

Analisis Faktor Faktor Prioritas Minat Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung

Giri Putri Juliani, Popon Srisusilawati, Yayat Rahmat Hidayat

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

giripjuliani@gmail.com poponsrisusilawati@gmail.com yayatrahmat92@gmail.com

Abstract— The Islamic economic sector which has experienced significant growth in lifestyle products is in the sharia tourism sector. This has indicated that the sharia economic system has developed, developments that lead to sharia-compliant lifestyle in the form of tourism, hotels or lodging, recreation areas, and hospital care. Sharia Hotels are hotels that are based on principles or do not violate sharia rules. However, with the increasing trend of sharia this has not been seen in sharia hotels, the development of sharia hotels is still lacking when compared to non-sharia hotels. The purpose of this study: To determine the factors that influence consumer interest and priority consumer interest in Sharia hotels.

The research method used is qualitative. Data sources are primary and secondary. Decrptive data types tend to use analysis. Data collection techniques using interviews, questionnaires, documentation. Data analysis using AHP (Analytic hierarchy process) method and processing through expert choice software.

The results showed from the 5 experts that the Social Factors Criteria became the main priority with (Weight 0.355), culture factors (weight 0.245), Personal factors (Weight 0.220) and finally psychological factors (weight 0.181). The social factors play a more important role because sharia is synonymous with terms related to the existence in the sharia hotel selection community indicating the scope of the community adopting sharia values to be applied in their lives.

Key Words—*Sharia Hotels, Consumer Interests, AHP Method*

Abstract—Sektor Ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk lifestyle adalah disektor pariwisata syariah. Pariwisata merupakan sektor penting yang berperan dalam pembangunan perekonomian dunia, wisata syariah merupakan konsepwisata yang memiliki potensibesar untuk dikembangkan. (Popon srisusilawati, 2019) Hal ini telah menandakan bahwa sistem ekonomi syariah telah berkembang, perkembangan yang menuju ke lifestyle yang sesuai syariah berupa wisata, hotel atau penginapan, tempat rekreasi, dan perawatan rumah sakit. Hotel Syariah adalah hotel yang dalam operasionalnya berdasarkan prinsip atau tidak melanggar aturan syariah. Namun dengan bertambahnya trend syariah hal ini belum terlihat pada hotel syariah, perkembangan hotel syariah masih kurang jika dibandingkan dengan hotel non syariah. Tujuan penelitian ini: Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dan prioritas minat konsumen terhadap hotel Syariah.

Metode Penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Sumber data berupa primer dan sekunder. Jenis datanya bersifat

dekriftif cenderung menggunakan analisis. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dokumentasi. Analisis data menggunakan metode AHP (Analytic hierarchy process) dan pengolahan melalui software expert choice.

Hasil penelitian menunjukkan dari ke 5 para ahli tersebut bahwa Kriteria Faktor sosial menjadi prioritas utama dengan (Bobot 0,355), Faktor budaya (bobot 0,245), Faktor pribadi (Bobot 0,220) dan terakhir Faktor psikologis (bobot 0,181). Faktor sosial lebih berperan karena syariah identik dengan istilah yang berhubungan dengan keberadaan di masyarakat pemilihan hotel syariah menunjukan lingkup masyarakat yang mengadopsi nilai-nilai syariah untuk diterapkan dalam kehidupannya.

Kata Kunci—*Hotel Syariah, Minat Konsumen, Metode AHP*

I. PENDAHULUAN

Wisata syariah saat ini sedang ramai diperbincangkan dapat kita lihat dari banyaknya tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia yang menggunakan prinsip syariah. Baik itu dimulai dengan wisatawananya, biro perjalanan, pengusaha pariwisata, pemadu wisata, terapis dan hotel. (Ade Ela Pratiwi, 2016) Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ismayanti bahwa Perkembangan hotel berbasis syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan (Ismayanti, 2017) Sektor Ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk *lifestyle* disektor pariwisata adalah pariwisata syariah. Hal ini telah menandakan bahwa sistem ekonomi syariah telah berkembang cukup luas dari yang awalnya hanya meliputi perdagangan produk halal, berkembang ke industri keuangan dan sekarang berkembang ke *lifestyle* yang sesuai syariah yang dapat berupa wisata, hotel atau penginapan, tempat rekreasi, dan perawatan rumah sakit. menurut kepala dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung terdapat 345 Hotel konvensional dan hotel Syariah 150 di kota Bandung. (Bandung, bandung.kota.bps, 2020) Perbandingan ini membuat konsumen merasa kesulitan untuk memilih hotel syariah yang akan digunakan dan jumlah perbandingan diatas menunjukan persentase hotel syariah lebih rendah dari pada hotel konvensional, sehingga hal ini membuat persaingan hotel syariah dan non syariah menjadi semakin ketat. Berikut data hasil wawancara dengan pemilik hotel mengenai jumlah kunjungan dari hotel syariah dan hotel konvensional pada bulan Juli hingga

bulan Desember 2019 : (faktor faktor yang mempengaruhi, 2020)

Nama Hotel Bulan	Syariah (Zatarana)	Konvensional (Doufa)
Juli	110 Orang	274 Orang
Agustus	65 Orang	145 Orang
September	94 Orang	160 Orang
Oktober	97 Orang	165 Orang
November	105 Orang	250 Orang
Desember	120 Orang	267 Orang
Total Pengunjung	591 Orang	1.261 Orang

TABEL.1 JUMLAH PENGUNJUNG PADA BULAN JULI-DESEMBER TAHUN 2019 DIHOTEL SYARIAH ZATARANA DAN HOTEL KONVENSIONAL DOUFA

Berdasarkan tabel diatas, jumlah total pengunjung dari bulan Juli hingga bulan Desember pada hotel syariah sebanyak 591 pengunjung. Jika dibandingkan dengan data dari hotel konvensional terdapat 1.261 pengunjung. Dimana hotel syariah masih kurang diminati padahal fenomena yang terjadi sekarang trend hotel syariah sedang diminati oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti minat para konsumen terhadap hotel syariah di kota Bandung metode AHP.

Berdasarkan uraian sebelumnya, permasalahan akan dianalisis dalam penelitian adalah : Bagaimana Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih hotel syariah Dan Analisis prioritas minat konsumen terhadap hotel syariah ?

Tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih hotel Syariah dan menganalisis prioritas minat konsumen terhadap hotel Syariah.

II. LANDASAN TEORI

Hotel syariah adalah hotel yang dalam penyediaan, pengadaan dan penggunaan produk dan fasilitas serta dalam operasionalnya usahanya tidak melanggar aturan syariah. Seluruh komponen seluruh komponen kriteria teknis operasional, mulai dari hal kecil seperti informasi apa yang harus tersedia di *front office*, perlengkapan istinja toilet umum, sampai pada penyajian dari jenis makan dan minuman yang tersedia di *reception policy and procedure*, *house rules* harus dipastikan semua memenuhi kriteria syariah (Susanto, 2011)

Ada beberapa hal yang menjadi prinsip-prinsip dan harus diperhatikan oleh pengelola hotel syariah :

Setiap perdagangan harus didasari sikap saling ridho diantara dua pihak, sehingga para pihak tidak merasa

dirugikan atau dizalimi.

Penegakan prinsip keadilan

Larangan riba

Kasih sayang, tolong menolong dan persaudaraan

Minat konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-bener dilaksanakan. (Madasari, 2011)

Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.

Minat konsumen dalam perspektif islam, Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat. (Rizki, 2012) perilaku konsumen berdasarkan syariah islam adalah perilaku yang memiliki tiga nilai dasar yang merupakan pondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim yakni keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama islam bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki serta kedudukan harta merupakan anugerah Allah swt. (Hidayat, 2020)

Minat konsumen dipengaruhi oleh faktor- faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Sebagian besar faktor ini tak terkendalikan oleh pemasar, namun harus diperhitungkan. Berdasarkan hasil analisis bahwa prioritas yang bisa digunakan untuk meningkatkan minat konsumen yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi, ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Daniel teguh Tri Santoso. (Daniel teguh trisantoso, 2012)

Faktor yang mempengaruhi minat konsumen sebagai berikut :

1. Menurut kotler kebudayaan adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku konsumen. dalam faktor kebudayaan ini terdapat beberapa komponen antara lain: Budaya, sub budaya dan kelas sosial
2. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.
3. Faktor pribadi merupakan cara pengumpulan dan mengelompokan keko Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti gaya hidup, usia dan tahap siklus hidup dan kepribadian dan konsep diri
4. Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian

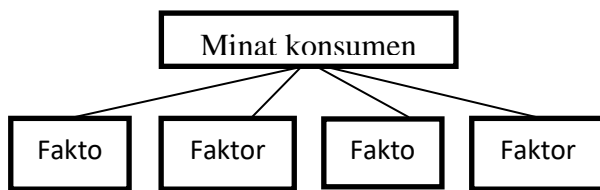
III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jenis penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Sumber data berupa primer dan sekunder yang diperoleh langsung dari responden dan data sekunder dari data pustaka. data diambil dari responden yang ahli sebanyak 5 responden, 3 hotel syariah yaitu rumah tawa syariah, losmen syariah leuwipanjang, hotel zatarana syariah serta 2 dosen dari pihak akademisi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dokumentasi. Analisis data menggunakan metode AHP (*Analytic hierarchy process*) dan pengolahan melalui *software expert choice*. AHP (*Analytic hierarchy process*) yaitu merupakan suatu metode pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki (Muthafa, 2017)

Minat konsumen dalam memilih suatu produk khususnya hotel syariah sangatlah berpengaruh terhadap pemilihan hotel syariah terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam pemilihan hotel syariah yaitu : faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Pada faktor sosial, seluruh subkriterianya yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial berperan mempengaruhi minat konsumen namun pada faktor budaya, hanya referensi kelas sosial berperan mempengaruhi minat konsumen hanya, selain itu pada faktor pribadi sub kriteria yang berpengaruh pada minat konsumen ialah kepribadian dan pekerjaan. dan motivasi adalah sibriteria pada faktor psikologis yang mempengaruhi minat konsumen terhadap hotel syariah.

Berikut tahapan penelitian yang dilakukan penelitian menggunakan metode AHP :

1. Mendefinisikan masalah dengan menentukan solusi yang diinginkan
2. Menyusun masalah kedalam suatu struktur hierarki, berdasarkan masalah yang sudah dibahas dalam peneliti.



GAMBAR 1.HIERARKI KRITERIA AHP

3. Melakukan penyebaran kuesioner dan wawancara, peneliti mendapatkan data melalui kuisisioner dan wawancara yang dibagikan kepada pemilik hotel atau kepada akademisi .lalu hasil kuisisioner dan wawancara tersebut dijadikan sumber dalam pengelolaan data. pengolahan data menggunakan *software expert choice*. *Software expert choice*

adalah suatu program aplikasi yang dapat digunakan sebagai salah satu tool untuk membantu para pengambil keputusan dalam menentukan keputusan.

4. Menyusun prioritas untuk tiap elemen masalah pada setiap hieraki.prioritas ini dihasilkan dari suatu matriks perbandingan berpasangan antara seluruh elemen pada tingkat hieraki yang sama.
5. Melakukan pengujian konsistensi, setelah prioritas disusun peneliti melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap hieraki dan hasil dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan

A. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap hotel syariah

1. Faktor sosial, Faktor sosial lebih berperan karena syariah identik dengan istilah yang berhubungan dengan keberadaan di masyarakat pemilihan hotel syariah menunjukkan lingkup masyarakat yang mengadopsi nilai-nilai syariah untuk diterapkan dalam kehidupannya
2. Faktor budaya, Kebudayaan adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku konsumen. (Keller, 2005) perubahan budaya dan kebiasaan terkait dengan pola pikir yang ikut berubah juga, profesi seseorang dan tingkat sosial bisa menjadi acuan dalam memilih hotel syariah, salah satu contoh adalah yang dilakukan pasangan suami istri dalam memilih hunian nyaman berbasis syariah untuk menghindari hal-hal yang menyeleneh (seperti perzinahan) yang sering mungkin terjadi di hotel non syariah.
3. Faktor pribadi, Faktor pribadi merupakan cara pengumpulan dan mengelompokan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. (Keller, 2005) gaya hidup merupakan hal yang dilakukan berulang kali sehingga dijadikan sebuah kebiasaan dan ini pun diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam memilih penginapan biasanya elemen ini memenuhi keinginannya tanpa melihat tujuan. Contohnya seperti orang bandung yang berdomisili di Bandung, akan menginap di hotel syariah meskipun ia berdomisili di Bandung hanya untuk memenuhi hasrat keinginannya.
4. Faktor psikologis Faktor psikologis adalah faktor psikologis mempengaruhi minat konsumen dalam memilih hotel syariah karena segala bentuk tindakan dan pilihan berasal dari dalam diri masing-masing seseorang, dan juga seseorang bisa mempengaruhi orang lain dalam memilih tanpa mengetahui status sosial, budaya dan kepribadiannya.

B. Prioritas minat konsumen terhadap hotel syariah di kota Bandung

Hasil penilaian Bobot menggunakan *software expert choice* pada prioritas minat konsumen terhadap hotel syariah di kota Bandung berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi adalah sebagai berikut :



Gambar 2. hasil Analisis *combine 5* Lembaga menggunakan metode AHP berdasarkan kriteria

Berdasarkan Analisis pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap hotel Syariah di kota Bandung lebih cenderung kepada faktor sosial (Bobot 0,355), Untuk prioritas ke dua yaitu faktor budaya (bobot 0,245), prioritas ke tiga yaitu faktor sosial (Bobot 0,220) dan Faktor psikologis (Bobot 0,181) menjadi kriteria penilaian terakhir dalam memilih hotel Syariah. . Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anam bahwa faktor sosial menjadi prioritas minat konsumen yang paling diminati oleh konsumen, adanya faktor sosial ini mampu mempengaruhi minat konsumen dalam memilih hotel syariah karena bisa memudahkan untuk mendapat informasi. (Anam, 2017)

IV. KESIMPULAN

Faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap hotel syariah yang menjadi prioritas pertama dalam memilih hotel syariah, adalah factor sosial karena syariah identik dengan istilah yang berhubungan dengan keberadaan di masyarakat. Pemilihan hotel syariah menunjukkan lingkup masyarakat yang mengadopsi nilai-nilai syariah untuk diterapkan dalam kehidupannya. Kedua faktor budaya, perubahan budaya dan kebiasaan terkait dengan pola pikir yang ikut berubah juga, profesi seseorang dan tingkat sosial bisa menjadi acuan dalam memilih hotel syariah. Ketiga faktor Pribadi faktor ini muncul dan melekat pada kebiasaan seseorang, harga menjadi daya tarik konsumen dalam memilih hotel syariah dan terakhir faktor psikologis, seseorang menjadi yakin akan aman terhadap apa yang ia pilih ketika sudah percaya bahwa hotel syariah adalah pilihan yang tepat pada saat itu.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa minat konsumen terhadap hotel syariah dikota bandung memiliki prioritas dengan Kriteriaanya yaitu Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi dan Faktor psikologis. Menunjukkan bahwa Kriteria Faktor sosial menjadi prioritas utama dengan (Bobot 0,355), Faktor budaya (bobot 0,245), Faktor pribadi

(Bobot 0,220) dan terakhir Faktor psikologis (bobot 0,181). Pada sub kriteria Faktor sosial, kelompok acuan menjadi prioritas utama dengan (Bobot 0,493) pada faktor budaya sub kriteria yang menjadi prioritas adalah kelas sosial (0,658) pada faktor pribadi, prioritas utamanya ialah kepribadian (Bobot 0,365) dan sub kriteria terakhir faktor psikologis ialah motivasi (Bobot 0,309).

Berdasarkan kesimpulan diatas terdapat saran-saran :

Disarankan kepada pemilik hotel syariah harus memperhatikan ke 4 (empat) faktor yaitu faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor ini mampu meningkatkan minat konsumen terhadap hotel syariah. Dan harus meningkatkan kinerja perusahaannya. Yang kedua Disarankan kepada penelitian selanjutnya harus lebih mengembangkan lagi kriteria dan alternatifnya tidak hanya ke 4 faktor tersebut dan Untuk para konsumen diharapkan selalu memberi kritik dan saran sehingga perusahaan dapat memperbaiki kinerja perusahaannya baik dari luar maupun didalam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ade Ela Pratiwi, “. P. (2016). Analisis Pasar Wisata Syariah Di Kota Yogyakarta. *Media Wisata*, 1.
- [2] Anam. (2017). *faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa perhotelan berbasis syariah(studi kasus hotel grand skutum kota metro lampung)* . lampung: IAIN.
- [3] Bandung, D. k. (t.thn.). Diambil kembali dari <http://bandungkota.bps.go.id>
- [4] Bandung, D. k. (2020, maret 18). Diambil kembali dari [bandung.kota.bps: http://bandungkota.bps.go](http://bandungkota.bps.go)
- [5] Daniel teguh trisantoso. (2012). Daniel teguh trisantoso, ”pengaruh (trisantoso, 2012) faktok budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler, among makarti, vol 6, desember 2012, 127. *among makarti*, 127.
- [6] (2020, februari 30). faktor faktor yang mempengaruhi. (i. Yani, Pewawancara)
- [7] Ismayanti. (2017). analisis pengelolaan hotel Al-badar syariah di kota Makasar. *Laa maisyir*, 21.
- [8] Madasari, K. (2011). semarang: skripsi, Universitas dipenogoro.
- [9] Muthafa, A. E. (2017). ”penerapan metode Analytic Hierrachy process dalam sistem pendukung keputusan penentuan mahasiswa berprestasi. *Jurnal siliwangi*, 193.
- [10] Popon Srisusilawati, Z. a. (2019). Strategi pemasaran paiwisata syariah di kota cirebon dengan metode stp. *prosiding keuangan dan perbankan syariah volume 5 no 1*, 231.
- [11] Pradesyah, R. (2018). Analisis penerapan Fatwa MUI wisata halal. *Agama dan pendidikan* , 335.
- [12] Rizki, B. (2012). *Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen”(Studi pada Masyarakat Kec. Tampan Pekanbaru)*., pekanbaru: skripsi.
- [13] Soesanto, K. M. (2011). “*Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan (Studi kasus pada Hotel Grasia Semarang)*. semarang: skripsi.
- [14] Soesanto, K. M. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan (Studi kasus pada Hotel Grasia Semarang)*. semarang:

skripsi.

- [15] Soesanto, K. M. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan (Studi kasus pada Hotel Grasia Semarang)* . Semarang: skripsi Universitas Diponegoro.
- [16] Susanto, R. (2011). *Risyanto susanto, bisnis syariah mengapa tidak (jakarta: gamedia pustaka utama, 2011).hlm 64.* jakarta: gamedia pustaka utama.