuman yang disediakan., memberikan jaminan kenyamanan kepada pengunjung. Tidak hanya itu, Sofyan Hotel Cut Meutia juga memperhatikan kebutuhan spiritual, dengan menyediakan perlengkapan sholat di setiap kamar serta menyediakan kitab suci Al-Quran bagi tamu yang menghendaknya. Inilah yang membuat Sofyan Hotel Cut Meutia menjadi pilihan yang ideal bagi mereka yang mengutamakan kenyamanan, keberlanjutan nilai-nilai Islam, dan pengalaman menginap yang unik.

Transformasi Hotel Sofyan Cut Meutia menjadi sebuah hotel berbasis syariah di Cikini, Jakarta, mencerminkan adaptasi yang penting terhadap tren pariwisata syariah yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Sebelumnya, hotel ini beroperasi dengan model konvensional yang tidak mempertimbangkan aspek-aspek syariah dalam penyediaan layanan dan fasilitas kepada tamu. Namun, dengan meningkatnya permintaan pasar akan akomodasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, manajemen Hotel Sofyan Cut Meutia telah mengambil langkah proaktif untuk mengubah model bisnis mereka.

Sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan minat konsumen pada bisnis perhotelan berbasis syariah, penting untuk memahami perubahan dalam profil pengunjung hotel sebelum dan setelah transformasi menjadi hotel

berbasis syariah. Data-data mengenai pengunjung hotel, termasuk preferensi, demografi, dan kebiasaan menginap, akan memberikan wawasan yang berharga dalam merancang strategi *Public Relations* (PR) yang tepat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Selain itu, fenomena pariwisata syariah yang sedang berkembang pesat di Indonesia juga mempengaruhi konteks bisnis perhotelan berbasis syariah. Wisatawan Muslim dan non-Muslim semakin menyadari pentingnya memperhatikan aspek-aspek syariah dalam perjalanan mereka, termasuk dalam pemilihan akomodasi. Dalam hal ini, Hotel Sofyan Cut Meutia memiliki peluang besar untuk menarik minat dari segmen pasar yang mencari pengalaman penginapan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap bisnis penginapan syariah adalah prosedur periklanan dan juga strategi *Public Relations* (PR). PR merupakan suatu bentuk komunikasi terencana dari dalam dan luar perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rahmadani & Andrini, 2021). Setiap PR harus memiliki pemahaman dan kerjasama antara publik dan organisasi, dan menurut definisi kepuasan diri, organisasi harus mampu menjaga komunikasi. Selain itu, PR juga berfungsi untuk membangun komunikasi dua arah antara perusahaan dengan publik internal dan eksternalnya (Erfina, dkk, 2023) serta mengembangkan kerjasama yang menguntungkan dengan *audiens* target atau pihak-pihak yang dianggap mempunyai peranan penting oleh perusahaan. (Rinata & Sariniati, 2020). Muatan pesan yang akan disampaikan diharapkan tepat sasaran, menarik, dan mudah dipahami. Serta pemilihan program dan media yang sesuai dengan target *audiens*, sehingga semua pesan yang ingin disampaikan dapat efektif tersampaikan.

Strategi PR memegang peranan penting dalam membangun citra positif tentang sebuah hotel dan menarik minat konsumen. Namun, untuk mencapai kesuksesan, strategi PR tidak hanya dapat dilakukan oleh tim PR saja, melainkan juga membutuhkan kontribusi dari berbagai departemen dalam hotel.

Peran *Human Resources Development* (HRD) dalam menyusun kebijakan karyawan, pengembangan keterampilan, dan pemahaman terhadap nilai-nilai

syariah menjadi kunci dalam mendukung strategi PR. Selain itu, staf *receptionist* juga memiliki peranan penting sebagai ujung tombak dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Interaksi mereka dengan tamu dapat membentuk kesan pertama yang kuat dan mempengaruhi pengalaman keseluruhan tamu di hotel.

Namun, meskipun penting, terdapat sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji kontribusi HRD dan staf *receptionist* dalam strategi PR untuk meningkatkan minat konsumen pada bisnis perhotelan berbasis syariah.

Novita (2022) mengkaji teknik PR untuk meningkatkan ketertarikan minat pengunjung terhadap penginapan berbasis syariah di G Hotel syari'ah kota Bandar Lampung, sedangkan Nur dan rekan (2020) mengkaji sistem strategi PR yang digunakan Claro Hotel di Makassar untuk meningkatkan minat pengunjung di hotel tersebut. Putri (2019) berkonsentrasi pada marketing PR bisnis berbasis web Harmony Rooms Syariah yang menampilkan prosedur periklanan dalam menarik minat pengunjung. Namun, terdapat keterbatasan dalam menganalisis strategi PR untuk meningkatkan minat pengunjung terhadap bisnis perhotelan berbasis syariah di Hotel Sofyan Cut Meutia. Selanjutnya, inti dari penelitian ini adalah untuk mengetahui teknik PR yang dapat meningkatkan minat pengunjung terhadap bisnis perhotelan berbasis syariah di Hotel Sofyan Cut Meutia. Hotel syariah Sofyan Cut Meutia dipilih sebagai objek penelitian ini sebagai kebaruan.

Mengacu pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi *public relations* dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan minat konsumen pada bisnis perhotelan berbasis syariah di Hotel Sofyan Cut Meutia?”

Dengan mempertimbangkan informasi latar belakang yang telah disajikan, maka penelitian ini diberi judul, “Strategi *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Bisnis Perhotelan Berbasis Syariah di Hotel Sofyan Cut Meutia Cikini”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana strategi *public relations* dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan minat konsumen pada bisnis perhotelan berbasis syariah di Hotel Sofyan Cut Meutia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi PR yang diterapkan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap bisnis perhotelan berbasis syariah di Hotel Sofyan Cut Meutia Cikini.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi manfaat teoritik dan manfaat manajerial, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritik

- Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada kemajuan pengetahuan dalam ranah PR, terutama dalam hal strategi public relations yang diterapkan dalam industri perhotelan yang berprinsip syariah.
- Melalui analisis strategi PR, penelitian ini dapat menyediakan wawasan baru yang berguna bagi pengembangan teori dan pemahaman tentang bagaimana PR dapat memengaruhi minat konsumen dalam konteks bisnis perhotelan syariah.

2. Manfaat manajerial

- Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi praktisi PR, manajer hotel, dan pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan strategi mereka dalam menarik minat konsumen untuk bisnis perhotelan berbasis syariah.
- Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi PR yang efektif, manajer hotel di Hotel Sofyan Cut Meutia Cikini dan bahkan

hotel-hotel lainnya yang serupa dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam memperoleh dan mempertahankan minat konsumen dalam industri perhotelan syariah.

