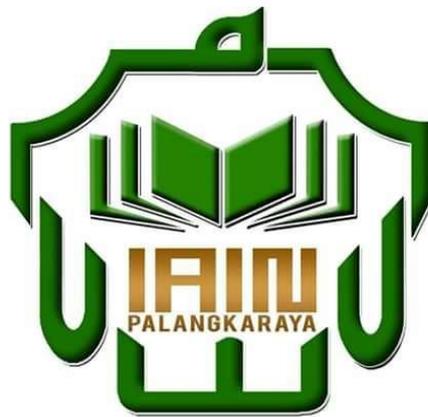


**PERTUMBUHAN BISNIS *GUEST HOUSE* DI KOTA PALANGKA RAYA
(PENDEKATAN KONTEKSTUAL EKONOMI SYARIAH)**

SKRIPSI

Diajukan untuk melangkapi dan memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Syariah



Oleh

UTARI AMBARWATI
NIM. 1604120509

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2021 M/ 1442**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PERTUMBUHAN BISNIS *GUEST HOUSE* DI
KOTA PALANGKARAYA (PENDEKATAN
KONTEKSTUAL EKONOMI SYARIAH)

NAMA : UTARI AMBARWATI
NIM : 1604120509
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Maret 2021

Menyetujui

Pembimbing I



M. Zainal Arifin, M. Hum
NIP. 197506202003121003

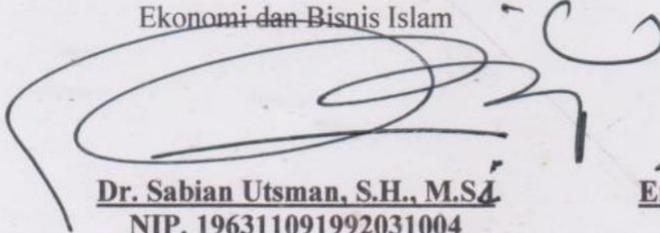
Pembimbing II



Jefry Tarantang, M.H
NIP. 19891025201031010

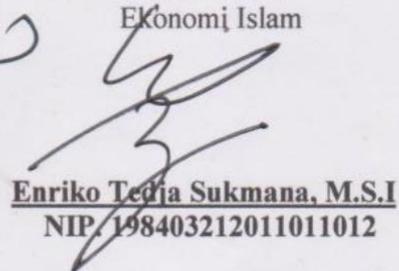
Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sabian Utsman, S.H., M.S.I
NIP. 196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Enriko Tedja Sukmana, M.S.I
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Palangka Raya, Maret 2021

**Hal : Mohon Diuji Skripsi
Utari Ambarwati**

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

IAIN PALANGKA RAYA

di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari :

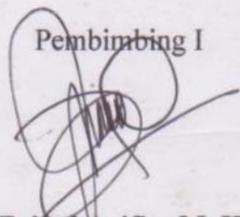
NAMA : UTARI AMBARWATI
NIM : 1604120509
JUDUL : PERTUMBUHAN BISNIS *GUEST HOUSE* DI KOTA
PALANGKARAYA (PENDEKATAN
KONTEKSTUAL EKONOMI SYARIAH)

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

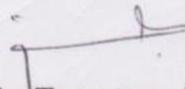
Mengetahui

Pembimbing I



M. Zainal Arifin, M. Hum
NIP. 197506202003121003

Pembimbing II



Jefry Tarantang, M.H
NIP. 19891025201031010

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul PERTUMBUHAN BISNIS GUEST HOUSE DI KOTA PALANGKARAYA (PENDEKATAN KONTEKSTUAL EKONOMI SYARIAH) oleh Utari Ambarwati NIM : 1604120509 telah dimunaqasyahkan *Tim Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 01 Februari 2021

Palangka Raya, 02 Maret 2021

TIM PENGUJI

1. **Dr. Syarifuddin, M.Ag**
(Ketua Sidang/Penguji)
2. **Dr. Imam Qalyubi, M.Hum**
(Penguji I)
3. **M. Zainal Arifin, M.Hum**
(Penguji II)
4. **Jefry Tarantang, M.H**
(Sekretaris/Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Sabian Utsman, S.H., M.S.I

NIP.196311091992031004

PERTUMBUHAN BISNIS *GUEST HOUSE* DI KOTA PALANGKARAYA (PENDEKATAN KONTEKSTUAL EKONOMI SYARIAH)

ABSTRAK

Oleh: UTARI AMBARWATI
1604120509

Bisnis akomodasi dapat digolongkan menjadi hotel, motel, losmen, serta *guest house*. *Guest house* ialah rumah pribadi yang ditransformasikan menjadi penginapan dengan fasilitas yang sederhana namun tidak menyediakan makanan. Rumusan Masalah dalam penelitian ini: (1) Bagaimana Grafik Kondisi *Existing Guest House* di Kota Palangka Raya? (2) Bagaimana Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya? Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab rumusan masalah tersebut.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kontekstual ekonomi syariah. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah Pemilik dan Pengelola *Guest House* di kota Palangka Raya yang dalam pemilihan respondennya menggunakan teknik *purposive sampling* dan *Snowball*. Serta dalam teknik analisis data menggunakan tahapan *collection, reduction, display, dan conclusion drawing*.

Hasil penelitian yaitu jumlah *guest house* pada tahun 2020 berjumlah 29 buah, terdapat duapuluh buah *guest house* di Kecamatan Jekan Raya dan sembilan buah *guest house* di Kecamatan Pahandut. Terdapat dua *guest house* yang memiliki label syariah, tetapi pemberian label syariah pada *guest house* belum terdaftar di Dewan Syariah Nasional Majelis Ualama Indonesia (DSN-MUI), pemilik dan pengelola menerapkan sistem syariah pada pengelolaan *guest house*-nya. Dampak positif di yang dirasakan yaitu dalam hal pendapatan, penyerapan tenaga kerja, serta kesempatan bekerja dan berusaha.

Kata Kunci: *Pertumbuhan, Guest House, Dampak Ekonomi*

**GUEST HOUSE BUSINESS GROWTH INPALANGKARAYA CITY
(PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS)**

ABSTRACT

By: UTARI AMBARWATI
1604120509

The accommodation business can be classified into hotels, motels, inns and guest houses. A guest house is a private house that has been transformed into an inn with simple facilities but does not provide food. Formulation of the problem in this study: (1) How is the Graph of the Condition of the Existing Guest House in Palangka Raya City? (2) How is the Economic Impact on the Growth of Guest House Business in Palangka Raya City? The purpose of this research is to answer the problem formulation.

The type of this research is field research which uses a contextual approach to Islamic economics. Methods of data collection using interviews, observation, and documentation. The subjects of this study were owners and managers of guest houses and home stays in the city of Palangka Raya, which in selecting respondents used purposive sampling and snowball techniques. As well as in data analysis techniques using the stages of collection, reduction, display, and conclusion drawing.

The results showed that the number of guest houses in 2020 was 29, there were twenty guest houses in Jekan Raya District and nine guest houses in Pahandut District. There are two guest houses that have sharia labels, but the giving of sharia labels to guest houses has not been registered with the The National Sharia Council of the Indonesian Ualama Council (DSN-MUI), the owners and managers apply the sharia system to the management of the guest house. The positive impact that is felt is in terms of income, employment, as well as work and business opportunities.

Keywords: Growth, Guest House, Economic Impact

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji Syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT. Tuhan seluruh alam yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan hanya kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas segala limpahan rahmat, taufiq dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pertumbuhan Bisnis *Guest House* Di Kota Palangka Raya (Pendekatan Kontekstual Ekonomi Syariah)” dengan lancar. Shalawat serta salam tak lupa juga peneliti haturkan kepada suri tauladan kita yaitu Nabi besar Muhammad SAW., beserta para keluarga, sahabat, tabi'in dan seluruh pengikut beliau sampai illa yaumul qiyamah.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Starta Satu (S1) jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan proposal ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Yth. Bapak Assoc. Prof. Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si., selaku Dekan FEBI IAIN Palangka Raya.
3. Yth. Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum, selaku pembimbing I dan Yth. Bapak Jefry Tarantang, M.H selaku pembimbing II yang selalu membimbing peneliti

dan meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Yth. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh Dosen IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
5. Ucapan terimakasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua orang tua, berkat do'a dan motivasinya yang tiada henti dari mereka sampai selesainya skripsi ini.
6. Ucapan terimakasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa FEBI tahun angkatan 2016 khususnya kelas ESY B yang telah membantu peneliti selama penelitian.
7. Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti juga menyadari masih banyak kekurangan dan tulisan yang kurang tepat dalam penulisan isi skripsi yang peneliti kerjakan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua dan sebagai ilmu pengetahuan Amin Ya Rabbal'amin.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, Maret 2021

Peneliti

Utari Ambarwati
Nim. 1604120509

PERYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pertumbuhan Bisnis *Guest House* Di Kota Palangka Raya (Pendekatan Kontekstual Ekonomi Syariah)” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Maret 2021

Peneliti



UTARI AMBARWATI
NIM. 1604120509

MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ
لِيَصْمُتْ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ
يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ

*“Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa
sallam bersabda, “Siapa saja yang beriman kepada Allah dan hari akhir,
hendaklah ia berkata baik atau diam. Siapa saja yang beriman kepada Allah dan
hari akhir, hendaklah ia memuliakan tetangganya. Siapa saja yang beriman
kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia memuliakan tamunya”.”*

(HR. Bukhari dan Muslim)

[HR. Bukhari, no. 6018, 6019, 6136, 6475 dan Muslim, no. 47]

IAIN
PALANGKARAYA

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas Ridho Allah SWT. dengan segala kerendahan hati peneliti, karya ini peneliti persembahkan untuk :

1. Terimakasih kepada Allah SWT. Alhamdulillah atas nikmat, berkah, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga peneliti dapat menjadi hamba yang selalu istiqomah di jalan yang di ridhoi dan selalu dapat bersyukur atas nikmat dan musibah yang diberikan. Aamiin
2. Teruntuk Bapak Karsono dan Ibu Tutik Nuryati yang selalu memberikan yang terbaik untuk penulis, yang tidak pernah lelah mencari rejeki untuk kebutuhan primer dan sekunder penulis. Tak lupa juga doa yang bapak dan ibu panjatkan untuk penulis agar selalu dipermudah segala urusan peneliti..
3. Teruntuk bapak M. Zainal Arifin, M. Hum dan Jefry Tarantang, M.H telah membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Teruntuk dosen – dosen FEBI yang telah memberikan ilmu dan membimbing peneliti selama perkuliahan. Semoga ilmu yang bapak-bapak dan ibu-ibu berikan dapat menjadi lading pahala bagi bapak-bapak dan ibu-ibu semua. Aamiin.
4. Teman-teman yang sudah membantu saat peneliti melakukan penelitian. Teruntuk teman-teman ESY'B 16 yang telah berjuang bersama semasa perkuliahan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	D	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah

ظ	<i>Zā'</i>	Z	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydīd* Ditulis Rangkap

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' Marbūtah* Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan, ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t.

اللّهنة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-ḥitri</i>

D. Vokal Pendek

__ َ __	Fathah	Ditulis	A
__ ِ __	Kasrah	Ditulis	I
__ ُ __	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata, Dipisahkan Dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
NOTA DINAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR GRAFIK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Deskripsi Teoritik.....	15
1. Akomodasi.....	15
2. Konsep Bisnis.....	18
3. Pertumbuhan Ekonomi.....	19
4. Strategi <i>Marketing</i>	26
5. Ekonomi Syariah.....	30
6. Penginapan syariah.....	38

C. Kerangka Pikir	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Pengabsahan Data.....	48
F. Analisis Data.....	49
G. Sistematika Penulisan	50
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISA DATA	51
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
B. Gambaran Subjek dan Informan Penelitian	53
C. Penyajian Data	54
1. Grafik Kondisi <i>Existing Guest House</i> di Kota Palangka Raya.....	54
2. Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis <i>Guest House</i> Di Kota Palangka Raya.....	77
D. Analisis Hasil Penelitian.....	90
1. Grafik Kondisi <i>Existing Guest House</i> di Kota Palangka Raya.....	90
2. Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis <i>Guest House</i> Di Kota Palangka Raya.....	102
BAB V.....	109
PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Ketinggian Wilayah di Atas Permukaan Air Laut menurut Kecamatan tahun 2016.....	52
Tabel 4.2 Identitas Subjek Penelitian.....	53
Tabel 4.3 Identitas Informan Penelitian	54
Tabel 4.4 Nama <i>Guest House</i> Beserta Alamat.....	91
Tabel 4.5 Nama <i>Guest House</i> Beserta Alamat Tahun 2017.....	91
Tabel 4.6 Nama <i>Guest House</i> Beserta Alamat Tahun 2018.....	92
Tabel 4.7 Nama <i>Guest House</i> Beserta Alamat Tahun 2019.....	92
Tabel 4.8 Nama <i>Guest House</i> Beserta Alamat Tahun 2020.....	93
Tabel 4.9 Nama <i>Guest House</i> per Kecamatan	94



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2 Kerangka Pikir40



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.10 Pertumbuhan <i>Guest House</i> di Kota Palangkaraya	95
Grafik 4.11 Pertumbuhan <i>Guest House</i> di Kota Palangkaraya Pada Kecamatan Jekan Raya	95
Grafik 4.12 Pertumbuhan <i>Guest House</i> di Kota Palangkaraya Pada Kecamatan Pahandut.....	95



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia berlangsung sangat pesat, khususnya pada bidang jasa. Sektor jasa yang sedang dikembangkan di Indonesia adalah industri pariwisata. Indonesia memiliki banyak pariwisata yang tersebar diseluruh Provinsi.¹ Pariwisata menjadi *leading* sektor dalam pembangunan nasional, berperan penting dalam penggerak ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan infrastruktur dan dalam pelaksanaannya melibatkan banyak pihak yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat.² Pariwisata juga merupakan sektor yang berpengaruh terhadap laju pertumbuhan daerah sebagai salah satu penyumbang PAD serta dapat menunjang perbaikan ekonomi daerah, menurut Plt Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palangka Raya Norma Hikmah Raihan PAD Kepariwisataan pada tahun 2019 mencapai Rp 200.000.000.³ Selain itu, ekonomi pariwisata dapat memperbesar kesempatan kerja, meningkatkan taraf kehidupan dan berusaha meningkatkan pertumbuhan wilayah.⁴

¹Umi Lestari, “Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Study Pada Guesthouse Nuwono Tasya Raja Basa, Bandar Lampung)”, Skripsi Sarjana, Universitas Lampung, 2017, h. 1, t.d

²Ni Made Eka Mahadewi, “Nomadic Tourism, Wisata Pendidikan, Digitalisasi Dan Wisata Event dalam Pengembangan Usaha Jasa Akomodasi Homestay di Destinasi Wisata”, Jurnal Kepariwisataan, Maret 2012, h. 1

³Media Center Isen Mulang Kota Palangka Raya, <https://mediacenter.palangkaraya.go.id>, Online 23 Juni 2020

⁴Lina Ningsih, “Analisis Pemasaran Wisata di Kota Palangka Raya”, Jurnal Sains Manajemen, April 2014, h. 45

Palangkaraya merupakan kota di Kalimantan yang mulai dibangun pada tanggal 17 Juli 1957. Kota ini merupakan kota mandiri pertama yang dirancang oleh putra bangsa setelah Indonesia merdeka. Direncanakan, luas kota Palangkaraya pada awal mulanya adalah 1.200 km², dan sekarang telah dimekarkan menjadi 2.400 km². Dalam luas yang sebesar 2.400 km² tersebut, terdapat kawasan tepi sungai sepanjang sekitar 100 km. Embrio kota Palangkaraya dibangun di tepi sungai Kahayan. Ditinjau dari letaknya, sebelah timur embrio kota Palangkaraya tersebut terdapat Kampung Pahandut yang merupakan kampung tradisional dan berada di tepi sungai.⁵ Kota Palangka Raya merupakan Ibu Kota Kalimantan Tengah yang memiliki potensi pariwisata yang sangat menjanjikan. Banyak objek wisata yang ada di Kota Palangka Raya, seperti wisata alam, wisata kuliner, wisata sejarah, dan wisata susur sungai. Tempat wisata yang masih asri dan alami memiliki konservasi orang hutan hewan yang hampir punah. Kota Palangka Raya memiliki kondisi alam yang menarik, yaitu: berupa dataran yang dibelah oleh Sungai Kahayan dan dikelilingi rawa gambut. Memiliki banyak sungai dan anak-anak sungainya sebagai prasarana transportasi yang dapat menghubungkan Kota Palangka Raya dengan Wilayah disekitarnya.⁶

⁵Aulia Rizki Bustamal, “Pengaruh Perkembangan Kota Palangkaraya Terhadap Kawasan Tepi Sungai Kahayan”, Skripsi Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar, 20016, t.d

⁶Muhamad Yusuf dan Andry Febri Pratama “Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Promosi Tempat Wisata di Kota Palangka Raya”, Jurnal ilmiah ilmu administrasi Negara dan ilmu komunikasi, April 2018, h 8 - 9

Dunia pariwisata memiliki banyak bisnis yang dibuat untuk mendukung kemajuan pariwisata. Beberapa bisnis yang dapat mendukung kemajuan pariwisata adalah bisnis kuliner, bisnis *tour & travel*, dan bisnis akomodasi. Bisnis akomodasi dapat digolongkan menjadi hotel, motel, losmen, serta *guest house*. Di Indonesia bisnis akomodasi dibagi menjadi dua kelas besar, yaitu hotel berbintang dan hotel nonbintang. Hotel berbintang adalah salah satu jenis pengkelasan sebuah hotel. Pengkelasan hotel ini dimulai dari hotel bintang satu sampai hotel bintang lima. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, mengindikasikan bahwa semakin lengkap pula fasilitas hotel tersebut. Salah satu Hotel nonberbintang yang sedang berkembang di Indonesia adalah *guest house*. *Guest house* ialah rumah pribadi yang ditransformasikan menjadi penginapan dengan fasilitas yang sederhana namun tidak menyediakan makanan.

Guest house memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga hotel berbintang. Di Kota Palangkaraya sendiri harga *guest house* permalamnya berkisar antara Rp 100. 000,- sampai dengan Rp 400. 000,-. Dengan harga tersebut konsumen sudah bisa mendapatkan fasilitas akomodasi, wifi gratis, dan *cleaning service*. Menurut Kotler dan Keller Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan

harga yang dinyatakan pemasar.⁷ Beberapa *guesthouse* di Palangka Raya memiliki lingkungan yang nyaman untuk bersantai bersama teman-teman ataupun keluarga. Bentuk desain bangunan *guest house* yang unik dan lokasi yang strategis dapat menarik konsumen untuk menginap. *Guest house* di Kota Palangka Raya mempromosikan bisnis pengingapannya secara *online*. Pengelola bekerja sama dengan situs-situs dan aplikasi yang menawarkan jaringan penginapan murah seperti *Airy Rooms*, *Pegi-Pegi*, *Traveloka*, *Agoda*, dan lain-lain.

Banyaknya wisatawan mancanegara dan domestik yang mengunjungi Kota Palangka Raya, baik untuk kegiatan bisnis ataupun pariwisata yang tiap tahunnya semakin meningkat. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan nusantara sebanyak 389.235, sedangkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 3.865.⁸ Peningkatan wisatawan berdampak pada meningkatnya permintaan akomodasi. Di Kota Palangka Raya banyak sekali *guesthouse*, ada 7 *guest house* yang terdaftar resmi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.⁹ Belum termasuk *guest house* yang belum terdaftar resmi dapat mencapai 20 lebih *guest house*. Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengambil

⁷Fachreza Yuli Kurniawan dan Devilia Sari, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi *INGLORIOUS INDUSTRIES* Di Kota Bandung" Jurnal e-Proceeding Of Management, April 2017, h. 736

⁸ Kota Palangka Raya dalam Angka 2020: *Pariwisata*, BPS Kota Palangka Raya – 27 April 2020, h. 261

⁹Dinas Kebudayaan dan Pariwisata <https://disbudpar.palangkaraya.go.id/> *Online* tanggal 23 Januari 2020

judul “ Pertumbuhan Bisnis *Guest House* Di Kota Palangka Raya (Pendekatan Kontekstual Ekonomi Syariah)”

B. Batasan Masalah

Penelitian Pertumbuhan Bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya (Pendekatan Kontekstual Ekonomi Syariah). *Guest House* di Kota Palangka Raya lebih banyak terletak di Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Pahandut, serta Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Pahandut merupakan pusat perekonomian Kota Palangka Raya, maka peneliti memilih Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Pahandut sebagai tempat penelitian.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana grafik kondisi *existing guest house* di kota Palangka Raya?
2. Bagaimana dampak ekonomi terhadap Pertumbuhan Bisnis *guest house* di kota Palangka Raya?

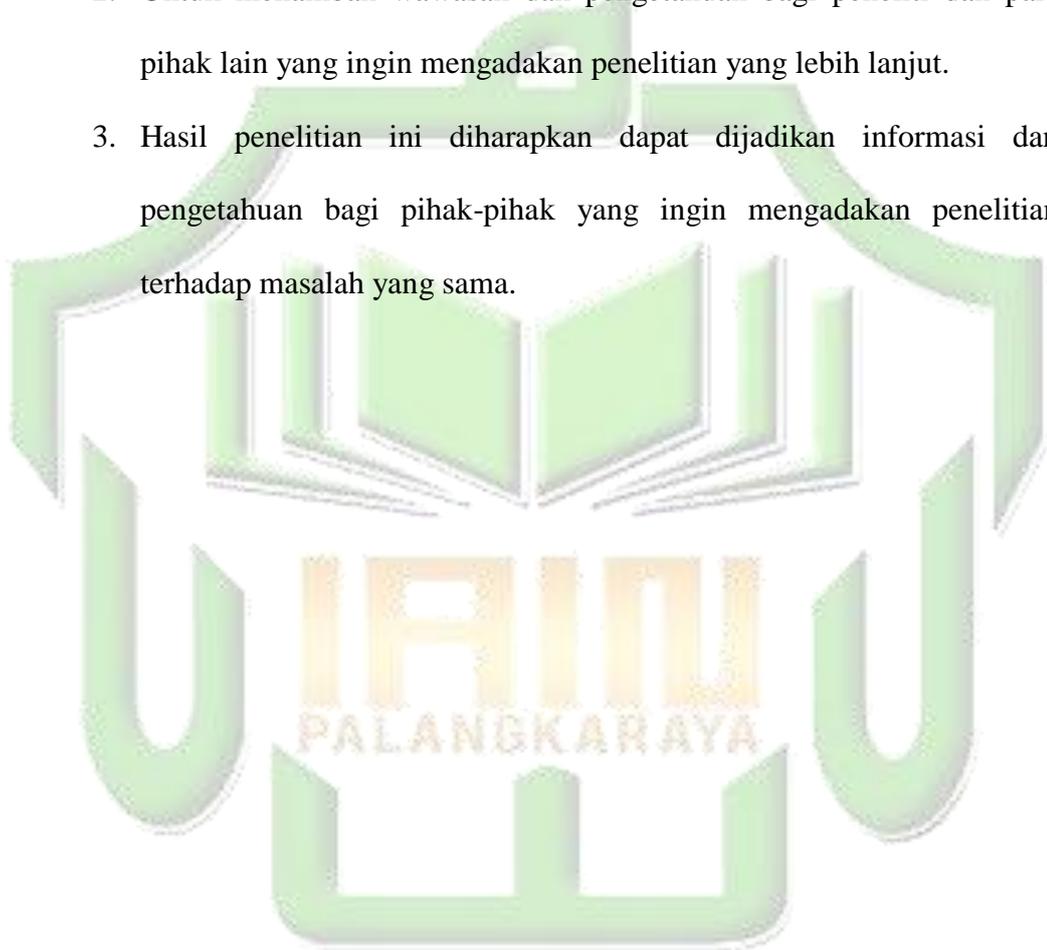
D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui grafik kondisi *existing guest house* di kota Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui dampak ekonomi terhadap pertumbuhan bisnis *guest house* di kota Palangka Raya.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi dan pengetahuan bagi peneliti dan para pembaca tentang pertumbuhan guest house di Kota Palangka Raya.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dan para pihak lain yang ingin mengadakan penelitian yang lebih lanjut.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang ingin mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Kajian terhadap penelitian terdahulu diperlukan dalam sebuah penelitian, dengan tujuan untuk menghindari plagiat agar tidak ada persamaan dengan penelitian yang lain atau penelitian yang serupa dengan masalah yang penulis teliti. Kajian terhadap penelitian terdahulu perlu dilakukan agar pemahaman mendalam dengan mempelajari, merefleksikan dengan seksama akan memudahkan peneliti untuk menentukan perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya. Berikut ini beberapa judul penelitian yang berkaitan dengan judul peneliti, yaitu:

1. Yudha Armanda (2016), judul penelitian “Analisis Dampak Pertumbuhan Industry Perhotelan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Karo Berastagi Kabupaten Karo”. Dalam judul ini terdapat dua rumusan masalah yaitu:
 - a. Bagaimana perkembangan hotel di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo?
 - b. Bagaimana dampak pertumbuhan hotel terhadap kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskripti dengan metode survey dengan menggunakan instrumen kuesioner (*questionnaire*). Hasil penelitian ini menjelaskan Perkembangan hotel

Di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo sangat pesat, hal ini membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan pendapatan perkapita meningkatkan taraf hidup masyarakat, meningkatkan tingkat pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian pertumbuhan industri perhotelan memiliki dampak terhadap kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo. Dari hasil penelitian maka diketahui bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini menyatakan bahwa terjadi peningkatan penerimaan setelah berkembangnya industri perhotelan di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa peningkatan kesejahteraan masyarakat Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo, hal ini ditunjukkan dari pengetasan kemiskinan dilihat dari peningkatan pendapatan perkapita.¹⁰ Penelitian Yudha Armanda memberikan manfaat terhadap penelitian peneliti sebagai bahar referensi pada rumusan masalah kedua, yaitu: “Bagaimana dampak ekonomi terhadap pertumbuhan bisnis guest house di kota Palangka Raya?”.

2. Felysia Fransisca (2018), judul penelitian “Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta”. Dalam judul ini terdapat dua rumusan masalah, yaitu:
 - a. Bagaimana situasi strategi kopitiam 188?

¹⁰Yudha Armanda, “Analisis Dampak Pertumbuhan Industry Perhotelan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Karo Berastagi Kabupaten Karo” Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara, 2016, t.d

- b. Bagaimana strategi menumbuhkan usaha dalam industri kuliner yang dilakukan dalam kondisi pasar yang memiliki persaingan yang tinggi?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik dan observasi langsung di tempat. Hasil penelitian ini menunjukkan Kopitiam 188 mulai memasuki tahap pertumbuhan untuk bisnisnya sehingga penggunaan teknologi sebagai sarana promosi untuk pemasaran produk banyak digunakan pembisnis kuliner masa kini. Sehingga strategi pertumbuhan yang tepat digunakan Kopitiam 188 di dukung oleh kemampuan perusahaan dalam penetrasi pasar dengan menggunakan teknologi. Dengan begitu Kopitiam 188 dapat mengoptimalkan pemasaran produk sehingga meningkatkan penjualan dan bisnis dapat berkembang dan bersaing dengan pesaing lainnya.¹¹ Penelitian Felysia Fransisca ini memberikan manfaat terhadap penelitian peneliti sebagai bahan referensi tentang strategi pertumbuhan bisnis dengan menggunakan teknologi.

3. Elsa M Sidabutar (2017), judul penelitian “Strategi Pengembangan Bisnis Romlan *Guest House* Tuktuk Kabupaten Samosir”. Dalam judul ini terdapat rumusan masalah yaitu:
 - a. Bagaimana strategi pengembangan bisnis pada Romlan *guest house* Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir?.

¹¹Felysia Fransisca, “*Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta*”, Skripsi program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, 2018, t.d

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dengan narasumber, studi kepustakaan serta studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS, matriks SFAS diagram SWOT dan matriks SWOT. Hasil analisis pada lingkungan internal dan eksternal menempatkan Romlan *guest house* di posisi kuadran I pada diagram SWOT. Adapun posisi ini mendukung penerapan strategi pertumbuhan yang agresif. Kemudian setelah dilakukan seleksi terhadap beberapa alternatif strategi maka diperoleh dua strategi untuk meningkatkan posisi bersaing. Dengan demikian maka strategi yang dapat diterapkan terhadap usaha ini adalah pengembangan produk, dan penetrasi pasar.¹² Penelitian Elsa M. Sidabutar memberikan manfaat terhadap penelitian peneliti tentang strategi pengembangan bisnis yang perlu diterapkan untuk pengembangan usaha.

4. Umi Lestari (2017), judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Study Pada *Guest house* Nuwono Tasya Raja Basa, Bandar Lampung)”. Dalam judul ini terdapat rumusan masalah yaitu:

¹²Elsa M Sidabutar, “*Strategi Pengembangan Bisnis Romlan Guest House Tuktuk Kabupaten Samosir*”, Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 2017, t.d

- a. Bagaimana penerapan Business Model Canvas dalam menciptakan Alternatif strategi usaha jasa penginapan pada *Guest house* Nuwono Tasya?
- b. Alternatif Strategi apa saja yang dapat direkomendasikan untuk *Guest house* Nuwono Tasya dimasa depan?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan informan sebagai objek penelitian. Sumber data yang digunakan berasal dari informan secara langsung (data primer) dan berasal dari *website* atau buku-buku referensi (data sekunder). Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Guest house* Nuwono Tasya telah menerapkan *business model canvas* didalam menjalankan aktivitas usahanya meskipun tidak disadari secara langsung. Selain itu, strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan oleh *Guest house* Nuwono Tasya berdasarkan analisis SWOT yaitu strategi WO (*Weaknesses opportunity*) atau disebut dengan strategi *turn-around*. Sehingga penting bagi Nuwono Tasya memperhatikan kedua hal itu jika ingin berhasil mengembangkan usahanya.¹³ Penelitian Umi Lestari memberikan manfaat terhadap penelitian peneliti tentang strategi

¹³Umi Lestari, judul penelitian “*Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Study Pada Guesthouse Nuwono Tasya Raja Basa, Bandar Lampung)*”, Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2017, t.d

pengembangan bisnis yang perlu diterapkan untuk pengembangan usaha.

5. Jefri Heri Sofyan (2018), judul penelitian “Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Pada *Simply Homy Guest House* Yogyakarta”.

Dalam judul ini terdapat rumusan masalah yaitu:

- a. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Simply Homy Guest House* Yogyakarta?
- b. Bagaimana kesesuaian strategi pemasaran *Simply Homy Guest House* Yogyakarta dengan prinsip pemasaran syariah ?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknis analisis yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan telaah dokumen yang berdasarkan aktivitas lapangan. Strategi yang dilakukan oleh *Simply Homy Guest House* Yogyakarta menggunakan strategi bauran pemasaran 4P *marketing mix* (*product, place, price and promotion*) dimana produk berupa jasanya yang berkonsep pada penginapan syariah. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh *Simply Homy Guest House* Yogyakarta menggunakan dua metode yaitu melalui metode secara *online* dan *offline*, selain itu ada hal yang menarik dalam pemasaran yang diterapkan *Simply Homy Guest House* Yogyakarta yaitu dengan adanya sistem promosi duta *freelance* yang mana bertugas untuk mempromosikan penginapan *Simply Homy Guest House* Yogyakarta kepada tamu. Perspektif syariah marketing dalam strategi pemasaran *Simply Homy Guest House* Yogyakarta menggunakan

karakteristik pemasaran syariah yang menjunjung tinggi keadilan, kejujuran dan transparansi terkait harga dan produk serta menggunakan sembilan etika prinsip pemasar islami, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran di *Simply Homy Guest House* Yogyakarta telah sesuai dan memenuhi perspektif pemasaran syariah.¹⁴ Penelitian Jefri Heri Sofyan ini memberikan manfaat terhadap penelitian peneliti sebagai bahan referensi pemasaran bisnis secara islami.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, menurut peneliti penelitian tentang “Pertumbuhan Bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya (Pendekatan Kontekstual Ekonomi Syariah)” belum ada yang meneliti sejauh ini. Sehingga menurut peneliti, penelitian ini layak untuk diteliti. Sebagaimana perbedaannya dalam tabel berikut

¹⁴Jefri Heri Sofyan, judul penelitian “*Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Pada Simply Homy Guest House Yogyakarta*”, Skripsi Progam Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018, t.d

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
1.	Yudha Armanda (2016), judul penelitian “Analisis Dampak Pertumbuhan Industry Perhotelan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Karo Berastagi Kabupaten Karo”.	Pertumbuhan Akomodasi	Perbedaanya terdapat pada studi penelitian. Yudha Armanda meneliti Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Karo Berastagi Kabupaten Karo
2.	Felysia Fransisca (2018), judul penelitian “Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta”	Pertumbuhan bisnis	Perbedaanya terdapat pada studi penelitian. Felysia Fransisca meneliti Kopitiam 188 Jakarta
3.	Elsa M Sidabutar (2017), judul penelitian “Strategi Pengembangan Bisnis Romlan <i>Guest House</i> Tuktuk Kabupaten Samosir”	Sama-sama membahas tentang <i>Guest House</i>	Perbedaannya Elsa M Sidabutar meneliti tentang Strategi Pengembangan bisnis
4.	Umi Lestari (2017), judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (Study Pada <i>Guesthouse</i> Nuwono Tasya Raja Basa, Bandar Lampung)”.	Sama-sama membahas tentang <i>Guest House</i>	Perbedaannya Umi Lestari meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i>
5.	Jefri Heri Sofyan (2018), judul penelitian “Implementasi Strategi Pemasaran	Sama-sama membahas tentang <i>Guest House</i>	Perbedaannya Jefri Heri Sofyan meneliti tentang Implementasi Strategi Pemasaran

	Syariah Pada <i>Simply Homy Guest House</i> Yogyakarta”.		Syariah
--	--	--	---------

B. Deskripsi Teoritik

1. Akomodasi

Akomodasi adalah suatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yang bepergian. Dalam kepariwisataan akomodasi merupakan suatu industri, jadi pengertian industri akomodasi adalah suatu komponen industri pariwisata, karena akomodasi dapat berupa suatu tempat atau kamar dimana orang-orang/ pengunjung/ wisatawan dapat beristirahat/menginap/tidur, mandi, makan dan minum serta menikmati jasa pelayanan dan hiburan yang tersedia. Akomodasi wisata secara umum dapat dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu :

- a. Akomodasi Komersil, yaitu akomodasi yang dibangun dan dioperasikan semata-mata untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.
- b. Akomodasi Semi Komersil, yaitu akomodasi yang dibangun dan dioperasikan bukan semata-mata untuk tujuan komersil, tetapi juga untuk tujuan sosial (masyarakat yang kurang mampu).
- c. Akomodasi Non Komersil, yaitu akomodasi yang dibangun dan dioperasikan semata-mata untuk tujuan non komersil, yaitu tidak mencari keuntungan atau semata-mata untuk tujuan sosial atau

bantuan secara cuma-cuma, namun khusus untuk golongan/kalangan tertentu dan juga untuk tujuan tertentu.¹⁵

Contoh dan Jenis – jenis Akomodasi:

- a. *Guest House*: Sejenis akomodatif yang dapat dimiliki oleh suatu perusahaan atau instansi yang diperuntukkan bagi para tamu yang akan menginap dan tidak mendapatkan pelayanan makan dan minum. *guest house* merupakan akomodasi yang mempunyai fasilitas sederhana. Yang termasuk dalam jenis ini, di Indonesia dikenal dengan nama Pondok Wisata.
- b. Hotel: Salah satu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersil.
- c. Motel
Ada beberapa pengertian tentang motel, yaitu:
 - 1) Bangunan yang terletak di luar pusat kota dan daerah sekat *high way* (jalan raya), biasanya pada bangunan itu disediakan penginapan dalam bentuk apartemen dan dapat untuk tempat tinggal kurang dari 24 jam saja, apartemen itu memiliki pintu masuk tersendiri dan satu garasi atau tempat parkir mobil.
 - 2) Gabungan dari dua kata, yakni motor dan hotel, yaitu hotel yang menyediakan fasilitas khusus, yakni kendaraan bermotor.

¹⁵ Rossi Evita, dkk, *Dampak Perkembangan Pembangunan Sarana Akomodasi Wisata Terhadap Pariwisata Berkelanjutan di Bali*, Jurnal Ilmiah Pariwisata, September 2012, h. 5

- 3) Motor hotel, yaitu sejenis akomodasi yang biasanya terdapat di antara dua kota besar, tempat para pengendara mobil dapat beristirahat sesudah perjalanan jauh dan baru meneruskan perjalanannya pada keesokan harinya; mobil pemilik dapat diparkir dekat dengan kamarnya.
- d. *Youth Hostel*: Bangunan bagi para pejalan muda, penaik sepeda, dan sebagainya dapat tinggal dan makan atau menyediakan makanannya sendiri dengan murah.
 - e. Apartemen
 - 1) Apartemen: Bangunan yang menyediakan jasa akomodasi jangka yang lama untuk sejumlah orang dalam unit tersendiri dengan suatu dapur dan ruang tunggal atau ruang makan.
 - 2) Apartemen Hotel: Bangunan bercorak hotel yang terdiri dari beberapa apartemen yang tidak menyediakan jasa *catering* (pelayanan).
 - f. *Sanatorium*: Tempat peristirahatan dan penginapan yang menghadirkan makanan diet bagi warga wisatawan – wisatawan yang menderita penyakit tertentu.
 - g. *Pension*
 - 1) Rumah penginapan
 - 2) Bentuk lain dari akomodasi bagi wisatawan, biasanya juga disediakan beberapa penginapan dan makanan pagi dengan biaya yang murah, terutama di Eropa.

3) Bisa juga dikatakan sebagai hotel kecil yang menyediakan makan pagi tamu dengan tarif tertentu. Perlengkapannya diatur menurut tingkat dan kepentingan tamu. Usaha penginapan dengan makan dalam bentuk kecil biasanya hanya menempati satu atau dua lantai suatu bangunan bertingkat. Dalam bentuk ini menyediakan ruangan umum.¹⁶

2. Konsep Bisnis

Menurut Steinhoff, "*Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people* (bisnis adalah segala kegiatan yang berkaitan dengan penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan orang)". Kegiatan bisnis sebagai penyedia barang dan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen, dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, warung yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Usaha Perdagangan (SIUP) serta usaha informal lainnya. Menurut Griffin dan Ebert, "*Business is an organization that provides goods or service in order to earn profit*". Sejalan dengan definisi tersebut, aktivitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total

¹⁶Materi.Co.Id, *Pengertian Akomodasi*, <https://materi.co.id/akomodasi/>, Online Tanggal 31 Mei 2020

pendapatan pada satu periode (*total revenues*) lebih besar dari total biaya (*total costs*) pada periode yang sama.¹⁷ Bisnis dalam arti luas, merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Melalui aktivitas dari berbagai institusi itu, maka dapat di perbaiki atau ditinggalkan standar hidup. Secara sederhana bisnis berarti suatu sistem guna memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Karena ia merupakan suatu sistem dalam masyarakat, maka ada hubungan timbal balik antara bisnis dan unsur-unsur lain di masyarakat. Setiap tindakan yang dilakukan bisnis mempengaruhi sistem sosial yang lebih besar. Sistem bisnis tidak terlepas dari sistem politik, dan merupakan bagian dari pada sistem ekonomi, serta bergerak di dalam suatu sistem hukum.¹⁸

3. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Suatu Negara dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi apabila terjadi peningkatan GNP rill di Negara tersebut. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi keberhasilannya lebih bersifat kuantitatif, yaitu adanya kenaikan dalam standar pendapatan

¹⁷Ismail Sholihin, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Erlangga, 2014, h. 3

¹⁸M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013, h. 7-8

dan tingkat *output* produksi yang dihasilkan. Pertumbuhan ekonomi adalah proses perubahan kondisi perekonomian suatu Negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan keberhasilan pembangunan ekonomi. Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

a. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia merupakan faktor terpenting dalam proses pembangunan, cepat lambatnya proses pembangunan tergantung kepada sejauh mana SDM selaku subjek pembangunan memiliki kompetensi yang memadai untuk melaksanakan proses pembangunan dengan membangun infrastruktur di daerah-daerah.

b. Faktor Sumber Daya Alam (SDA)

Sebagian besar Negara berkembang bertumpu kepada SDA dalam melaksanakan proses pembangunannya. Namun, SDA saja tidak menjamin keberhasilan proses pembangunan ekonomi, apabila tidak didukung oleh kemampuan sumber daya manusianya dalam mengelola SDA yang tersedia. SDA yang dimaksud di antaranya kesuburan tanah, kekayaan mineral, tambang, kekayaan hasil hutan, dan kekayaan laut.

c. Faktor Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat mendorong adanya percepatan proses pembangunan, pergantian pola kerja yang semula menggunakan tangan manusia digantikan oleh mesin – mesin canggih berdampak kepada aspek efisiensi, kualitas dan kuantitas serangkaian aktivitas pembangunan ekonomi yang dilakukan dan pada akhirnya berakibat pada percepatan laju pertumbuhan perekonomian.

d. Faktor Budaya

Faktor budaya memberikan dampak tersendiri terhadap pembangunan ekonomi yang dilakukan, faktor ini dapat berfungsi sebagai pembangkit atau pendorong proses pembangunan tetapi dapat juga menjadi penghambat pembangunan. Budaya yang dapat mendorong pembangunan di antaranya sikap kerja keras dan kerja cerdas, jujur, ulet dan sebagainya. Adapun budaya yang dapat menghambat proses pembangunan di antaranya sikap anarkis, egois, boros, KKN, dan sebagainya.

e. Sumber Daya Modal.

Sumber daya modal dibutuhkan manusia untuk mengolah SDA dan meningkatkan kualitas Iptek. Sumber daya modal berupa barang-barang modal sangat penting bagi perkembangan dan kelancaran pembangunan ekonomi karena barang-barang modal juga dapat meningkatkan produktivitas.¹⁹

¹⁹Windhu Putra, *Perekonomian Indonesia*, Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018, h. 39

Menurut Adam Smith terdapat dua aspek utama pertumbuhan ekonomi yaitu pertumbuhan *output* total dan pertumbuhan penduduk. Pada pertumbuhan output total terdapat tiga unsur pokok dari sistem produksi suatu Negara ialah:

- a. Sumber daya alam yang tersedia, merupakan wadah yang paling mendasar dari kegiatan produksi suatu masyarakat. Jika suatu saat nanti semua sumber daya alam tersebut telah digunakan secara penuh, maka pertumbuhan *output* pun akan berhenti.
- b. Sumber daya insani, memiliki peran yang pasif dalam proses pertumbuhan *output*.
- c. Stok barang modal yang ada, merupakan unsur produksi yang secara aktif menentukan tingkat *output*.

Sedangkan pada pertumbuhan penduduk, jumlah penduduk akan meningkat jika tingkat upah yang berlaku lebih tinggi dari tingkat upah *subsisten*, yaitu tingkat upah yang pas-pasan untuk hidup. Adam Smith dalam pemikirannya membagi pertumbuhan ekonomi menjadi lima tahap, dimulai dari: masa perburuan, masa berternak, masa bercocok tanam, masa perdagangan, dan masa perindustrian.²⁰

Karl Marx mengemukakan teorinya berdasar atas sejarah perkembangan masyarakat di mana perkembangan masyarakat itu melalui lima tahap yaitu: masyarakat komunal, masyarakat perbudakan,

²⁰*Ibid.*, h. 41

masyarakat feodal, masyarakat kapitalis, dan masyarakat sosialis.²¹ Dalam perkembangan perekonomian di masyarakat, Karl Marx membagi menjadi tiga tahapan yaitu: *feodalisme*, *kapitalisme*, dan *sosialisme*. Masyarakat *feodalisme* mencerminkan kondisi dimana masyarakat perekonomian yang ada masih bersifat tradisional. kapitalisme para pengusaha merupakan pihak yang memiliki posisi tawar-menawar relatif tinggi terhadap pihak lain khususnya buruh. Buruh dipandang sebagai salah satu *input* dalam proses produksi, yang artinya buruh tidak memiliki posisi tawar sama sekali terhadap para majikan yang kapitalis. Masyarakat sosialis membawa perubahan mendasar pada segala bidang terutama sistem produksi dan pemilikan sumber daya. Pemupukan modal dalam sistem kapitalis akan diganti dengan pemerataan kesempatan pemilik sumber daya sifat berubah menjadi sistem kemasyarakatan *sosialis*.²²

Rostow membagi proses pertumbuhan ekonomi suatu Negara menjadi lima tahap dan setiap Negara berada dalam salah satu dari tahap-tahap pembangunan tersebut:

a. Masyarakat tradisional (*the traditional society*)

Masyarakat yang strukturnya berkembang di dalam fungsi-fungsi produksi yang terbatas, yang mana masyarakat tersebut masih menggunakan cara-cara produksi yang *relative primitive*.

Ciri-ciri masyarakat tradisional, yaitu: tingkat produksi perkapita

²¹Tulus T.H. Tambunan, *Perekonomian Indonesia*, cet.3, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014, h. 45

²²Subandi, *Ekonomi Pembangunan*, cet.2, Bandung: ALFABETA, 2012, h. 46

dan tingkat produktivitas para pekerja masih sangat terbatas, struktur sosial dalam pertanian sangat bersifat hierarkis, dan kegiatan politik dan pemerintahan kadang-kadang terdapat sentralisasi.

b. Prasyarat lepas landas (*the precondition for take off*)

Zaman di mana masyarakat mempersiapkan dirinya atau dipersiapkan dari luar untuk mencapai pertumbuhan yang mempunyai kekuatan untuk terus berkembang. Tahap ini merupakan masa peralihan sebelum lepas landas, peran kemajuan sektor pertanian sangat diperlukan untuk menjamin agar penyediaan bahan pangan bagi penduduk, pertanian menunjang perkembangan sektor *industry*, memperluas pasar dari berbagai kegiatan *industry*, pertanian menjadi sumber biaya untuk pengeluaran pemerintah, dan menciptakan tabungan yang dapat digunakan sektor lain.²³

c. Tahap Lepas Landas (*the take off*)

Tahap yang ditandai adanya pembaharuan-pembaharuan dan peningkatan penanaman modal. Adanya tingkat penanaman modal yang makin tinggi akan mengakibatkan bertambahnya tingkat pendapatan nasional dan akan melebihi tingkat pertumbuhan penduduk. Dengan demikian tingkat pendapatan perkapita makin lama makin bertambah besar.

²³*Ibid.*, h 47-48

d. Tahap gerak menuju kematangan (*the drive to maturity*)

Tahap dimana suatu perekonomian memperlihatkan kemampuannya untuk melampaui industri-industri permulaan yang menggerakkan *take off* nya dan menyerap hasil-hasil teknologi modern yang paling maju, serta menerapkannya dengan efisien pada sebagian besar dari sumber-sumber yang dimilikinya.

e. Tahap konsumsi masa tinggi (*the age of high mass consumption*)

Pendapatan riil perkapita meningkat sampai pada suatu titik di mana sejumlah besar orang yang dapat membeli barang-barang konsumsi yang melebihi kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian dan perumahan. Struktur tenaga kerja juga terjadi perubahan sedemikian rupa sehingga tidak hanya memperbesar perbandingan antara penduduk kota dan seluruh jumlah penduduk tetapi juga *persentase* penduduk yang bekerja di kantor-kantor atau dalam pekerjaan-pekerjaan pabrik yang membutuhkan keahlian tertentu. Tiga macam tujuan masyarakat yang saling bersaing untuk mendapatkan sumber daya yang tersedia dan dukungan politik:

- 1) Memperbesar kekuasaan dan pengaruh negara tersebut ke luar negeri dan kecenderungan ini dapat berakhir dengan penaklukan atau invansi atas negara-negara lain.
- 2) Menciptakan suatu *welfare State* yaitu kemakmuran yang lebih merata kepada penduduknya dengan cara mengusahakan

terciptanya pembagian pendapatan yang lebih merata melalui sistem perpajakan yang progresif.

- 3) Mempertinggi tingkat konsumsi masyarakat dari konsumsi kebutuhan pokok yang sederhana seperti makanan pakaian dan Perumahan, ke tingkat konsumsi yang lebih tinggi yang meliputi barang konsumsi tahan lama dan barang mewah sekaligus.²⁴

4. Strategi Marketing

Strategi pemasaran adalah pola pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan, dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar.²⁵

Menurut Assauri, strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk

²⁴*Ibid.*, h. 49-51

²⁵Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2001, h.

dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.²⁶ Menurut Bennet, strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Menurut Tull dan Kahle, strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.²⁷ Strategi pemasaran didasarkan atas lima konsep strategi, yaitu:

- a. Segmentasi pasar adalah tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda-beda. Maka dari itu perusahaan harus mengelompokkan pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat *homogeny*.
- b. *Market positioning* adalah perusahaan tak mungkin dapat menguasai pasar secara keseluruhan. Maka prinsip strategi pemasaran adalah memilih pola spesifik pemusatan pasar yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada perusahaan untuk mendapat kedudukan yang kuat.
- c. *Targeting* adalah strategi memasuki segmen pasar yang dijadikan sasaran penjualan.

²⁶Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, h.

²⁷Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: Andi, 2008, h. 6

- d. *Marketing mix strategy* adalah kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel tersebut adalah variabel-variabel yang berhubungan dengan *product, place, promotion, dan price*.
- e. *Timing strategy* adalah penentuan saat yang tepat dalam memasarkan produk merupakan hal yang harus diperhatikan.²⁸

Kemampuan strategi pemasaran suatu perusahaan untuk menanggapi setiap perubahan kondisi pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis terhadap faktor-faktor berikut:

- a. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan pada bisnis perusahaan. Ada juga faktor perkembangan teknologi, tingkat inflansi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal ini merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

- b. Faktor pasar

Perusahaan perlu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, *trend* dalam *system* distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini

²⁸Radiosunu, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*, Yogyakarta: Universitas Gajah mada, 2001, h. 27

atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.²⁹

c. Persaingan

Setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

d. Analisis kemampuan internal

Perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibanding dengan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya *finansial*, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

e. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis, hal ini bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Analisis konsumen dilakukan dengan cara *riset* pasar melalui observasi maupun metode *survey*.

f. Analisis ekonomi

Perusahaan dapat memberikan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba. Analisis

²⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, h. 7

ekonomi terdiri atas analisis terhadap komitmen yang diperlukan, analisis BEP (*break even point*) penilaian risiko laba, dan analisis faktor ekonomi pesaing.³⁰

5. Ekonomi Syariah

Ilmu ekonomi syariah adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara tujuan dan sarana untuk memiliki kegunaan-kegunaan *alternative* berdasarkan hukum islam. Adapun studi ilmu ekonomi syariah adalah suatu studi yang mempelajari cara-cara manusia mmencapai kesejahteraan dan mendistribusikannya berdasarkan hukum islam. Kesejahteraan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai dan harga, mencakup harta kekayaan, dan jasa yang diproduksi dan dialihkan, baik dalam bentuk menjual dan dibeli oleh para pembisnis, maupun dalam bentuk transaksi lainnya yang sesuai ekonomi syariah. Ekonomi syariah yang merupakan bagian dari sistem perekonomian syariah, memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus kepada amar ma'ruf nahi mungkar yang berarti mengerjakan yang benar dan meninggalkan yang dilarang.³¹

Menurut M. Akram Kan, Ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi. Menurut Muhammad Abdul Manan Ilmu Ekonomi

³⁰*Ibid.*,h. 8

³¹Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, Cet. 1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 1

Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang di ilhami oleh nilai-nilai Islam. Menurut M Umer Chapra, Ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan. Menurut Muhammad Nejatullah Ash-Shiddiqi Ilmu Ekonomi Islam adalah respon pemikir Muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh Alquran dan Sunnah, akal dan pengalaman. Menurut Kursyid Ahmad Ilmu Ekonomi Islam adalah sebuah usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara relasional dalam perspektif Islam.³²

Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang Islami yang dimaksud dengan cara-cara Islami adalah cara yang didasarkan atas ajaran agama Islam yaitu Alquran dan sunnah Nabi.³³

Sederhananya ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam yang keseluruhan nilai tersebut sudah

³²Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Cet. 4, Jakarta: KENCANA, 2012, h. 16-17

³³Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. 6, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, h. 17

tentu Alquran, as-sunnah, ijma' dan qiyas. Sistem ekonomi Islam merupakan ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktik penerapan ilmu ekonomi sehari-harinya bagi individu, keluarga, kelompok masyarakat ataupun pemerintah/penguasa dalam rangka mengorganisasi faktor produksi distribusi dan pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan dalam peraturan/perundang-undangan Islam atau sunatullah. Sistem ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang mandiri dan terlepas dari sistem ekonomi lainnya adapun yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi lainnya: Pertama, Asumsi dasar/norma pokok ataupun aturan main dalam proses dan interaksi kegiatan ekonomi yang diberlakukan. Kedua Prinsip ekonomi Islam adalah penerapan asas efisiensi dan manfaat dengan tetap menjaga kelestarian alam. Ketiga Prinsip ekonomi Islam adalah penerapan asas efisiensi dan manfaat dengan tetap menjaga kelestarian alam.³⁴ Menurut Muhammad, bangunan ekonomi islam diletakan pada lima fondasi yaitu:

a. Nilai Ketuhanan (Ilahiyah)

Nilai ini berasal dari filosofi dasar yang bersumber dari Allah SWT dengan tujuan semata-mata untuk mencari ridha Allah semata. Oleh karena itu, segala kegiatan ekonomi yang meliputi permodalan, proses produksi, distribusi, konsumsi, dan pemasaran harus senantiasa dikaitkan dengan nilai-nilai ilahiyah dan harus

³⁴M. Nur Rianto Al-Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, h. 69-70

selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan-Nya. Semua yang ada di dalam alam semesta ini adalah milik Allah SWT, manusia sebagai khalifah di Bumi hanya pemegang amanah Allah untuk menggunkan miliknya.

Firman Allah SWT dalam Qs. An-Najm ayat 31:

وَلِلَّهِ مَا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ لِيُجِزِيَ الَّذِيْنَ اَسٰؤْا بِمَا عَمِلُوْا وَيَجْزِيَ الَّذِيْنَ اَحْسَنُوْا بِالْحُسْنٰى (٣١)³⁵

Artinya: “Dan hanya kepunyaan Allah-lah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi yang Dia berikan balasan kepada orang-orang yang meminta kejahatan terhadap apa yang telah mereka kerjakan dan berikan balasan kepada orang-orang yang membantu dengan pahala yang lebih baik (surga).”³⁶

Allah adalah pemilik sejati seluruh yang ada di alam semesta ini dan Allah menciptakan segala yang ada di bumi di langit tidaklah dengan sia-sia dan khusus manusia diciptakan tidak lain untuk beribadah kepada-Nya.³⁷

b. Nilai Keadilan

Berperilaku adil tidak hanya berdasarkan kepada Al-Qur`an dan Al-Hadis, tetapi didasarkan pula ada pertimbangan hukum alam, yang didasarkan pada keseimbangan dan keadilan. Keseimbangan dalam ekonomi dapat diterapkan secara menyeluruh, antara lain dalam penentuan harga, kualitas produk, perlakuan terhadap para pekerja, dan dampak dari kebijakan

³⁵QS. An-Najm [53]: 31

³⁶Departemen Agama RI, Al-Qur`an dan Terjemahannya, h. 873

³⁷Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah*, Cet. 2, Jakarta: KENCANA, 2014, h. 9

ekonomi yang dikeluarkan. Penegakan keadilan dan usaha mengeliminasi segala bentuk diskriminasi menjadi prioritas utama.

Sebagaimana firman Allah SWT QS. Al-Maidah Ayat 8:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّامِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَاٰنُ قَوْمٍ عٰلِيٍّ اِلَّا تَعَدِلُوْا ۗ اِعْدِلُوْا ۗ هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا
اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ (۸)³⁸

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”³⁹

Prinsip keadilan sebagaimana yang ditetapkan oleh Allah tersebut haruslah dilaksanakan dalam segala dimensi kehidupan, bila hal ini tidak terlaksana, maka penindasan, kekerasan dan eksploitasi akan berlangsung. Maksud adil dalam Islam adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya (wud`u al-syai`ala makanih).⁴⁰

c. Nilai Kenabian (al-Nubuwah)

Nilai kenabian merupakan salah satu nilai yang universal dalam ekonomi Islam, sebab fungsi Nabi Muhammad SAW adalah sebagai sentral pembawa syariat Islam di dunia II. Kenabian bukan martabat atau derajat yang diperoleh melalui usaha atau warisan. Allah yang mempunyai hak *prerogative* untuk

³⁸QS. Al-Maidah [5]: 8

³⁹Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, h. 159

⁴⁰*Ibid.*, h. 10

memilih umatnya menjadi Nabi atau Rasul. Dalam diri Nabi Muhammad SAW bersemayam sifat luhur yang layak menjadi panutan setiap pribadi muslim, termasuk dalam bidang ekonomi. Sifat-sifat yang terkandung dalam prinsip al-Nubuwah (kenabian) adalah shiddiq (kebenaran), amanah (terpercaya), fathonah (cerdas), tabligh (komunikatif). Sifat dasar ini sangat mempengaruhi perilaku Nabi Muhammad SAW dalam kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Hal ini merupakan suri teladan yang dapat diikuti umatnya, terutama dalam bidang bisnis yang digelutinya agar dapat berkembang dan maju sesuai dengan syariat Islam.⁴¹

d. Nilai Pemerintahan (*Al-Khalifah*)

Prinsip khalifah adalah ketentuan Allah yang menjelaskan status dan peran manusia sebagai wakil Allah di muka bumi. Segala perbuatan manusia harus dipertanggungjawabkan kepada Allah di hari kemudian. Pertanggungjawaban ini menyangkut manusia muslim maupun sebagai bagian dari umat manusia. Dari konsep ini lahir pengertian tentang perwakilan, moral, politik, ekonomi, dan prinsip organisasi sosial lainnya. Dasar pemikiran ini memberikan ketegasan kepada segenap manusia tentang fungsi dan tujuan dari keberadaannya di muka bumi yaitu sebagai *Agent of development*. Agar dapat menjalankan fungsinya sebagai khalifah

⁴¹*Ibid.*, h. 12

di muka bumi ini maka ia membutuhkan media yang berupa pemerintahan (*Khalifah*). Media pemerintahan sangat penting bagi manusia agar hubungan sesama manusia dapat terjaga dengan baik titik manusia wajib menjaga keharmonisan dalam segala interaksi sesama manusia dan pemerintahan memainkan peran penting untuk menjaga keharmonisan itu termasuk dalam bidang ekonomi agar berjalan dengan benar tanpa adanya kezaliman. Firman Allah QS. Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً قَالُوْۤا اَنْتَ اَعْلَمُ فِىْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِىْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ (۳۰)⁴²

Artinya:”Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada malaikat, “Aku hendak menjadikan Khalifah di bumi.” Mereka berkata, “Apakah engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?”. Dia berfirman, “Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”.⁴³

Berdasarkan firman Allah ini kekhilafahan manusia di bumi merupakan sesuatu yang harus diyakini dan diposisikan sebagai mana seharusnya. sebagai wakil Allah di bumi, maka manusia mempunyai tugas untuk memakmurkan bumi dengan mengikuti

⁴²QS. Al-Baqarah [2]: 30

⁴³Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya, h. 13

segala aturan yang ditetapkan oleh Allah guna menggapai kesejahteraan bersama.⁴⁴

e. Hasil atau Keuntungan (*al-Ma`ad*)

Tujuan ekonomi Islam adalah sebagaimana difirmankan oleh Allah dalam QS. Al-Qashash ayat 77:

وَأَبْتَغِ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الْدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي آلِ الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ آلَ الْمُفْسِدِينَ (٧٧)⁴⁵

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi 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.”⁴⁶

Dalam ayat ini Allah memperingatkan kepada manusia bahwa kehidupan dunia hanyalah bersifat sementara dan ada kehidupan lagi sesudah kehidupan di dunia ini. Di sana manusia akan mendapat kebahagiaan kesenangan dan kesempurnaan hidup apabila ia berbuat kebajikan ketika hidup di dunia. Manusia hendaknya tidak menjadikan dunia sebagai tujuan pokok dan tidak selayaknya hanya mementingkan kehidupan dunia saja tetapi juga harus memperhatikan kehidupan jangka panjang akhirnya nanti manusia sebagai pelaku ekonomi berupaya memperoleh

⁴⁴*Ibid.*, h. 13

⁴⁵QS. Al-Qashash [28]: 77

⁴⁶Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, h. 623

keuntungan yang bernilai tinggi yaitu harus mencakup dua kehidupan yaitu kehidupan dunia dan akhirat. Karakteristik ekonomi Islam mengakui ada dua tujuan yang harus dicapai oleh setiap orang selaku pelaksana ekonomi yaitu tujuan hidup dunia dan akhirat dalam ekonomi Islam pelaksanaan segala bentuk aktivitas ekonomi harus mempunyai nilai ganda tersebut dan hal ini harus berimplikasi pada keputusan bersama karena adanya pertanggungjawaban dunia dan akhirat sekaligus.⁴⁷

6. Penginapan syariah

Penginapan dengan konsep syariah di Indonesia sudah mulai bermunculan, yang berpedoman atas prinsip ajaran Islam. Menurut Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Yanti Sukamdani menyatakan bahwa pilihan menjadi hotel syariah ataupun non-syariah bergantung sepenuhnya dari pengelola bisnis hotel sendiri. Pada dasarnya beliau berpedapat bahwa PHRI memberikan keleuasaan dan kebebasan kepada seluruh anggotanya untuk menentukan pilihan dalam berbisnis, secara konvensional ataupun secara syariah.⁴⁸ Penginapan syariah adalah penginapan yang operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah atau pedoman ajaran Islam, guna memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat, dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik

⁴⁷*Ibid.*, h. 15

⁴⁸Jenita Putri Meiyana Ermansyah, "Implementasi Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Dan Technique For Others Reference Bysimilarity To Ideal Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Penginapan Syariah Di Kota Malang" Skripsi Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019, t.d, h. 8

muslim maupun nonmuslim. Penginapan syari'ah merupakan salah satu bisnis islami yang harus didasarkan atas nilai-nilai syari'ah, baik dalam pelayanan maupun manajemennya.⁴⁹ Ketentuan hotel syariah di atur dalam Fatwa DSN-MUI No. 108/ DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah, yaitu:

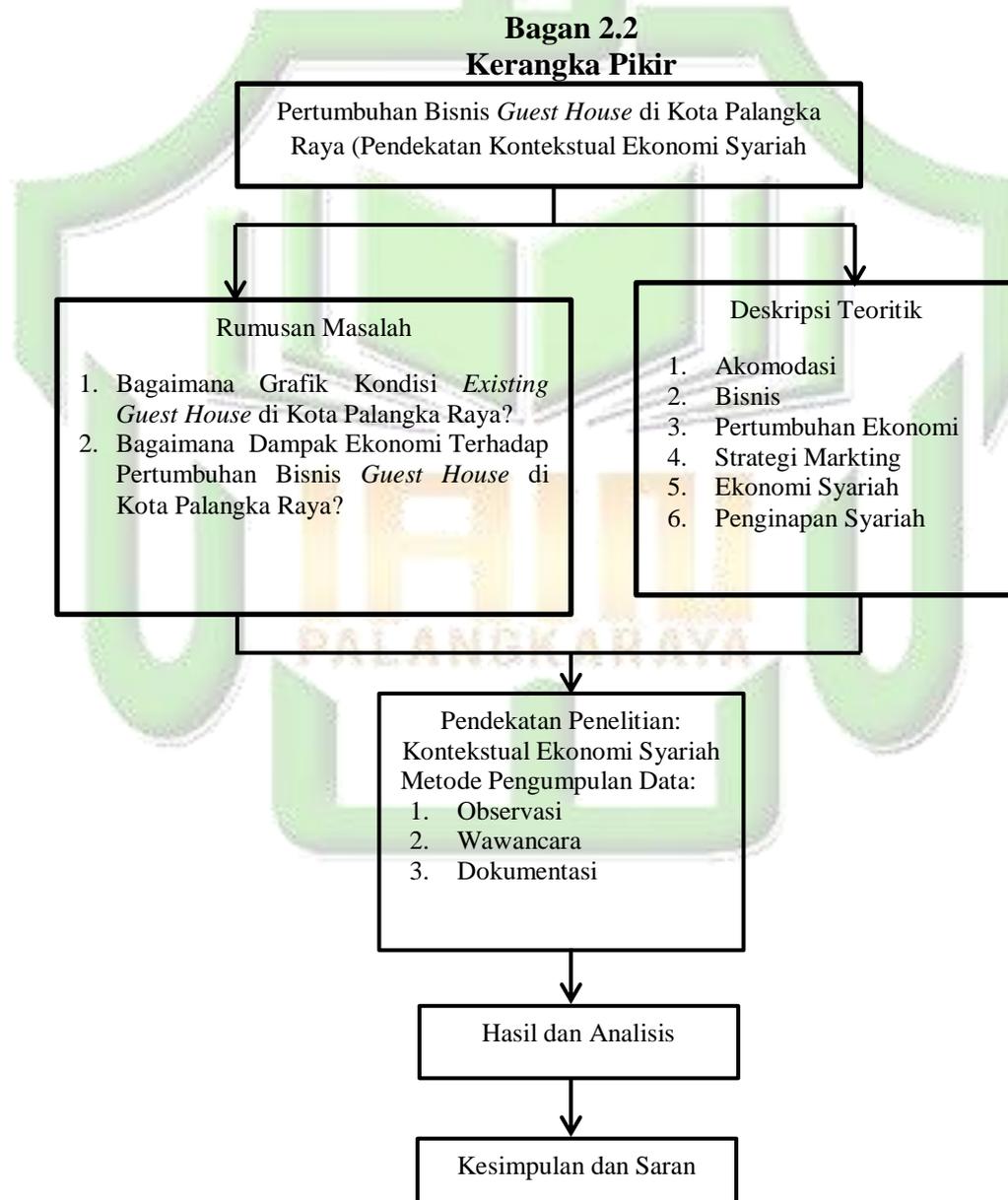
1. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila.
2. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan atau tindak asusila.
3. Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI.
4. Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci.
5. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah.
6. Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.
7. Hotel syariah wajib menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dalam melakukan pelayanan.⁵⁰

⁴⁹Maria Ulfa “*Pengaruh Kualitas Pelyanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Penginapan Mega Syariah Semarang*”, Skripsi Fakultas Syariah, Institute Agama Islam Negrri Walisongo Semarang, 2012, t.d, h. 14

⁵⁰Fatwa DSN-MUI No. 108 / DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti terhadap banyaknya jumlah akomodasi atau penginapan yang ada di Kota Palangka Raya. Jumlah akomodasi atau penginapan yang paling banyak yaitu *Guest House*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pertumbuhan Bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya (Pendekatan Kontekstual Ekonomi Syariah).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan sesudah melakukan seminar proposal dan mendapatkan izin penelitian dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 bulan dari tanggal 14 September sampai 14 November 2020, waktu ini di anggap cukup untuk penggalian, penyajian, dan analisis data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Tempat penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini berada di Kota Palangka Raya yaitu meneliti *guest house* di Kota Palangka Raya pada Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Pahandut.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan langsung dilapangan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kontekstual ekonomi syariah. Pendekatan kontekstual ekonomi syariah adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan apa yang terjadi dilapangan sesuai dengan ekonomi dalam islam. Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk

memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan ajaran agama Islam yaitu Alquran dan sunnah Nabi.⁵¹ Dengan menggunakan penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana pertumbuhan bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya sesuai apa tidak dengan syariat islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama yang akan di amati dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palangka Raya, pemilik/pengelola *guest house* yang ada di Kota Palangka Raya dan Masyarakat sekitar daerah *guest house*. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *Purposive Sampling* dan *Snow ball sampling*. *Purposive Sampling*, yaitu sampel dipilih bergantung pada tujuan peneliti tanpa memperhatikan kemampuan generalisasinya.⁵² Menurut Ridwan, *purposive sampling* dikenal dengan sampel pertimbangan ialah teknik sampel yang digunakan peneliti, jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampel atau penentu sampel untuk tujuan tertentu.⁵³ *Snow ball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang pada mulanya berjumlah kecil,

⁵¹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. 6, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, h. 17

⁵²Afifiduin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018, h. 86-89

⁵³Rozaini Nasution, *Teknik Sampling*, Universitas Sumatra Utara, 2003, h. 5

tetapi makin lama semakin banyak dan pengambilan data baru berhenti sampai informasi yang didapatkan dinilai telah cukup. Prosedur pemilihan sampel dilakukan secara bertahap. Pertama, mengidentifikasi orang-orang yang dianggap dapat memberi informasi untuk diwawancarai. Kemudian, orang-orang ini dijadikan sebagai informan untuk mengidentifikasi orang lain sebagai sampel yang dapat memberi informasi dan orang ini juga dijadikan sebagai informan untuk mengidentifikasi orang lain sebagai sampel yang dianggap dapat memberi informasi.⁵⁴ Oleh karena itu peneliti menggunakan teknik ini agar dapat menentukan sampel yang dapat memberikan data terkait dengan penelitian ini.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah keseluruhan fenomena atau masalah yang terjadi di lapangan. Objek penelitian merupakan sasaran penelitian yang akan menjawab suatu fenomena atau permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian adalah pertumbuhan bisnis *guest house* dan pedagang yang berjualan di sekitaran *guest house* di Kota Palangka Raya.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang

⁵⁴Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, cet. 3, Bandung: PT Refika Aditama, 2012, h. 273

dilakukan. Apabila objek penelitian bersifat perilaku, tindakan manusia dan fenomena alam (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar), proses kerja dan penggunaan responden kecil. Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.⁵⁵ Jenis-jenis observasi dibagi menjadi empat yaitu: Observasi Non-Partisipan, Observasi Partisipan, Observasi Terstruktur, dan Observasi Tak Terstruktur.

Observasi Non-Partisipan, peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkannya tanpa menjadi bagian dari situasi yang terjadi. Peneliti memang hadir secara fisik di tempat kejadian, namun hanya mengamati serta melakukan pencatatan secara sistematis terhadap informasi yang diperolehnya. Observasi jenis ini harus dilakukan dalam suatu periode yang panjang agar seluruh data yang dibutuhkan benar-benar terkumpul secara lengkap, sehingga memakan waktu yang cukup lama. Peneliti tidak terlibat dalam aktivitas tersebut, namun dapat memperoleh data. Observasi Partisipan, peneliti menjadi salah satu orang yang melakukan aktivitas yang diteliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan pengalaman secara langsung dari aktivitas tersebut sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih mendalam.

⁵⁵Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT RajaGrafindoPersada, 2018, h. 216

Observasi Terstruktur, observasi jenis ini dilakukan berdasarkan pola yang ditentukan oleh peneliti. Peneliti membuat daftar yang berisikan kategori aktivitas-aktivitas atau fenomena-fenomena apa saja yang perlu diperhatikan. Format pencatatan data juga terlebih dahulu dibuat secara spesifik, sehingga observasi yang dilakukan menjadi lebih efisien dan waktu yang diperlukan lebih pendek. Biasanya hal tersebut mungkin dilakukan apabila peneliti memiliki kuasa untuk mengendalikan situasi yang ada, atau telah memiliki gambaran mengenai apa yang akan terjadi. Observasi Tak Terstruktur, pada observasi ini, peneliti tidak membatasi pengamatannya pada hal-hal tertentu saja. Peneliti mencatat seluruh informasi yang didapatkan pada saat pelaksanaan observasi. Setelah memperoleh data sepanjang periode tertentu, peneliti akan mengamati pola yang ada dalam rangka menarik temuan secara induktif. Observasi ini dilakukan apabila peneliti tidak memiliki kuasa atas situasi, atau terdapat kemungkinan bahwa situasi akan berkembang diluar kendali. Pada teknik observasi ini, peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya di lapangan. Dari keempat jenis observasi, yang peneliti gunakan adalah jenis Observasi Non-Partisipan.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara

(*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁵⁶

Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti (pewawancara) mengenai aspek-aspek yang harus dibahas, juga menjadi daftar pengecek (*check list*) apakah aspek-aspek relevan tersebut telah dibahas atau ditanyakan.⁵⁷

Wawancara bukan upaya sekedar Tanya jawab untuk memperoleh informasi saja melainkan juga upaya untuk memperoleh kesan langsung dari responden, memancing jawaban responden, menilai kebenaran jawaban yang diberikan dan bilamana perlu memberikan penjelasan tentang pertanyaan yang diajukan. Agar Tanya jawab dapat berlangsung dengan lancar, maka terciptanya *rapport* antara pewawancara dan responden sangat penting nantinya.⁵⁸

Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pertumbuhan *Guest House* yang ada di Kota Palangka Raya. Dengan meminta informasi kepada subjek penelitian, lalu para subjek memberikan informasi dan jawaban atas pertanyaan yang peneliti berikan dengan jelas. Peneliti menggunakan teknik wawancara

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 186

⁵⁷ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012, h. 131

⁵⁸ B. Sanjaja dan Albertus Heriyanto, *Panduan Penelitian*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2011, h. 147

secara mendalam (*in-depth interview*). Menurut Moleong, wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara, mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara mendalam juga diartikan sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang *relative* lama.⁵⁹

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, kriteria, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.⁶⁰

⁵⁹BINUS UNIVERSITY Quality Management Center, *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*, <https://qmc.binus.ac.id>, Online 18 Juli 2020

⁶⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitas*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 82

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data dilakukan untuk mendapat keabsahan data dari sebuah hasil penelitian. Untuk mendapatkan keabsahan tersebut, penulis harus melakukan pengujian terhadap sumber data yang didapat. Cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi. Menurut Denzim, pelaksanaan teknis dari pengujian keabsahan ini ada 4 macam triangulasi, yaitu: peneliti, teori, metode, dan sumber.

Triangulasi peneliti dilakukan untuk menguji kejujuran, subjektivitas, dan kemampuan merekam data oleh peneliti di lapangan. Triangulasi teori menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembandingan. Secara induktif dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lain untuk mengorganisasikan data yang dilakukan dengan jalan memikirkan kemungkinan logis dengan melihat apakah kemungkinan-kemungkinan ini dapat ditunjang dengan data.

Triangulasi metode melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode *interview* sama dengan metode observasi, atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika *interview*.⁶¹

Triangulasi sumber data yaitu membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda.

⁶¹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, kebijakan public, dan ilmu social lainnya*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 264

Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan dengan yang dikatakan secara umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan wawancara dengan dokumen yang ada.⁶²

F. Analisis Data

Menganalisa data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, yakni:

1. *Data Collection* adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data Reduction* adalah pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milihnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Data Display* adalah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusion Drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyinggung.⁶³

⁶²Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10, No. 1, April 2010, h. 56

⁶³Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, h. 69-70

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan, di dalam bab ini berisi tentang: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, di dalam bab ini berisi tentang: Penelitian Terdahulu, Kajian Teoritis, dan Kerangka Konseptual.

Bab III Metode Penelitian, di dalam bab ini berisi tentang: Waktu dan Tempat Penelitian, Jenis Pendekatan Penelitian, Objek dan Subjek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis data.

BAB IV Penyajian dan Analisis Data, pada bab ini membahas lebih dalam tentang Grafik Kondisi Eksisting *Guestouse* di Kota Palangka Raya dan Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis *Guesthouse* di Kota Palangka Raya

BAB V Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Palangka Raya

Pembangunan Kota Palangka Raya dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia SOEKARNO pada tanggal 17 Juli 1957 dengan ditandai peresmian Monumen/Tugu Ibu Kota Provinsi Kalimantan Tengah di Pahandut yang mempunyai makna: Angka 17 melambangkan hikmah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia. Tugu Api berarti api tak kunjung padam, semangat kemerdekaan dan membangun. Pilar yang berjumlah 17 berarti senjata untuk berperang. Segi Lima Bentuk Tugu melambangkan Pancasila mengandung makna Ketuhanan Yang Maha Esa.⁶⁴ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibukotanya.⁶⁵

Secara geografis Kota Palangka Raya terletak pada 113°30'—114°07' Bujur Timur dan 1°35'—2°24' Lintang Selatan. Luas keseluruhan wilayah Kota Palangka Raya adalah 2.853,52 Km².⁶⁶ Secara administratif Kota Palangka Raya berbatasan dengan:

⁶⁴*Profil Kota Palangkaraya Tahun 2017*, h. 3

⁶⁵*Ibid.*, h 39

⁶⁶*Ibid.*,h. 9

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Gunung Mas
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Pulang Pisau
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Pulang Pisau
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Katingan

Topografi Kota Palangka Raya terdiri atas tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Ketinggian wilayah di atas permukaan laut cukup variatif antar wilayah kecamatan. Secara rata-rata ketinggian di atas permukaan laut wilayah kecamatan masing-masing dapat dilihat dalam **Tabel 4.1** dibawah ini:⁶⁷

Tabel 4.1
Ketinggian Wilayah Di Atas Permukaan Laut Menurut
Kecamatan, 2016

No.	Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Tinggi (meter)
1.	Pahandut	Pahandut	20—25
2.	Sabangau	Kalampangan	16—19
3.	Jekan Raya	Bukit Tunggal	20—25
4.	Bukit Batu	Tangkiling	40—60
5.	Rakumpit	Mungku Baru	> 75

Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sabangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit. Luas daerah pada tahun 2019 Kecamatan Pahandut dengan luas 119,73 Km², Kecamatan Sabangau dengan luas 640,73 Km², Kecamatan Jekan Raya dengan luas 387,53 Km², Kecamatan Bukit dengan luas 603,14 Km² dan Kecamatan Rakumpit dengan luas 1.101,99 Km². Secara umum Kota Palangka Raya dapat dikatakan

⁶⁷*Ibid.*,h. 9

memiliki 3 wajah, yaitu wajah perkotaan, wajah pedesaan dan wajah hutan. Kondisi ini merupakan tantangan tersendiri bagi Pemerintah Kota Palangka Raya dalam perencanaan pembangunan. Dengan wilayah seluas 2.853,12 Km² Kota Palangka Raya merupakan wilayah administrasi kota terluas di Indonesia.⁶⁸ Jumlah penduduk Kota Palangka Raya pada tahun 2019 sebanyak 266.020 orang yang terdiri dari 135.256 orang laki-laki dan 130.764 orang perempuan. Penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Jekan Raya dengan jumlah penduduk 140.173 orang penduduk yang tinggal di kecamatan ini.⁶⁹

B. Gambaran Subjek dan Informan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 11 orang, yang terdiri dari, Pemilik dan Pengelola *Guest House* di Kota Palangka Raya dan pedagang di sekitaran *Guest House*, 4 orang informan, yaitu masyarakat dan Dinas Pariwisata.. Peneliti akan menguraikan mengenai identitas subjek serta informan penelitian. Untuk lebih jelasnya diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Identitas Subjek Penelitian

No.	Nama	Umur	Pekerjaan
1.	Hj. R	27 Tahun	Pemilik Penginapan
2.	P	26 Tahun	Pengelola Penginapan
3.	R	24 Tahun	Pengelola Penginapan
4.	A	22 Tahun	Pengelola Penginapan
5.	S	19 Tahun	Pengelola Penginapan
6.	A	54 Tahun	Penjual Pentol
7.	R	21 Tahun	Karyawan Ruko
8.	MF	39 Tahun	Pemilik Warung Sembako

⁶⁸Palangka Raya dalam Tahun 2020, h. 9

⁶⁹Ibid., h. 53

9.	YY	55 Tahun	Pemilik Usaha Laundry
10.	J	59 Tahun	Penjual Es CapCin
11.	A	30 Tahun	Pemilik Warung

Sumber : Diolah Peneliti Tahun 2020

Tabel 4.3
Identitas Informan Penelitian

No.	Nama	Umur	Pekerjaan
1.	AC	40 Tahun	Kasi. PDTW, SDM, dan Kelembagaan
2.	K	23	Swasta
3.	R	22	Mahasiswa
4.	SW	25	Swasta

Sumber : Diolah Peneliti Tahun 2020

C. Penyajian Data

Penyajian data dari penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara terhadap 11 Orang Subjek, yaitu pemilik/pengelola *Guest House* di Kota Palangka Raya dan pedagang di sekitaran *Guest House*, 4 orang informan, yaitu masyarakat dan Dinas Pariwisata. Berikut ini adalah hasil wawancara dan observasi yang peneliti peroleh:

1. Grafik Kondisi *Existing Guest House* di Kota Palangka Raya

a. Subjek 1 (Pemilik)

Nama : Hj. R
 Umur : 27 Thn
 Nama *Guest House* : M
 Agama Pemilik *Guest House* : Islam

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu Hj. R, peneliti mengajukan pertanyaan apakah ada Klasifikasi kamar? Beliau menjawab: “Untuk klasifikasi kamar tidak ada, semuanya kita ratakan sama aja sih standar. Paling beda di kasur

aja, ada yang *double bad* dan *singgel bad*⁷⁰ Maksudnya adalah penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, semuanya standar saja dan yang membedakannya hanya tempat tidurnya saja.

Peneliti bertanya kembali kepada Ibu Hj. R berapa harga permalamnya? Beliau menjawab: “Untuk harga permalamnya Rp.200.000,-. Tapi kalo menggunakan aplikasi Rp. 150.000,-”⁷¹ Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu Hj. R apa saja fasilitas yang diberikan di *guest house*? Beliau menjawab:

*“Fasilitas yang diberikan kopi, teh, air untuk mandi panas dan dingin, dan sarapan gratis. Kadangkan ada yang dari atas tu datang sekeluargaan, kalo di tempat kami ni bebas ajakan jumlah orangnya dalam satu kamar. Tapi jatah sarapannya Cuma dikasi 2 porsi ja. Kami jua menyediakan piring dan sendok, kalo ja ada tamu yang menukar makan di luar terus handak minjam piring lawan sendok”*⁷²

Maksudnya adalah penginapan memberikan fasilitas-fasilitas gratis seperti kopi, teh, piring, sendok, air mandi yang bisa panas dan dingin dan juga 2 porsi sarapan untuk pengunjung/tamu yang menginap.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Ibu Hj. R bagaimana kebersihan *guest house*? Beliau menjawab: “Untuk

⁷⁰Wawancara dengan Hj. R, Senin 21 September 2020, Pukul 14:05 WIB

⁷¹*Ibid*

⁷²*Ibid*

kebersihannya sangat bersih sekali dan pihak penginapan yang membersihkan, jadi pelayanannya maksimal banget”⁷³

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu Hj. R siapa saja rata-rata tamu *guest house*? Beliau menjawab:

“Rata-rata pengunjung dari kalangan pembisnis, dari sawit, batu baru, tambang besi. Rata-rata buhan atas ni pembisnis, habis tu yang orang pemborong sembako meambilnya di Palangka membawa ke atas tarus menginapnya di sini”⁷⁴

Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap rata-rata pembisnis yang memiliki urusan bisnis di Palangka Raya, lalu menginap di penginapan tersebut.

Kemudian peneliti bertanya berapa rata-rata tamu menginap di *guest house* tiap bulannya? Beliau menjawab:

“Pengunjung perbulannya rata-rata sekitar 50 orang kalo lah, mungkin.”⁷⁵ Maksudnya adalah kemungkinan rata-rata

pengunjung/tamu yang menginap kurang lebih 50 orang.

Kemudian peneliti bertanya kembali berapa lama biasanya tamu menginap di *guest house*? Beliau menjawab:

“Lama menginap biasanya 1 minggu lebih pan, soalnya kan buhannya disini bebisnis, tapi kena tu buhannya bebulik lagi menginap kesini”⁷⁶ Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap biasanya memakan waktu kurang lebih satu minggu, tergantung urusan bisnis yang dilakukan.

⁷³*Ibid*

⁷⁴*Ibid*

⁷⁵*Ibid*

⁷⁶*Ibid*

Kemudian peneliti bertanya lagi apa strategi bisnis yang dilakukan untuk menarik tamu? Beliau menjawab:

“Strategi bisnis ku awalnya aku memanajemen ini tahun 2018, ku kekembang, renovasi kamarnya ku cet terus kebersihan kamar mandi. Terus jua kamar tu tiap hari harus di cek, dibersih jua. Tu strategi dasar dengan menjaga kebersihan dan kenyamanan agar tamu/pelangan betah menginap dan kembali lagi menyewa kamar. Lalu disediakan kopi, teh, air mineral gratis saat awal masuk menginap.”⁷⁷

Maksudnya adalah beliau memanajemen penginapan ini pada tahun 2018, strategi yang beliau gunakan dengan cara menjaga kebersihan dan nyaman untuk para pengunjung/tamu yang menginap agar betah dan kembali lagi menyewa kamar di penginapan mereka. Peneliti bertanya bagaimana sistem perekrutan/penerimaan pegawai? Beliau menjawab:

“Mun pegawai ni, kami mencari orang yang pembarsih. Misalnya loe orangnya nih kada pembersih, kami langsung ganti. Soalnya kebersihan tu utama pan”⁷⁸

Maksudnya adalah dalam perekrutan pegawai, beliau memilih orang-orang yang rajin dan dapat menjaga kebersihan penginapan.

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah *guest house* ini bekerja sama dengan situs-situ atau aplikasi pencari penginapan? Beliau menjawab:

“Sebelum bekerjasama dengan Red Dorz, ku ikat dulu pelangganku dengan nyaman tadi, kerja sama dengan

⁷⁷Ibid

⁷⁸Ibid

Red Dorz baru satu tahun berjalan, kam tahu ja loe sistim Red Dorz ni murah banar, kalo menggunakan Red Dorz harganya Rp. 150.000,- permalamnya, tpi pagi harinya kami tidak menyediakan sarapan, untuk kopi dan teh bebas aja, gratis aja kok⁷⁹

Maksudnya adalah bekerja sama dengan Red Dorz baru satu tahun, dan sistem Red Dorz yang menawarkan penginapan dengan harga murah agar dapat menarik pelanggan. Jika menggunakan aplikasi Red Dorz, pihak penginapan tidak memberikan sarapan gratis.

Kemudian peneliti bertanya kembali *guest house* ini sudah terdaftar di Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)?

“Kada terdaftar, memang namanya ja syariah. Meskipun kda terdaftar tapi kami menerapkan sitem syariah. kaya lakian dan binian mun kdda bukti surat nikahnya, kda kami boleh menginap disini”

Maksudnya adalah *guest house* milik Ibu Hj. R tidak terdaftar di DSN-MUI dan belum tersertifikasi syariah. Tetapi *guest house* ini memberikan label syariah pada nama *guest house* dan juga menerapkan sistem penginapan syariah yang sesuai dengan DSN-MUI.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Hj. R, penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, kamar yang tersedia semuanya standar dan yang membedakan hanya jenis

⁷⁹Ibid

kasurnya saja. Untuk harga penginapannya Rp 200.00,-, jika menggunakan aplikasi Rp 150.000,-. Fasilitas yang ditawarkan ada air mineral gratis saat awal masuk, teh, dan kopi gratis. Strategi bisnis yang dilakukan adalah dengan cara mengikat pelanggan/tamu dengan kenyamanan dan kebersihan saat menginap. *Guest house* ini belum tersertifikasi syariah, tetapi *guest house* ini memberi label syariah dan menerapkan sistem syariah sesuai dengan DSN-MUI.

Berdasarkan observasi peneliti, dari loby/ruang tamu penginapan saja tempatnya nyaman, lahan parkir yang luas, terdapat bengkel dan tempat mencuci mobil. Untuk kamarnya, saat peneliti memasuki kamar kebersihannya memang terjamin dan bersih. Tidak terdapat bau-bau yang tidak sedap ataupun bau-bau harum di dalam kamar dan untuk kamar mandinya sangat bersih tidak terdapat bau-bau yang aneh.

b. Subjek 2 (Pengelola)

Nama : Mas R

Umur : 24 Thn

Nama *Guest House/Home Stay* : M

Agama Pemilik *Guest House* : Islam

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Mas R, peneliti mengajukan pertanyaan apakah ada Klasifikasi kamar?

Beliau menjawab: “Klasifikasi kamarnya ada *standar room* sama *deluxe room*, yang membedakan besar ukuran kamarnya aja.”⁸⁰

Maksudnya adalah penginapan ini memiliki klasifikasi kamar yaitu *standar room* dan *deluxe room*. Perbedaannya hanya terdapat diluas kamarnya saja.

Peneliti bertanya kembali kepada Mas R berapa harga permalamnya? Beliau menjawab:

“Harga kamarnya tu, kalo yang *standar room* Rp 250.000,- tu buat yang *singgel bed* dan *double bad* harganya sama Rp 250.000,-. Kalo buat kamar yang *deluxe room* tu harganya Rp 300.000,-, kalo mau nambah kasur bisa juga. Tapi dikenakan biaya Rp 100.000,-.”⁸¹

Maksudnya adalah harga penginapan ini untuk *standar room* permalamnya Rp 250.000, dan untuk *deluxe room* permalamnya Rp 300.000. Jika ada pelanggan/tamu yang menginap membawa banyak keluarga, mereka juga menyewakan kasur tambahan yang harga sewanya permalam Rp 100.000,-.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu Hj. R apa saja fasilitas yang diberikan di *guest house*? Beliau menjawab:

“Fasilitas yang diberikan ac, wifi, apa ya kurang hapal saya, tv lemari, tempat tidur, meja kerja, dan balkon.”⁸² Maksudnya

adalah penginapan memberikan fasilitas-fasilitas standar yang biasanya ada di penginapan pada umumnya.

⁸⁰Wawancara dengan P, Rabu 06 Oktober 2020, Pukul 11:51WIB

⁸¹*Ibid*

⁸²*Ibid*

Kemudian peneliti bertanya kepada Mas R siapa saja rata-rata tamu *guest house*? Beliau menjawab: “Tamu yang menginap rata-rata dari luar kota ada urusan di sini, terus menginapnya disini.”⁸³ Maksudnya adalah pelanggan/tamu yang menginap biasanya orang-orang yang memiliki urusan atau keperluan di Palangka Raya.

Kemudian peneliti bertanya berapa rata-rata tamu menginap di *guest house* tiap bulannya? Beliau menjawab: “Tamu perbulannya gak pernah ngitung sih, kayaknya 20 an lebih, yah sekitar itu lah.”⁸⁴ Maksudnya jumlah pelanggan atau tamu yang menginap perbulannya kurang lebih 20 orang atau 20 kamar yang tersewa selama sebulan.

Kemudian peneliti bertanya kembali berapa lama biasanya tamu menginap di *guest house/home stay*? Beliau menjawab: “Lama tamu menginap tu gak tentu kadang ada yang 2 hari, 3 hari. Tapi paling lama 4 hari, paling sebentar 1 hari.”⁸⁵ Maksudnya adalah biasanya lama tamu menginap itu paling lama 4 hari dan yang paling singkat 1 hari.

Kemudian peneliti bertanya lagi apa strategi bisnis yang dilakukan untuk menarik tamu? Beliau menjawab: “Pemasaran lewat brosur-brosur. Kalo online lewat FB atau IG”⁸⁶ Maksudnya

⁸³*Ibid*

⁸⁴*Ibid*

⁸⁵*Ibid*

⁸⁶*Ibid*

adalah penginapan ini strategi pemasarannya menggunakan media social seperti FB dan IG untuk menarik pelanggan/tamu.

Peneliti bertanya bagaimana sistem perekrutan/penerimaan pegawai? Beliau menjawab: “Perekrutan pegawai biasanya lewat medsos seperti FB atau IG”⁸⁷ Maksudnya adalah pihak penginapan menggunakan media social untuk mengiklankan lowongan pekerjaan. Media social yang di gunakan yaitu FB dan IG.

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah guest house ini bekerja sama dengan situs-situ atau aplikasi pencari penginapan? Beliau menjawab: “Kami bekerja sama dengan traveloka dan pegi-peg”⁸⁸ Maksudnya adalah pihak penginapan bekerja sama dengan situs-situ atau aplikasi pencari penginapan yaitu Traveloka dan pegi-peg.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas R, penginapan ini memiliki dua kalisifikasi kamar yaitu *standar room* dan *deluxe room*. Untuk harga antara *standar room* dan *deluxe room* berbeda. Fasilitas yang diberikan juga fasilitas standar yang ada di penginapan lainnya. Strategi bisnis yang digunakan penginapan ini menggunakan media social untuk menarik pelanggan/tamu yang ingin menginap, penginapan ini juga bekerja sama dengan

⁸⁷ *Ibid*

⁸⁸ *Ibid*

situ-situs atau aplikasi pencari penginapan seperti traveloka dan pegi-peggi.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, penginapan ini memiliki lobi/ruang tamu yang nyaman. Untuk kamarnya, saat peneliti memasuki salah satu kamar yang ada di situ, kebersihannya terjaga dan tidak ada bau-bau aneh, begitu juga kamar mandinya. Di dalam kamar tersebut disediakan sajadah untuk sholat dan disetiap kamar disediakan lahan kecil yang cukup untuk menjemur pakaian. Penginapan ini juga memiliki halaman yang luas untuk tempat parkir. Tidak hanya tempat menginap saja, mereka juga menyewakan kendaraan seperti motor/mobil untuk pengunjung/tamunya.

c. Subjek 3 (Pengelola)

Nama	: Mba P
Umur	: 26 Thn
Nama <i>Guest House</i>	: WM
Agama Pemilik <i>Guest House</i>	: Kristen

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Mba P, peneliti mengajukan pertanyaan apakah ada Klasifikasi kamar? Beliau menjawab:“Kalo kamarnya semuanya standar aja.”⁸⁹ Maksudnya adalah penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, semuanya kamar yang ada di penginapan ini standar.

⁸⁹Wawancara dengan P, Rabu 06 Oktober 2020, Pukul 10:53 WIB

Peneliti bertanya kembali kepada Mba P berapa harga permalamnya? Beliau menjawab: “Harga permalamnya Rp 200.000,-”⁹⁰

Kemudian peneliti bertanya kepada Mba P apa saja fasilitas yang diberikan di *guest house*? Beliau menjawab: “Fasilitasnya ada tv, ac, kamar mandi di dalam sama tempat tidur”⁹¹ Maksudnya adalah fasilitas yang diberikan penginapan ini seperti fasilitas penginapan pada umumnya.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Mba P bagaimana kebersihan *guest house*? Beliau menjawab: “Untuk kebersihannya, kami bersihkan setiap hari. Kalo tidak ada orang dua hari sekali baru di bersihkan dan di pel”⁹² Maksudnya adalah ketika ada tamu yang menginap mereka biasanya akan membersihkannya tiap hari, tapi untuk kamar yang tidak ada pengunjung atau tamu yang menginap, mereka akan membersihkannya per dua hari sekali.

Kemudian peneliti bertanya kepada Mba P siapa saja rata-rata tamu *guest house*? Beliau menjawab:

“Tamu yang datang dari berbagai daerah sih, dari luar kota sampit, pangkalanbun, kasongan. Biasanya urusan pekerjaan dan bisnis sih. Kadang ada juga yang menginap kalo mereka dari kampung mau pergi ke Jakarta.”⁹³

⁹⁰*Ibid*

⁹¹*Ibid*

⁹²*Ibid*

⁹³*Ibid*

Maksudnya adalah pengunjung/ tamu yang menginap biasanya datang dari berbagai daerah untuk keperluan bisnis atau pun pekerjaan, terkadang ada beberapa pengunjung/tamu yang menginap untuk pergi keluar pulau.

Kemudian peneliti bertanya berapa rata-rata tamu menginap di *guest house* tiap bulannya? Beliau menjawab: “Kalo perbulannya mungkin 98 tamu”⁹⁴ Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap perbulannya kurang lebih 98 tamu.

Kemudian peneliti bertanya kembali berapa lama biasanya tamu menginap di *guest house*? Beliau menjawab: “Tamu menginap biasanya Cuma satu hari aja sih”⁹⁵ Maksudnya adalah lamanya waktu pengunjung/tamu yang menginap biasanya hanya satu hari saja.

Kemudian peneliti bertanya lagi apa strategi bisnis yang dilakukan untuk menarik tamu? Beliau menjawab: “Strategi bisnisnya promosi lewat fb dan ig”⁹⁶ Maksudnya adalah penginapan ini menggunakan strategi bisnis dengan media sosial yaitu FB dan IG.

Peneliti bertanya bagaimana sistem perekrutan/penerimaan pegawai? Beliau menjawab: “Biasanya bos nya sih mencari

⁹⁴*Ibid*

⁹⁵*Ibid*

⁹⁶*Ibid*

karyawan, pasang iklan gitu di fb⁹⁷ Maksudnya adalah untuk perekrutan pegawai, biasanya akan memasang iklan lewat sosial media seperti FB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mba P, penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, untuk kebersihannya selalu terjaga. Fasilitas yang diberikan penginapan ini seperti fasilitas pada umumnya. Pengunjung/tamu yang menginap biasanya hanya satu hari saja untuk urusan pekerjaan atau bisnis dan tamu biasanya datang dari berbagai daerah. Strategi bisnis penginapan ini menggunakan media sosial untuk menarik pengunjung/tamu untuk menginap.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, letak penginapan ini sudah strategis. Penginapan ini juga memiliki lahan parkir yang cukup luas, untuk kebersihan kamar menurut penulis kebersihannya terjaga dan tidak ada bau-abuh aneh yang tercium di dalam kamar maupun kamar mandi. Mereka juga menyediakan kopi dan teh gratis untuk pengunjung/tamu yang menginap. Dari yang peneliti lihat di situs-situs atau aplikasi pencari penginapan, penginapan ini bekerja sama dengan Traveloka, Pegipegi, dan Agoda. Meskipun pemilik *guest house* ini non-Muslim, tetapi *guest house* ini juga menerapkan sistem syariah kepada pengunjungnya.

⁹⁷*Ibid*

d. Subjek 4 (Pengelola)

Nama : A
 Umur : 22 Thn
 Nama *Guest House* : T
 Agama Pemilik *Guest House* : Kristen

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Saudari A, peneliti mengajukan pertanyaan apakah ada Klasifikasi kamar? Beliau menjawab: “Untuk kamar, disini kita rata-rata aja”⁹⁸ Maksudnya adalah penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, semua kamar yang ada di penginapan ini standar saja.

Peneliti bertanya kembali kepada Saudari A berapa harga permalamnya? Beliau menjawab: “Harga permalamnya Rp 220.000,-”⁹⁹ Maksudnya adalah harga permalamnya dari penginapan ini Rp 220.000,-.

Kemudian peneliti bertanya kepada Saudari A apa saja fasilitas yang diberikan di *guest house*? Beliau menjawab: “Fasilitas yang kami berikan ada TV, WIFI, AC, Shower panas dingin, kopi, dan teh”¹⁰⁰

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Saudari A bagaimana kebersihan *guest house*? Beliau menjawab: “Ada atau tidak adanya pengunjung selalu dibersihkan”¹⁰¹ Maksudnya

⁹⁸Wawancara dengan A, Rabu 07 Oktober 2020, Pukul 11:53 WIB

⁹⁹*Ibid*

¹⁰⁰*Ibid*

¹⁰¹*Ibid*

adalah penginapan ini membersihkan kamar-kamarnya setiap hari. Ada ataupun tidak adanya pengunjung/tamu yang menginap, kamar-kamarnya selalu dibersihkan setiap hari.

Kemudian peneliti bertanya kepada Saudari A siapa saja rata-rata tamu *guest house*? Beliau menjawab: “Kita itu banyak dari Dinas-dinas gitu, sama orang-orang yang berkeluarga”¹⁰² Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap di penginapan ini biasanya orang-orang yang berkeja di Dinas-dinas atau orang-orang yang menginap bersama keluarga.

Kemudian peneliti bertanya kembali berapa lama biasanya tamu menginap di *guest house*? Beliau menjawab: “Paling lama itu tamu menginap 2-3 minggu”¹⁰³ Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap paling di penginapan ini biasanya 2 sampai 3 minggu.

Kemudian peneliti bertanya lagi apa strategi bisnis yang dilakukan untuk menarik tamu? Beliau menjawab:

“Tamu yang dari pelanggan sih, dari mulut-kemulut. Mungkin kaya suka alam gitu. Kalo di hotelkan tertutup gitu. Itu aja sih, tamu juga kembali-kembali lagi terus jadi langganan.”¹⁰⁴

Maksudnya adalah strategi bisnis penginapan ini hanya lewat pengunjung/tamu yang sudah menjadi pelanggan dari penginapan mereka.

¹⁰²*Ibid*

¹⁰³*Ibid*

¹⁰⁴*Ibid*

Peneliti bertanya bagaimana sistem perekrutan/penerimaan pegawai? Beliau menjawab: “Kalo perekrutannya sih kami lewat FB atau dari loker-loker gitu”¹⁰⁵ Maksudnya adalah untuk perekrutan pegawai pihak penginapan menggunakan media sosial FB dan lewat loker-loker.

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah *guest house* ini bekerja sama dengan situs-situ atau aplikasi pencari penginapan? Beliau menjawab: “Kami tidak bekerja sama dengan situ-situ seperti itu”¹⁰⁶ Maksudnya adalah penginapan ini tidak bekerja sama dengan situs-situ atau aplikasi pencari penginapan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudari A, penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, harga permalamnya penginapan ini Rp 220.000,-. Fasilitas yang diberikan penginapan ini seperti fasilitas pada umumnya. Kebersihannya selalu terjaga, pengunjung/tamu penginapan ini biasanya orang-orang Dinas atau keluarga dan lama waktu menginap 2-3 minggu. Startegi bisnis penginapan ini dari mulut-kemulut atau rekomendasi dari pengunjung/tamu yang pernah menginap ke keluarga atau teman-teman mereka. Perekrutan pegawai penginapan ini melalui media sosial, dan penginapan ini tidak bekerja sama dengan situs-situs atau aplikasi pencari penginapan.

¹⁰⁵*Ibid*

¹⁰⁶*Ibid*

Berdasarkan hasil observasi peneliti, penginapan ini memiliki lingkungan yang nyaman dan juga bangunan penginapan yang seperti rumah pribadi, memiliki halaman parkir yang luas dan juga di setiap kamar disediakan tempat untuk menjemur pakain pengunjung/tamu.

e. Subjek 6 (Pengelola)

Nama : S

Umur : 19 Thn

Nama *Guest House* : DS

Agama Pemilik *Guest House* : Islam

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Saudari S, peneliti mengajukan pertanyaan apakah ada Klasifikasi kamar? Beliau menjawab: “Disini normal semua gak ada yang sejenis VIP atau yang lainnya. Harganya pun standar semua sama”¹⁰⁷ Maksudnya adalah penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, semua kamar yang ada standar.

Peneliti bertanya kembali kepada Saudari S berapa harga permalamnya? Beliau menjawab: “Harga permalamnya Rp 150.000,-”¹⁰⁸

Kemudian peneliti bertanya kepada Saudari S apa saja fasilitas yang diberikan di *guest house*? Beliau menjawab:

“Fasilitas yang dikasih ada lemari, bad, 2 kursi kayu, meja, AC, dan TV. Kalo minum bias pagi, tapi kalo malam diluar

¹⁰⁷Wawancara dengan S, Kamis 08 Oktober 2020, Pukul 11:55 WIB

¹⁰⁸*Ibid*

dari tanggungjawab kami.”¹⁰⁹ Maksudnya adalah penginapan memberikan fasilitas seperti TV, AC, tempat tidur, minuman gratis, dll.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Saudari S bagaimana kebersihan *guest house*? Beliau menjawab: “Kebersihannya tu kalo kami langsung dibersihin di pel. Jadi kalo ada orang cek in sudah siap bersih langsung”¹¹⁰ Maksudnya adalah untuk masalah kebersihan, biasanya saat pengunjung/tamu cek out dari kamar, mereka akan langsung membersihkan.

Kemudian peneliti bertanya kepada Saudari S siapa saja rata-rata tamu *guest house*? Beliau menjawab: “Rata-rata tamu kebanyakan orang-orang biasa, ada yang dari dalam kota ada juga yang dari luar kota”¹¹¹ Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap biasanya pekerja dari dalam ataupun luar kota.

Kemudian peneliti bertanya kembali berapa lama biasanya tamu menginap di *guest house*? Beliau menjawab: “Rata-rata tamu menginap cuma satu malam satu malam, tapi ada yang sampai seminggu juga”¹¹² Maksudnya adalah pengunjung/tamu yang menginap rata-rata hanya satu malam dan paling lama 1 minggu.

Kemudian peneliti bertanya lagi apa strategi bisnis yang dilakukan untuk menarik tamu? Beliau menjawab: “Kalo kami

¹⁰⁹*Ibid*

¹¹⁰*Ibid*

¹¹¹*Ibid*

¹¹²*Ibid*

gak pakai strategi bisnis mba, kami sistemnya standbay nunggu tamu disini datang sendiri”¹¹³ Maksudnya adalah penginapan ini tidak menggunakan strategi bisnis untuk menarik pengunjung/tamu, mereka hanya menunggu tamu datang untuk menginap.

Peneliti bertanya bagaimana sistem perekrutan/penerimaan pegawai? Beliau menjawab: “Kalo saya kemaren lewat teman gitu mba”¹¹⁴ Maksudnya adalah penginapan ini mencari pegawai dengan sistem kenalan seperti teman atau keluarga pegawai lain.

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah *guest house* ini bekerja sama dengan situs-situ atau aplikasi pencari penginapan? Beliau menjawab: “Ada sama Red Dorz. Tapi kami sudah putus kontrak, baru-baru ja ni putus kontraknya soalnya merugikan”¹¹⁵ Maksudnya adalah awalnya penginapan ini berkerja sama dengan situs/aplikasi penginapan. Tapi karena mengalami kerugian, pihak penginapan memutuskan kerja sama.

Kemudian peneliti bertanya kembali *guest house* ini sudah terdaftar di Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesiaa (DSN-MUI)?

“Kami kurang tau mba sudah terdaftar apa belum, tapi kami di suruh menerapkan sistem syariah. Kalo ada tamu yang menginap tapi gak punya bukti hubungan darah atau keluarga, tidak kami perbolehkan menginap disini”

¹¹³*Ibid*

¹¹⁴*Ibid*

¹¹⁵*Ibid*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudari S, penginapan ini tidak memiliki klasifikasi kamar, harga permalamnya RP 150.000,-. Fasilitas yang di tawarkan ada tempat tidur, lemari, kursi, minuman, dll. Tamu yang menginap biasanya pekerja swasta dari dalam ataupun luar kota dan rata-rata menginap hanya satu malam dan paling lama 1 minggu. *Guest house* ini tidak menggunakan strategi bisnis, mereka hanya menunggu pengunjung/tamu untuk menginap. *Guest house* ini juga pernah bekerja sama dengan Red Dorz, tapi karena merasa merugikan mereka memutuskan kontrak dengan pihak Red Dorz. *Guest house* ini belum tersertifikasi syariah, tetapi mereka menerapkan sistem syariah pada *guest house* mereka.

Berdasarkan observasi peneliti, penginapan ini memiliki tempat yang strategis dipinggir jalan, lalu memiliki halaman parkir yang luas. Kebersihannya cukup baik, dan yang disayangkan saat peneliti memasuki kamar masih tercium bau kayu dari prabotan.

f. Informan 1 (Dinas Pariwisata Kota Palangka Raya)

Nama : AC

Umur : 40 Thn

Jabatan : Kasi. PDTW, SDM, dan Kelembagaan

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak AC, peneliti mengajukan pertanyaan berapa jumlah *guest house* yang ada dikota palangkaraya tahun 2020? Beliau menjawab:

“Ini masalahnya dek, untuk masalah *guest house* kami belum punya data. Kami punya datanya hanya tahun 2017 udah jauh banget dan pertumbuhannya pasti udah pesat. kalo jumlah *guest house* kami masih punya data yang lama, tahun ini mau pendataan tapi dananya dialihkan untuk Covid makanya dibatalkan dan gak bisa kami mendatanya lagi.”¹¹⁶

Maksud dari bapak AC adalah Dinas Pariwisata hanya memiliki data *Guest House* pada tahun 2017 saja, untuk data tahun 2020 Dinas Pariwisata belum memilikinya. Dinas Pariwisata sendiri berencana mendata jumlah *Guest House* pada tahun 2020 ini. Tapi dikarenakan Covid-19, pendataan tidak jadi dilaksanakan sebab dana anggaran untuk mendata *Guest House* dialihkan untuk Covid-19.

Peneliti bertanya kembali kepada bapak AC Apa *Guest House* yang pertamakali berdiri di Kota Palangka Raya? Beliau menjawab: “*Guest House* yang pertama kali berdiri itu, kami tidak punya datanya dek.”¹¹⁷ Maksudnya adalah Dinas Pariwisata sendiri tidak memiliki data pastinya tentang *Guest House* yang pertama kali berdiri di Kota Palangka Raya.

Kemudian peneliti bertanya kepada bapak AC apakah *guest house* yang terdaftar di Dinas Pariwisata yang hanya memiliki izin operasional saja? Beliau menjawab:

“Kedepannya menggiatkan supaya *guest house* memiliki izin. Supaya tidak ada dusta dan fitnah dimasyarakat, soalnya membawa orang luar masuk. Takutnya nanti

¹¹⁶Wawancara dengan AC, Selasa 29 September 2020, Pukul 09:25 WIB

¹¹⁷*Ibid*

ada fitnah lah apalah membawa orang dari luar, izinnya ada apa enggak? Makanya kami mau mendorong kesana agar mereka terjaga juga, paling tidak mereka ada izin tempat usaha. Di situ kan ada usaha jasa dan jual beli barang otomatis harus memiliki surat izin tanda usaha pariwisata atau surat izin tempat usaha.”¹¹⁸

Maksudnya adalah kedepannya Dinas Pariwisata berencana agar *guest house* memiliki surat izin usaha atau tanda izin usaha pariwisata untuk menjaga agar pemilik usaha terhindar dari fitnah dan sebagainya.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada bapak AC bagaimana pertumbuhan *guest house* di kota palangkaraya? Beliau menjawab:

“Kalo pertumbuhan ini yang saya tau, itu kelemahan kita, mereka tidak melapor jadi kita tidak tau jumlah yang ada. Karena mereka berbeda dengan hotel yang memiliki surat izin. Untuk pertumbuhan kami belum punya data khususnya nantilah kami coba *step by step* dan masyarakat sendiri hanya beberapa lokasi yang memiliki *guest house* mungkin dikemudian hari kalo sudah mulai berjamur akan kita data. Memang harus didata ini, semogalah dalam waktu dekat.”¹¹⁹

Maksudnya adalah Dinas Pariwisata belum memiliki data khusus tentang pertumbuhan *guest house* di kota palangkaraya. Dikarenakan banyaknya *guest house* yang tidak melaporkan usahanya, sehingga membuat Dinas Pariwisata tidak bisa memantau pertumbuhan *guest house* di kota palangkaraya.

Kemudian peneliti juga bertanya kepada bapak AC apakah dinas pariwisata memiliki data grafik pertumbuhan *guest house*

¹¹⁸*Ibid*

¹¹⁹*Ibid*

dari tahun ke tahun? Beliau menjawab: “Nah ini kita masih belum punya data grafiknya, belum berani saya ngomong.”¹²⁰ Maksudnya adalah Dinas Pariwisata belum memiliki data grafik pertumbuhan *guest house* di kota palangkaraya.

Kemudian peneliti bertanya apakah Dinas Pariwisata memantau *guest house* yang bekerja sama dengan situs-situs/aplikasi pencari penginapan? “Nah ini, kita masih belum dek, secara spesifik memantau karena ini masih tumbuh.”¹²¹ Maksudnya adalah Dinas Pariwisata belum ada memantau *guest house* yang bekerja sama dengan situs-situs/aplikasi pencari penginapan. karena *guest house* di Kota Palangka Raya masih dalam pertumbuhan.

Peneliti bertanya kembali apakah ada support/bantuan dari Dinas Pariwisata kepada pemilik atau pengelola *guest house* dan di Kota Palangka Raya?.

“Nah disini nih baru tahun ini nanti ada pelatihan untuk *homestay* Kemarin ada mengadakan pelatihan, tapi hanya yang kami rasa memiliki potensi dan yang kita tau dan masyarakat juga. Tapi belum kita pantau apakah setelah pelatihan itu ada pertumbuhan lagi atau tidak.”¹²²

Maksudnya adalah Dinas Pariwisata tahun ini akan mengadakan pelatihan untuk *homestay*. Sebelumnya Dinas Pariwisata sudah mengadakan pelatihan, tapi pelatihan yang diadakan saat itu hanya untuk *homestay* yang sudah terdaftar dan orang-orang atau

¹²⁰ *Ibid*

¹²¹ *Ibid*

¹²² *Ibid*

masyarakat yang di rasa memiliki potensi untuk membuat *homestay*. Belum ada pelatihan untuk pemilik *guest house*

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak AC dapat diketahui bahwa Dinas Pariwisata Kota Palangka Raya belum memiliki data-data terbaru *guest house* di Kota Palangka Raya. Dinas Pariwisata juga berencana memberlakukan surat izin usaha atau surat izin pariwisata untuk *guest house* agar usahanya dapat berjalan lancar dan lebih terjaga, karena *guest house* di Kota Palangka Raya masih dalam tahap pertumbuhan pihak Dinas belum ada melakukan pemantauan langsung kepada *guest house* yang bekerja sama dengan situs-situs/aplikasi pencari penginapan.

2. Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis *Guest House* Di Kota Palangka Raya

a. Subjek 1

Nama : Bapak A

Umur : 54 Thn

Pekerjaan : Penjual Pentol

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak A, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda berjualan disini? Beliau menjawab: “Saya berjualan di daerah sini udah 5 tahun”¹²³ Maksudnya adalah Bapak A sudah berjualan pentol di dekat penginapan ini sekitar 5 tahun.

¹²³Wawancara dengan Pak A, Rabu 30 September 2020, Pukul 14:19 WIB

Peneliti bertanya kembali kepada Bapak A apakah berdirinya *guest house* berpengaruh pada usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Kalo buat saya berpengaruh, menambah omset”¹²⁴ Maksudnya adalah menurut Bapak A, berdirinya penginapan di daerah tempat berjualannya beliau menambah pendapatan/ hasil jualan pentol.

Kemudian peneliti bertanya kepada Bapak A apakah dampak positif dan negative dari berdirinya *guest house* yang anda rasakan terhadap usaha anda? Beliau menjawab: “Kalo negatifnya gak ada sih, malah pengunjunnya sering beli kesini”¹²⁵ Maksudnya adalah menurut Bapak A, berdirinya penginapan di daerah tempatnya berjualan tidak memberikan dampak negatif, tetapi malah memberikan dampak positif bagi jualannya.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Bapak A apakah pendapatan anda mengalami peningkatan atau tidak setelah berdirinya *guest house*? Beliau menjawab: “Mengalami peningkatan, tapikan namanya jualan gak tentu kadang ramai pembeli kadang sepi pembeli”¹²⁶ Maksudnya adalah menurut Bapak A, pendapatannya setelah berdirinya penginapan mengalami peningkatan.

¹²⁴*Ibid*

¹²⁵*Ibid*

¹²⁶*Ibid*

Kemudian peneliti bertanya kepada Bapak A semenjak *guest house* berdiri adakah tamu yang datang dan membeli barang dagangan dari usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Kalo tamunya ada yang beli, yang sering beli tu pekerjanya”¹²⁷ Maksudnya adalah menurut Bapak A, hanya beberapa tamu saja yang biasanya membeli dagangannya, yang kebanyakan membeli dagangannya biasanya pekerja dari penginapan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak A, beliau sudah berjualan di sekitar penginapan kurang lebih 5 tahun. Berdirinya penginapan memberikan dampak positif sehingga menambah pendapatan dari dagangan beliau.

b. Subjek 2

Nama : R

Umur : 21 Thn

Pekerjaan : Karyawan Ruko

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Mas R, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda berjualan disini? Beliau menjawab: “Toko buka sudah 4 tahun”¹²⁸

Peneliti bertanya kembali kepada Mas R apakah berdirinya *guest house* berpengaruh pada usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Gak ada sih mba”¹²⁹ Maksudnya adalah menurut Mas

¹²⁷ *Ibid*

¹²⁸ Wawancara dengan R, Sabtu 30 Oktober 2020, Pukul 08:30 WIB

¹²⁹ *Ibid*

R, berdirinya penginapan tidak memberikan pengaruh terhadap jualan toko.

Kemudian peneliti bertanya kepada Mas R apakah dampak positif dan negative dari berdirinya *guest house* yang anda rasakan terhadap usaha anda? Beliau menjawab: “Gak ada dampak positif dan negatifnya biasa aja”¹³⁰ Maksudnya adalah menurut Mas R, beliau tidak merasakan dampak positif atau negatif dari berdirinya penginapan.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Mas R apakah pendapatan anda mengalami peningkatan atau tidak setelah berdirinya *guest house*? Beliau menjawab: “Selama corona ini menurun, sebelum corona biasa aja”¹³¹ Maksudnya adalah menurut Mas R, pendapatan dari toko yang beliau kelola tidak terpengaruh dengan adanya penginapan. pendapatan toko tersebut standar saja.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu Hj. R semenjak *guest house* berdiri adakah tamu yang datang dan membeli barang dagangan dari usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Sedikit tamu yang beli”¹³² Maksudnya adalah menurut Mas R, ada beberapa tamu yang membeli tapi tidak banyak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas R, toko yang beliau kelola sudah berjalan selama 4 tahun, berdirinya

¹³⁰ *Ibid*

¹³¹ *Ibid*

¹³² *Ibid*

penginapan tidak berpengaruh terhadap usaha ataupun pendapatan toko yang beliau kelola.

c. Subjek 3

Nama : Ibu MF

Umur : 39 Thn

Pekerjaan : Warung Sembako

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu MF, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda berjualan disini? Beliau menjawab: “Berjualan tahun 2019, kalo tinggal disini sudah dari tahun 2008”¹³³ Maksudnya adalah Ibu MF membuka usaha warungnya sejak tahun 2019, beliau sudah tinggal di lingkungan tersebut sejak tahun 2008.

Peneliti bertanya kembali kepada Ibu MF apakah berdirinya *guest house* berpengaruh pada usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Enggak ada pengaruhnya”¹³⁴ Maksudnya adalah menurut Ibu MF, berdirinya penginapan tidak mempengaruhi usaha yang beliau kelola.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu MF apakah dampak positif dan negative dari berdirinya *guest house* yang anda rasakan terhadap usaha anda? Beliau menjawab:

“Kalo bagusya malah ada, kan semua toko ada yng barangnya sama ada juga yang barangnya gak sama. Jadi kalo gak ada di toko sebelah mereka belinya disini”¹³⁵

¹³³Wawancara dengan MF, Sabtu 03 Oktober 2020, Pukul 12:35 WIB

¹³⁴*Ibid*

¹³⁵*Ibid*

Maksudnya adalah menurut Ibu MF, berdirinya penginapan memberikan dampak positif, yaitu beberapa tamu yang membeli barang jualannya.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Ibu MF apakah pendapatan anda mengalami peningkatan atau tidak setelah berdirinya *guest house*? Beliau menjawab: “Untuk pendapatannya stabil aja ada penginapan ataupun enggak”¹³⁶ Maksudnya adalah menurut Ibu MF, penghasilan dari usahanya tidak mengalami peningkatan atau penurunan dengan adanya berdiri penginapan.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu MF semenjak *guest house* berdiri adakah tamu yang datang dan membeli barang dagangan dari usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “ada beberapa, gak banyak”¹³⁷ Maksudnya adalah menurut Ibu MF, tidak banyak tamu yang menginap di penginapan tersebut datang membeli barang jualan Ibu MF, hanya beberapa saja yang datang membeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu MF, beliau telah berjualan dari tahun 2019 sekitar 1 tahun berjalan. Berdirinya penginapan tidak mempengaruhi usaha dan pendapatan beliau, tapi menurut beliau berdirinya penginapan memberikan dampak positif yaitu ada beberapa tamu yang membeli dbarang jualannya.

d. Subjek 4

Nama : Bapak YY

¹³⁶*Ibid*

¹³⁷*Ibid*

Umur : 55 Thn

Pekerjaan : Laundry

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak YY, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda berjualan disini? Beliau menjawab: “Dua tahun buka usaha”¹³⁸ Maksudnya adalah Bapak YY sudah membuka usaha laundrynya sejak 2 tahun lalu.

Peneliti bertanya kembali kepada Bapak YY apakah berdirinya *guest house* berpengaruh pada usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Ada, kadang tamunya meloundry baju disini”¹³⁹ Maksudnya adalah terkadang ada beberapa tamu yang menggunakan jasa laundry pak YY.

Kemudian peneliti bertanya kepada Bapak YY apakah dampak positif dan negative dari berdirinya *guest house* yang anda rasakan terhadap usaha anda? Beliau menjawab: “*Tergantung masing-masing ja, ada positif dan negatifnya. Positif ja gasan usahaku*”¹⁴⁰ Maksudnya adalah menurut Bapak YY positif dan negatifnya itu tergantung kepada usahanya dan orangnya masing-masing.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Bapak YY apakah pendapatan anda mengalami peningkatan atau tidak setelah berdirinya *guest house*? Beliau menjawab: “Sama ja, gak ada

¹³⁸Wawancara dengan YY, Sabtu 03 Oktober 2020, Pukul 11:30 WIB

¹³⁹*Ibid*

¹⁴⁰*Ibid*

pengaruhnya”¹⁴¹ Maksudnya adalah menurut Bapak YY berdirinya penginapan tidak mempengaruhi pendapatan beliau.

Kemudian peneliti bertanya kepada Bapak YY semenjak *guest house* berdiri adakah tamu yang datang dan membeli barang dagangan dari usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Ada ja”¹⁴² Maksudnya adalah ada beberapa pengunjung/tamu yang meloundry pakaian di tempat usahanya.

e. Informan 5

Nama : Ibu J

Umur : 59 Thn

Pekerjaan : Penjual Es CapCin

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu J, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda berjualan disini? Beliau menjawab: “*Kada ingat, tapi tedahulu sini pada penginapan tuh*”¹⁴³ Maksudnya adalah Ibu J tidak mengingat sudah berapa lama beliau berjualan, tapi yang pasti beliau sudah berjualan sebelum berdirinya penginapan.

Peneliti bertanya kembali kepada Ibu J apakah berdirinya *guest house* berpengaruh pada usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “*Kada tapi merasakan pengaruhnya tuh*”¹⁴⁴

¹⁴¹ *Ibid*

¹⁴² *Ibid*

¹⁴³ Wawancara dengan J, Sabtu 03 Oktober 2020, Pukul 08:03 WIB

¹⁴⁴ *Ibid*

Maksudnya adalah Ibu J tidak merasakan pengaruh berdirinya penginapan terhadap usaha yang dikelolanya.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu J apakah dampak positif dan negative dari berdirinya *guest house* yang anda rasakan terhadap usaha anda? Beliau menjawab: “*Kadeda merasain, paling buhannya tamu lawan pekerjanya ja biasa menukar ke sini*”¹⁴⁵ Maksudnya adalah Ibu J tidak merasakan dampak positif atau negatif dari berdirinya penginapan.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Ibu J apakah pendapatan anda mengalami peningkatan atau tidak setelah berdirinya *guest house*? Beliau menjawab: “*Datar ja, mun dulu hanyar-hanyar ja rami banar. Wahini datar-datar ja, penginapan tu kda tapi mempengaruhi jua tuh*”¹⁴⁶ Maksudnya adalah pada awal-awal beliau berjualan banyak orang-orang yang membeli dagangannya, tapi sekarang tidak sebanyak dulu, dan juga berdirinya penginapan tidak memberikan pengaruh terhadap pendapatan beliau.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu J semenjak *guest house/home stay* berdiri adakah tamu yang datang dan membeli barang dagangan dari usaha yang anda kelola? Beliau menjawab:

“*Ada ae yang menukar es, tapi jarang-jarang jua pan. Menginap ai orang tu rajin, mun pekerjanya rancak menukar es*”¹⁴⁷

¹⁴⁵ *Ibid*

¹⁴⁶ *Ibid*

¹⁴⁷ *Ibid*

Maksudnya adalah menurut Ibu J, ada saja tamu yang datang membeli dagangannya, tapi yang paling sering membeli dagangannya adalah para pekerja yang bekerja di penginapan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu J, beliau sudah berjualan sebelum penginapan berdiri, berdirinya penginapan tidak memberikan pengaruh terhadap usaha yang Ibu J kelola baik dari segi positif atau negatif.

f. Subjek 6

Nama : Ibu A

Umur : 30 Thn

Pekerjaan : Warung

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Mas R, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda berjualan disini? Beliau menjawab: “Udah 4 tahun”¹⁴⁸ Maksudnya adalah Ibu A sudah berjualan di sekitar penginapan selama 4 tahun.

Peneliti bertanya kembali kepada Ibu A apakah berdirinya *guest house* berpengaruh pada usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Gak juga”¹⁴⁹ Maksudnya adalah menurut Ibu A, berdirinya penginapan tidak memberikan pengaruh terhadap dagangannya.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu A apakah dampak positif dan negative dari berdirinya *guest house* yang anda

¹⁴⁸Wawancara dengan A, Senin 07 Oktober 2020, Pukul 14:49 WIB

¹⁴⁹*Ibid*

rasakan terhadap usaha anda? Beliau menjawab: “Enggak ngerasain apa-apa”¹⁵⁰ Maksudnya adalah menurut Ibu A, berdirinya penginapan tidak memberikan dampak positif maupun negative terhadap dagangannya.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada Ibu A apakah pendapatan anda mengalami peningkatan atau tidak setelah berdirinya *guest house*? Beliau menjawab: “Pendapatannya biasa aja sih, malah semenjak corona ni malah menurun”¹⁵¹ Maksudnya adalah menurut Ibu A, berdirinya penginapan tidak mempengaruhi pendapatan dari jualan beliau.

Kemudian peneliti bertanya kepada Ibu A semenjak *guest house* berdiri adakah tamu yang datang dan membeli barang dagangan dari usaha yang anda kelola? Beliau menjawab: “Kadang-kadang ada sih, tapi ada lah satu dua orang”¹⁵² Maksudnya adalah menurut Ibu A, ada beberapa tamu yang membeli barang ke warungnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu A, beliau telah berjualan di sekitar penginapan selama 4 tahun, beliau tidak merasakan dampak positif maupun negative dari berdirinya penginapan. pendapatan dari dagangan beliau pun biasa saja, tidak terpengaruh dengan adanya penginapan.

¹⁵⁰ *Ibid*

¹⁵¹ *Ibid*

¹⁵² *Ibid*

g. Informan 1

Nama : K
 Umur : 23
 Pekerjaan : Swasta

Peneliti melakukan wawancara dengan K, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda langganan membeli CapCin di tempat Ibu J? Beliau menjawab: “Beli CapCin di sini, lumayan sering”¹⁵³ Maksud dari saudari K adalah beliau sering membeli capcin di tempat Ibu J.

Peneliti bertanya lagi kepada saudari K, apakah anda tau sejak kapan Ibu J berjualan disini? Beliau menjawab: “Gak tau saya mbak, tapi kayanya udah lama”¹⁵⁴ Maksudnya saudara K tidak tau sejak kapan Ibu J berjualan, tapi menurutnya Ibu J sudah lama berjualan di sekitaran *guest house*.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada saudari K, ketika membeli capcin disini apakah ada pegawai atau tamu yang membeli dagangan Ibu J? Beliau menjawab: “Gak tau mba”¹⁵⁵

h. Informan 2

Nama : R
 Umur : 22
 Pekerjaan : Mahasiswa

¹⁵³Wawancara dengan K, Rabu 14 Oktober 2020, Pukul 09:00 WIB

¹⁵⁴*Ibid*

¹⁵⁵*Ibid*

Peneliti melakukan wawancara dengan R, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda langganan membeli Pentol di tempat Bapak A? Beliau menjawab: “Lumayan lama mba”¹⁵⁶ Maksudnya saudari R sudah lama berlangganan membeli dagangan pentol Bapak A.

Peneliti bertanya lagi kepada saudari R, apakah anda tau sejak kapan Bapak A berjualan disini? Beliau menjawab: “Setau aku sih udah lama mba, kalo saya lewat sini pamanya ada terus”¹⁵⁷ Maksudnya menurut saudari R bapak A sudah lama berjualan pentol di sekitaran *guest house*.

Kemudian peneliti bertanya lagi kepada saudari R, ketika membeli pentol disini apakah ada pegawai atau tamu yang membeli dagangan Ibu J? Beliau menjawab: “Kalo itu aku gak tau mba”¹⁵⁸

i. Informan 3

Nama : SW
Umur : 25
Pekerjaan : Swasta

Peneliti melakukan wawancara dengan SW, peneliti mengajukan pertanyaan sejak kapan anda langganan membeli dagangan di tempat Ibu MF? Beliau menjawab: “Gak ingat

¹⁵⁶Wawancara dengan R, Rabu 14 Oktober, Pukul 10:00 WIB

¹⁵⁷*Ibid*

¹⁵⁸*Ibid*

mba”¹⁵⁹ Peneliti bertanya lagi kepada saudara Sw, apakah anda tau sejak kapan Ibu MF berjualan disini? Beliau menjawab: “Kurang tau”¹⁶⁰ Kemudian peneliti bertanya lagi kepada saudara SW, ketika membeli dagangan disini apakah ada pegawai atau tamu yang membeli dagangan Ibu MF? Beliau menjawab: “Gak tau mba”¹⁶¹

D. Analisis Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis hasil penelitian dengan cara membahas dan mengkaji sesuai dengan dua rumusan masalah yaitu Grafik Kondisi *Exsisting Guest House* di Kota Palangka Raya dan Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis *Guest House* d di Kota Palangka Raya. Berikut hasil analisis yang dimaksud:

1. Grafik Kondisi *Existing Guest House* di Kota Palangka Raya

Bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya termasuk dalam Akomodasi Komersil, yaitu akomodasi yang dibangun dan dioperasikan semata-mata untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti data *Guest House* di Kota Palangka Raya di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota palangkaraya hanya terdapat 7 *guest house*. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020, belum melakukan pendataan kembali jumlah *guest house* yang berdiri. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sendiri, berencana

¹⁵⁹Waancara dengan SW, Minggu 04 Oktober 2020, Pukul 10:45 WIB

¹⁶⁰*Ibid*

¹⁶¹*Ibid*

melakukan pendataan jumlah *guest house* pada tahun 2020 ini, tetapi di karenakan pandemi yang terjadi dana untuk melakukan pendataan ini di alihkan untuk pandemi.

Tabel 4.4
Nama Gues House beserta Alamat

No.	Nama <i>Guest House</i>	Alamat
1.	Anak Raja <i>Guest House</i>	Jl. Seth Adji
2.	Bukit Raya <i>Guest House</i>	Jl. Batu Suli 5 Gg. Bersama
3.	Lavender <i>Guest House</i>	Jl. PM Noor
4.	Madina <i>Guest House</i>	Jl. Brokoli 4 No. 08
5.	Tilung <i>Guest House</i>	Jl. Temanggung Tilung No.18
6.	Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Menteng 4
7.	Tunjung Nyaho <i>Guest House</i>	Jl. Raya Galaxi No. 9A

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palangka Raya Tahun 2017

Peneliti juga memperoleh Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, data yang ada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berbeda dengan data yang Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. BPS Kota Palangka Raya memiliki data akomodasi yang ada di Kota Palangka Raya dari tahun 2017-2019. Berikut data jumlah *guest house*, yang peneliti ambil dari BPS Kota Palangka Raya.

Tabel 4.5
Nama Gues House beserta Alamat Tahun 2017

No.	Nama <i>Guest House</i>	Alamat
1.	Antang <i>Guest House</i>	Jl. Antang I
2.	<i>Guest House</i> Jhosua	Jl. Raya Galaxi
3.	<i>Guest House</i> Eco	Jl. Batu Suli 50 Gg. Bersama No. 02
4.	<i>Guest House</i> Ganova	Jl. Kutilang No.11
5.	<i>Guest House</i> SYL	Jl. Panglima Tampai
6.	Kutilang <i>Guest House</i>	Jl. Kutilang No.140
7.	Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Menteng 4
8.	Tunjung Nyaho Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Raya Galaxi No. 9A
9.	Wagga Mama <i>Guest House</i>	Jl. Seth Adji No. 26/114

10.	<i>Guest House</i> Tilung	Jl. Temanggung Tilung 18
11.	Rumah Tambi <i>Guest House</i>	Jl. Pangeran Samudra No. 49

Sumber: BPS Kota Palangka Raya Tahun 2018

Tabel 4.6
Nama Gues House beserta Alamat Tahun 2018

No.	Nama <i>Guest House</i>	Alamat
1.	Antang <i>Guest House</i>	Jl. Antang I
2.	Bukit Raya <i>Guest House</i>	Jl. Batu Suli 5 Gg. Bersama
3.	Ganova <i>Guest House</i>	Jl. Kutilang No. 11
4.	Rumah Tambi <i>Guest House</i>	Jl. Pangeran Samudra No. 49
5.	SYL <i>Guest House</i>	Jl. Panglima Tampei No.34
6.	Tilung <i>Guest House</i>	Jl. Temanggung Tilung 18
7.	Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Menteng 4
8.	Tunjung Nyaho Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Raya Galaxi No. 9A
9.	Wagga Mama <i>Guest House</i>	Jl. Seth Adji No. 26/114

Sumber: BPS Kota Palangka Raya Tahun 2019

Tabel 4.7
Nama Gues House beserta Alamat Tahun 2019

No.	Nama <i>Guest House</i>	Alamat
1.	AM <i>Guest House</i>	Jl. G.Obos No.33 D-1
2.	Anak Raja <i>Guest House</i>	Jl. Seth Adji
3.	Antang <i>Guest House</i>	Jl. Antang I
4.	Bukit Raya <i>Guest House</i>	Jl. Batu Suli 5 Gg. Bersama
5.	Ganova <i>Guest House</i>	Jl. Kutilang No. 11
6.	Kutilang <i>Guest House</i>	Jl. Kutilang No. 140
7.	Lavender <i>Guest House</i>	Jl. PM Noor
8.	Madina <i>Guest House</i>	Jl. Brokoli 4 No. 08
9.	Orchid <i>Guest House</i>	Jl. Garuda 10-A No. 80
10.	Rumah Tambi <i>Guest House</i>	Jl. Pangeran Samudra No. 49
11.	Suja <i>Guest House</i>	Jl. Menteng 12 No. 6
12.	SYL <i>Guest House</i>	Jl. Panglima Tampei No.34
13.	Tilung <i>Guest House</i>	Jl. Temanggung Tilung 18
14.	Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Menteng 4
15.	Tunjung Nyaho Tulip <i>Guest House</i>	Jl. Raya Galaxi No. 9A
16.	ULE <i>Guest House</i>	Jl. Samudin Aman
17.	Wagga Mama <i>Guest House</i>	Jl. Seth Adji No. 26/114

Sumber: BPS Kota Palangka Raya Tahun 2020

Pada tahun 2020 ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palangka Raya maupun BPS Kota Palangka Raya, masih belum

memiliki data-data jumlah penginapan yang *update*. Jadi peneliti melakukan observasi secara langsung di lapangan dan melalui aplikasi atau situs-situs pencari penginapan. Berikut ini adalah data yang peneliti peroleh selama melakukan penelitian:

Tabel 4.8
Nama Gues House beserta Alamat tahun 2020

No.	Nama Guest House	Alamat
1.	ALFA Guest House	Jl. Putri Junjung Buih IX
2.	AM Guest House	Jl. G.Obos No.33 D-1
3.	Anak Raja Guest House	Jl. Seth Adji
4.	Antang Guest House	Jl. Antang I
5.	Bandeng Guest House	Jl. Bandeng No. 20
6.	Bukit Raya Guest House	Jl. Batu Suli 5 Gg. Bersama
7.	Delfa Syariah Guest House	Jl. Bukit Keminting
8.	El House Guest House	Jl. Semeru
9.	Evergreen Guest House	Jl. Antang Kalang III
10.	Ganova Guest House	Jl. Kutilang No. 11
11.	Grand Zafira Guest House	Jl. Yosudarso VII No. 7
12.	Graha Kanata Guest House	Jl. Nyai Undang No. 16
13.	JS Guest House	Jl. Antang Kalang I
14.	Kutilang Guest House	Jl. Kutilang No. 140
15.	Lavender Guest House	Jl. PM Noor
16.	Madina Guest House	Jl. Brokoli 4 No. 08
17.	Marwah Guest House	Jl. Tjilik Riwut Km 8 No. 7
18.	Nisha Guest House	Jl. Kalau Residence I Km 5,5
19.	Orchid Guest House	Jl. Garuda 10-A No. 80
20.	Rumah Tambi Guest House	Jl. Pangeran Samudra No. 49
21.	Suja Guest House	Jl. Menteng 12 No. 6
22.	Suja Guest House	Jl. Cik Ditiro No. 14
23.	Sola Guest House	Jl. Nyai Enat I No. 8
24.	SYL Guest House	Jl. Panglima Tampei No.34
25.	Tilung Guest House	Jl. Temanggung Tilung 18
26.	Tulip Guest House	Jl. Menteng 4
27.	Tunjung Nyaho Tulip Guest House	Jl. Raya Galaxi No. 9A
28.	ULE Guest House	Jl. Samudin Aman
29.	Wagga Mama Guest House	Jl. Seth Adji No. 26/114

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

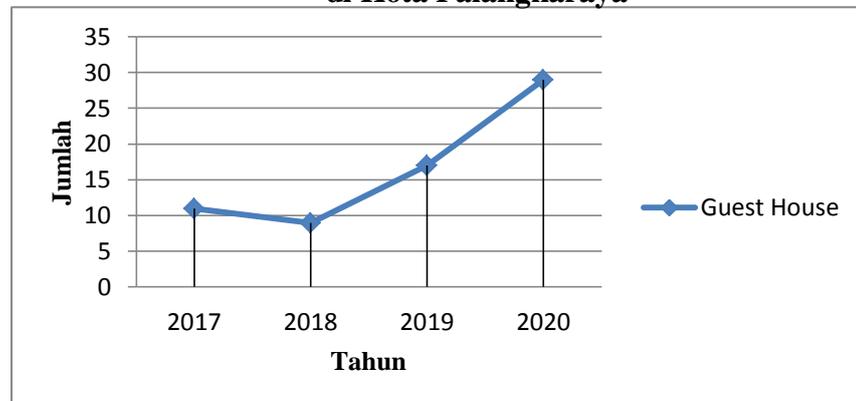
Tabel 4.9
Nama *Guest House* per Kecamatan

	Kecamatan Jekan Raya	Kecamatan Pahandut
No.	<i>Guest House</i>	
1.	<i>AM Guest House</i>	<i>ALFA Guest House</i>
2.	<i>Bandeng Guest House</i>	<i>Anak Raja Guest House</i>
3.	<i>Bukit Raya Guest House</i>	<i>Antang Guest House</i>
4.	<i>Delfa Syariah Guest House</i>	<i>Evergreen Guest House</i>
5.	<i>El House Guest House</i>	<i>Graha Kanata Guest House</i>
6.	<i>Ganova Guest House</i>	<i>JS Guest House</i>
7.	<i>Grand Zafira Guest House</i>	<i>Lavender Guest House</i>
8.	<i>Kutilang Guest House</i>	<i>Madina Guest House</i>
9.	<i>Marwah Guest House</i>	<i>Wagga Mama Guest House</i>
10.	<i>Nisha Guest House</i>	
11.	<i>Orchid Guest House</i>	
12.	<i>Rumah Tambi Guest House</i>	
13.	<i>Suja Guest House</i>	
14.	<i>Suja Guest House</i>	
15.	<i>Sola Guest House</i>	
16.	<i>SYL Guest House</i>	
17.	<i>Tilung Guest House</i>	
18.	<i>Tulip Guest House</i>	
19.	<i>Tunjung Nyaho Tulip Guest House</i>	
20.	<i>ULE Guest House</i>	

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

Tabel diatas menunjukan bahwa jumlah pertumbuhan bisnis *guest house* paling banyak berada di Kecamatan Jekan Raya berjumlah 19 *guest house* dan di Kecamatan Pahandut berjumlah 9 *guest house*. Dari data-data jumlah *guest house* dari tahun 2017-2019 yang peneliti ambil dari Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya dan hasil Observasi peneliti dari bulan September-Oktober. Peneliti membuat grafik pertumbuhan *guest house* di Kota Palangkaraya sebagai berikut:

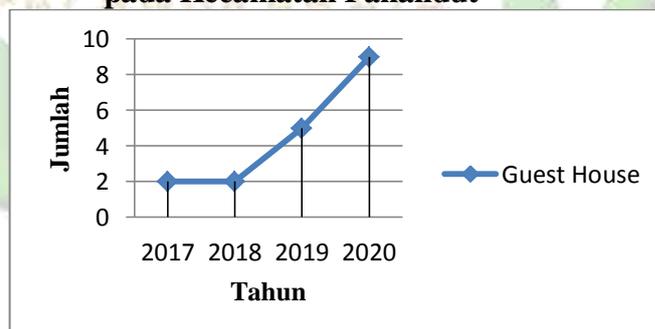
Tabel Grafik 4.10
Pertumbuhan Bisnis *Guest House*
di Kota Palangkaraya



Tabel Grafik 4.11
Pertumbuhan Bisnis *Guest House* di Kota Palangkaraya
pada Kecamatan Jekan Raya



Tabel Grafik 4.12
Pertumbuhan Bisnis *Guest House* di Kota Palangkaraya
pada Kecamatan Pahandut



Dari tabel grafik di atas dapat diketahui pertumbuhan *guest house* pada tahun 2017 berjumlah sebelas buah. Pada tahun 2018 mengalami jumlahnya mengalami penurunan menjadi sembilan buah,

hal ini di karenakan Kutilang *guest house* berubah menjadi wisma, lalu *guest house* Eco berganti nama menjadi Bukit Raya *guest house* dan *guest house* Jhosua yang peneliti tidak ketahui keberadaanya pada tahun 2018. Pada tahun 2019 jumlah *guest house* mengalami kenaikan menjadi tujuhbelas buah, ada tambahan delapan buah yang baru berdiri dan satu akomodasi yang berubah dari wisma ke *guest house*. Pada tahun 2020 pertumbuhan *guest house* di Kota Palangka Raya mengalami kenaikan pertumbuhan yang pesat menjadi 29 buah. Ada sepuluh *guest house* yang baru berdiri dan dua penginapan yang berubah menjadi *guest house*. pertumbuhan *guest house* meningkat 34,5% di tahun 2020. Banyaknya wisatawan yang mengunjungi Palangka Raya semakin bertambah dan permintaan akan ketersediaan akomodasi juga meningkat, data BPS Kota Palangka Raya jumlah kunjungan wisatawan ke hotel dan wisma pada tahun 2018 berjumlah 170.714 wisatawan dan pada tahun 2019 berjumlah 176.171 wisatawan. Menyebabkan banyaknya masyarakat mulai membuka bisnis penginapan, hal ini sesuai dengan wawancara peneliti dengan para subjek yang rata-rata perbulannya mereka bisa mendapatkan lebih dari 50 pengunjung/tamu. Harga yang ditawarkan berkisar antara Rp 150.000,- sampai dengan Rp 400.000, tidak ada perbedaan harga antara *guest house* yang memiliki label syariah dan yang tidak memiliki label syariah, perbedaan harga di dasarkan pada jenis kamar apa yang dipilih dan fasilitas yang akan pengunjung/tamu terima.

Strategi pemasaran adalah pola pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan pemilik atau pengelola *guest house* terdapat pada faktor-faktor sebagai berikut, yaitu:

a. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan keadaan sekitar yang strategis berpengaruh untuk menarik pelanggan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti, *guest house* “M” milik Ibu Hj.R yang berada di pinggir jalan raya besar yang ramai di lewati pembisnis dari beberapa kabupaten yang ada di Kalimantan Tengah, menjadikan *guest house* ini tempat yang strategis untuk menginap para pembisnis. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan Ibu Hj.R, yang rata-rata pengunjung/tamunya adalah para pembisnis. Hal yang sama juga terjadi pada *guest house* “WM” yang dikelola oleh Mba P letaknya di pinggir jalan yang ramai dan padat penduduk, letaknya yang lumayan dekat dengan bandara menjadikan *guest house* ini tempat yang strategis untuk pengunjung/tamu yang akan menginap dan berpergian keluar kota/provinsi. Sesuai wawancara dengan Mba P, rata-rata pengunjung/tamu yang menginap adalah orang yang bekerja di dinas-dinas yang datang dari luar Kota Palangka Raya yang akan pergi keluar kota atau tempat acara yang akan mereka datangi dekat dengan *guest house*. *Guest house* “T” yang dikelola oleh

Saudari A, meskipun letaknya di pinggir jalan yang tidak ramai di lewati, tetapi *guest house* ini menawarkan suasana yang nyaman untuk keluarga menginap. Hal ini sesuai dengan wawancara peneliti dengan saudari A, rata-rata orang yang menginap adalah orang yang bekerja di dinas-dinas dan juga rombongan keluarga.

b. Faktor Pasar

Perusahaan perlu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, *trend* dalam *system* distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi. Pemilik dan pengelola perlu melihat dan mengetahui permintaan-permintaan pengunjung/tamu yang menginap dan menyediakan/memberikan fasilitas-fasilitas untuk kenyamanan para tamu. Dari hasil observasi dan wawancara peneliti dengan lima orang subjek, fasilitas dasar yang mereka berikan berupa, tempat tidur, AC, WIFI, TV, kamar mandi, lemari, bahkan ada beberapa *guest house* yang menyediakan meja dan kursi di dalam kamar untuk para tamu bekerja, ada yang menyediakan tempat untuk menjemur pakaian dan juga menyediakan shower air panas untuk para tamu.

c. Persaingan

Setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing. Banyaknya jumlah penginapan di Kota Palangka Raya menjadikan persaingan bisnis penginapan di Kota Palangka Raya semakin ketat, banyak cara yang dilakukan para pemilik dan pengelola penginapan untuk menarik pelanggan, berdasarkan observasi dan wawancara peneliti, *guest house* M yang di miliki ibu Hj. R. Beliau menggunakan strategi kebersihan untuk mengikat para pengunjung/tamu yang menginap di *guest house* mereka. Begitu juga dengan *guest house* T yang dikelola saudari A, *guest house* ini memberikan kenyamanan tempat menginap sehingga pengunjung/tamu kembali lagi menginap.

d. Analisis kemampuan internal

Perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibanding dengan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya *finansial*, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. Para pemilik dan pengelola menggunakan kemajuan teknologi untuk mempromosikan *guest house* dan juga bekerja sama dengan aplikasi/situs-situ pencari penginapan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti

dengan lima orang subjek ada tiga *guest house* yang bekerjasama dengan aplikasi/situs-situs pencari penginapan, yaitu *guest house* “M” yang dimiliki ibu Hj.R, beliau bekerja sama dengan Red Dorz untuk mempromosikan *guest house*. Kemudian ada *guest house* “WM” yang dikelola Mba P ini mempromosikan *guest house* lewat media sosial yaitu *Facebook*, dan penginapan “M” yang di kelola Mas R ini mempromosikan *guest house* dengan bekerja sama dengan Traveloka dan pegi-peggi untuk mempromosikan *guest house*.

e. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis, hal ini bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Perilaku konsumen sangat di perlukan oleh pemilik dan pengelola *guest house*, untuk meningkatkan kepuasan pengunjung/tamu. Penginapan yang nyaman, bersih, fasilitas-fasilitas yang di berikan baik dan juga memiliki harga yang murah dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung/tamu agar kembali lagi menginap.

Penginapan dengan konsep syariah di Indonesia sudah sudah mulai bermunculan, yang berpedoman atas prinsip ajaran Islam. Penginapan syariah adalah penginapan yang operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syari’ah atau

pedoman ajaran Islam, guna memberikan suasana tenteram, nyaman, sehat, dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun nonmuslim. Peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan lima orang subjek, dua orang subjek mengelola *guest house* yang berlabel syariah yaitu, *guest house* “M” yang dimiliki Ibu Hj. R, *guest house* “DS” yang di kelola saudari S, *guest house* tersebut mempekerjakan pegawai muslim yang menggunakan pakaian menutup aurat, mereka juga tidak menjual makanan dan minuman yang haram menurut islam. Bahkan salah satu *guest house* menyediakan sajadah untuk pengunjung/tamu sholat. Meskipun *guest house* “WM” yang dikelola Mba P tidak memiliki label syariah, tapi berdasarkan hasil observasi peneliti mereka juga tidak sembarangan menerima pengunjung/tamu yang menginap. Mereka tidak memperbolehkan dua orang perempuan dan laki-laki pengunjung/tamu yang memiliki KTP yang alamatnya berbeda untuk menginap. Penginapan mereka juga tidak menyediakan ataupun makanan yang dilarang dalam islam.

Terdapat dua *guest house* syariah yang peneliti temui, yaitu: M *guest house*, dan DS *guest house*. *Guest house* berlabel syariah ini belum terdaftar secara resmi di Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia DSN-MUI, tetapi mereka menerapkan sistem syariah pada pengelolaan *guest house*. Seharusnya pada *guest house* syariah dalam hal manajemen maupun pelayanannya mengikuti Fatwa

DSN-MUI No. 108/ DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah.

2. Dampak Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Bisnis *Guest House* Di Kota Palangka Raya

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Melalui aktivitas dari berbagai institusi itu, maka dapat di perbaiki atau ditingkatkan standar hidup. Secara sederhana bisnis berarti suatu sistem guna memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Karena ia merupakan suatu sistem dalam masyarakat, maka ada hubungan timbal balik antara bisnis dan unsur-unsur lain di masyarakat. Setiap tindakan yang dilakukan bisnis mempengaruhi sistem sosial yang lebih besar. Pertumbuhan bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya yang pesat pada tahun 2020 memberikan dampak kepada masyarakat dan para pedagang yang berjualan disekitar penginapan. Dampak merupakan akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi baik itu positif maupun negatif. Dampak ekonomi akibat pertumbuhan bisnis *Guest House* di Kota Palangka Raya yaitu pendapatan, penyerapan tenaga kerja, serta kesempatan bekerja dan berusaha.

a. Pendapatan

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi. Pendapatan yang diperoleh para pedagang dari bisnis penginapan ini memberikan dampak yang berbeda-beda antara pedagang. Ada beberapa pedagang merasakan dampak positif dan ada juga yang tidak merasakan dampak apapun. Perubahan pendapatan hanya dirasakan oleh beberapa pedagang yang berjualan di sekitar penginapan. Pedagang yang merasakan dampak positif dari bisnis penginapan ini yaitu Pak A. Pak A adalah pedagang pentol yang berjualan di sekitar penginapan. Sebelum penginapan berdiri Pak A sudah berjualan di daerah tersebut, menurut Pak A pendapatan beliau meningkat setelah berdirinya penginapan tersebut, lalu Ibu MF yang merasakan dampak positif yaitu adanya para tamu yang membeli dagangannya, Pak YY yang merasakan pendapatannya bertambah dikarenakan tamu yang menginap menggunakan jasa laundry miliknya dan Ibu J yang merasakan pendapatannya bertambah ketika penginapan berdiri.

b. Penyerapan Tenaga Kerja

Penyerapan tenaga kerja merupakan penduduk yang mampu bekerja dalam usia kerja (15-64 tahun) yang terdiri dari orang yang mencari kerja, punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja atau menganggur. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Pengertian tenaga kerja dapat dilihat secara mikro dan makro. Pandangan mikro merupakan pandangan yang tidak hanya menyumbangkan potensi kerja namun dengan kerja mampu menerima imbalan berupa barang atau uang. Sedangkan secara makro adalah setiap orang yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai upaya dalam menghasilkan barang dan jasa. Penyerapan tenaga kerja dari pertumbuhan *Guest House*, meskipun tidak memiliki dampak yang besar akan tetapi dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

c. Kesempatan Kerja dan Berusaha

Pertumbuhan bisnis penginapan ini memberikan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat sekitar. Letak penginapan yang kebanyakan berada di dalam pemukiman penduduk memberikan kesempatan kerja dan membuka usaha untuk masyarakat yang tinggal di sekitar penginapan untuk berjualan. Seperti ibu MF dan Bapak YY masyarakat sekitar penginapan

yang sudah lama tinggal di lingkungan tersebut membuka usaha mereka setelah penginapan berdiri.

Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam yang keseluruhan nilai tersebut sudah tentu Alquran, as-sunnah, ijma' dan qiyas. Sistem ekonomi Islam merupakan ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktik penerapan ilmu ekonomi sehari-harinya bagi individu, keluarga, kelompok masyarakat ataupun pemerintah/penguasa dalam rangka mengorganisasi faktor produksi distribusi dan pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan dalam peraturan/perundang-undangan Islam atau sunatullah. Menurut Muhammad, bangunan ekonomi islam diletakan pada lima fondasi yaitu:

a. Nilai Ketuhanan (Ilahiyah)

Nilai ini berasal dari filosofi dasar yang bersumber dari Allah SWT dengan tujuan semata-mata untuk mencari ridha Allah semata. Oleh karena itu, segala kegiatan ekonomi yang meliputi permodalan, proses produksi, distribusi, konsumsi, dan pemasaran harus senantiasa dikaitkan dengan nilai-nilai ilahiyah dan harus selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan-Nya. Barang dagangan atau jasa yang di jual atau yang ditawarkan tidak mengandung unsur haram. Seperti Pak A yang menjual pentol dengan daging ayam, Ibu MF, Mas R, Ibu J dan Ibu A yang di

warungnya atau tokonya menjual sembako dan minuman, bukan menjual minuman atau makanan haram.

b. Nilai Keadilan

Berperilaku adil tidak hanya berdasarkan kepada Al-Qur`an dan Al-Hadis, tetapi didasarkan pula ada pertimbangan hukum alam, yang didasarkan pada keseimbangan dan keadilan. Keseimbangan dalam ekonomi dapat diterapkan secara menyeluruh, antara lain dalam penentuan harga, kualitas produk, perlakuan terhadap para pekerja, dan dampak dari kebijakan ekonomi yang dikeluarkan.

Guest house memperlakukan para pengunjung/tamu dengan adil, tidak ada perbedaan pelayanan antara pengunjung/tamu. Harga dan kualitas pelayanan yang diberikan sama rata antar tamu.

c. Nilai Kenabian (al-Nubuwah)

Sifat-sifat yang terkandung dalam prinsip al-Nubuwah (kenabian) adalah *shiddiq* (kebenaran), *amanah* (terpercaya), *fathonah* (cerdas), *tabligh* (komunikatif). Sifat dasar ini sangat mempengaruhi perilaku Nabi Muhammad SAW dalam kehidupan, termasuk dalam berbisnis. *Guest house* dalam bisnisnya terkandung prinsip kenabian yaitu *shiddiq*, harga dan fasilitas yang diberikan sesuai dengan yang ada di situs-situ pencari penginapan. *Amanah*, privasi pengunjung/tamu tidak sembarangan di sebarluaskan. *Fathonah*, pemilik dan pengelola melakukan kerja cerdas dengan memanfaatkan kemajuan

teknologi untuk mempromosikan penginapannya. *Tabligh*, pemilik dan pengelola melayani pengunjung/tamu dengan baik dan ramah.

Berdirinya *guest house* ini memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan perekonomian sekitar lingkungan penginapan. Pertumbuhan bisnis *guest house* yang semakin pesat di tahun 2020 ini membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang memerlukan pekerjaan dan memberikan pendapatan terhadap pemilik, masyarakat yang tinggal di sekitaran *guest house* juga dapat membuka usaha untuk menambah pendapatan masyarakat itu sendiri. Perekonomian di lingkungan *guest house* juga menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Kontekstual Ekonomi syariah dalam pertumbuhan bisnis *guest house* adalah sikap *Ta'awun* (tolong-menolong) dan *Amanah* (dapat dipercaya). Para wisatawan lokal maupun asing yang memerlukan akomodasi dengan harga yang murah dan memiliki kualitas seperti hotel berbintang, menyebabkan banyaknya orang yang membangun usaha penginapan seperti *guest house*. Berdirinya *guest house* yang semakin meningkat membuat permintaan akan tenaga kerja juga meningkat, para pemilik *guest house* tidak sembarangan mempekerjakan seseorang untuk melayani tamunya. Karyawan yang dipekerjakan juga harus memiliki keahlian dan mampu memberikan jasa/pelayanan kepada para tamu/pengunjung yang menginap *guest house* dengan baik. Karyawan yang bekerja juga harus dapat menjaga

privasi para tamu/pengunjung yang menginap di *guest house*. Berdirinya *guest house* juga membantu masyarakat yang tinggal di sekitar lingkungan *guest house* untuk membuka usaha dan menambah pendapatan masyarakat dari hasil membuka usaha tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pertumbuhan *guest house* pada tahun 2017 berjumlah sebelas buah, tahun 2018 jumlahnya mengalami penurunan menjadi sembilan buah, tahun 2019 terdapat penambahan delapan buah *guest house* dan totalnya menjadi tujuhbelas buah, dan pada tahun 2020 jumlah *guest house* bertambah sepuluh buah dan ada dua penginapan yang berubah menjadi *guest house*. Jadi, total jumlah *guest house* pada tahun 2020 berjumlah 29 buah, terdapat duapuluh buah *guest house* di Kecamatan Jekan Raya dan sembilan buah *guest house* di Kecamatan Pahandut. Terdapat dua *guest house* yang memasukan label syariah ke dalam nama *guest house*-nya. Tetapi pemberian label syariah pada *guest house* belum terdaftar di Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesiaa (DSN-MUI), pemilik dan pengelola menerapkan sistem syariah pada pengelolaan *guest house*-nya. Harga yang ditawarkan pihak-pihak *guest house* berkisar antara Rp 150.000,- sampai dengan Rp 400.000, tidak ada perbedaan harga antara *guest house* yang memiliki label syariah dan yang tidak memiliki label syariah, perbedaan harga di dasarkan pada jenis kamar apa yang dipilih dan fasilitas yang akan pengunjung/tamu terima.

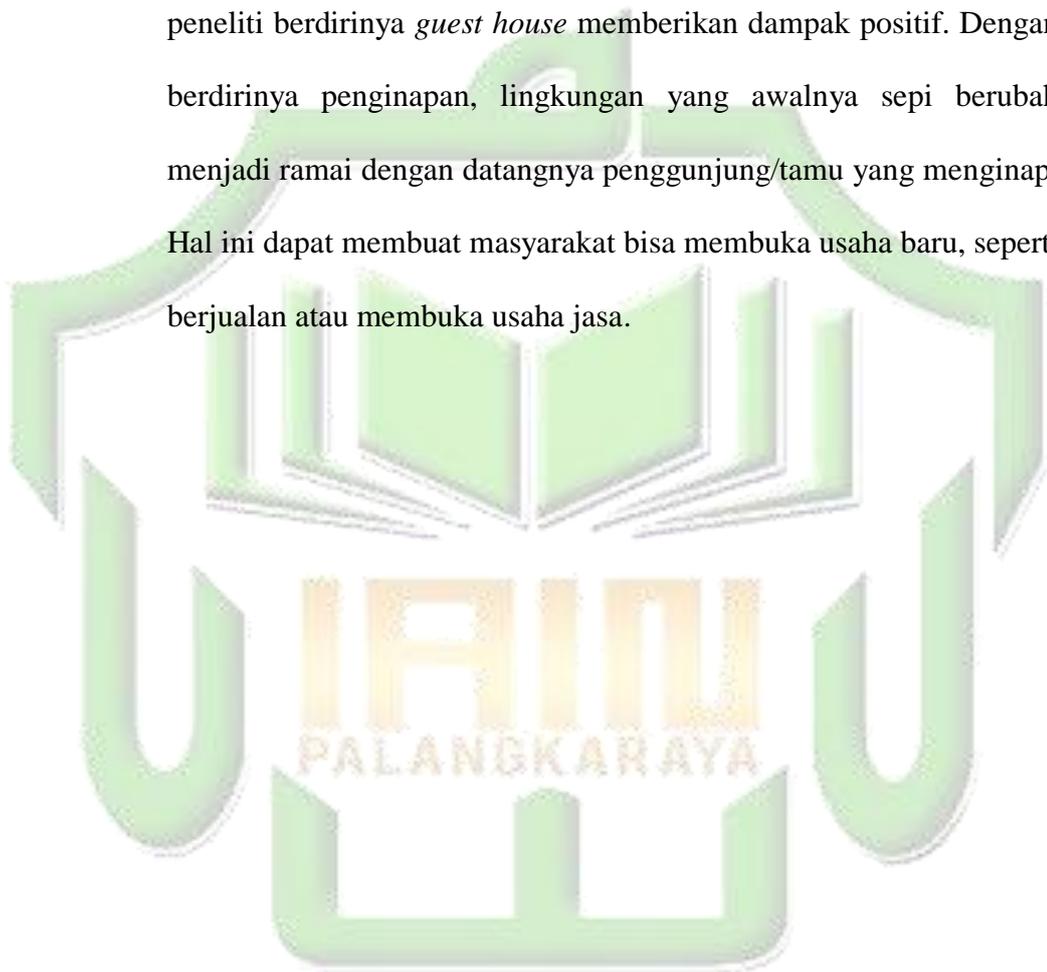
2. Pertumbuhan bisnis *guest house* pada tahun 2020 memberikan dampak kepada pemilik, masyarakat dan para pedagang. Dampak positif di yang dirasakan yaitu dalam hal pendapatan, penyerapan tenaga kerja, serta kesempatan bekerja dan berusaha. Memberikan pendapatan kepada pemilik *guest house* dan masyarakat atau pedagang yang berjualan disekitaran *guest house*. Pertumbuhan bisnis *guest house* yang meningkat membuka dan memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat yang memerlukan agar dapat memenuhi kebutuhannya. Pertumbuhan bisnis ini juga memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat yang tinggal di sekitar *guest house* untuk membuka usaha dalam bidang kuliner, jasa, dan lain-lain. Kontekstual Ekonomi syariah dalam pertumbuhan bisnis *guest house* dan *home stay* adalah sikap *Ta`awun* (tolong-menolong) dan *Amanah* (dapat dipercaya).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan yaitu:

1. Seharusnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata cepat dan tanggap dalam menangani pertumbuhan bisnis *guest house* di Kota Palangka Raya.

2. Para pemilik ataupun pengelola dapat mengembangkan strategi bisnisnya agar dapat mempromosikan penginapannya dengan lebih baik.
3. Meskipun banyak pedagang atau masyarakat yang berjualan di sekitar *guest house* tidak merasakan dampak apapun, tetapi menurut peneliti berdirinya *guest house* memberikan dampak positif. Dengan berdirinya penginapan, lingkungan yang awalnya sepi berubah menjadi ramai dengan datangnya pengunjung/tamu yang menginap. Hal ini dapat membuat masyarakat bisa membuka usaha baru, seperti berjualan atau membuka usaha jasa.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Afifiduin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018

_____, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012

Ali, Zainudin, *Hukum Ekonomi Syariah*, Cet. 1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008

Al-Arif, M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015

Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011

Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, kebijakan public, dan ilmu social lainnya*, Jakarta: Kencana, 2007

_____, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta, 2001

Kota Palangka Raya dalam Angka 2020: *Pariwisata*, BPS Kota Palangka Raya – 27 April 2020

Manan, Abdul, *Hukum Ekonomi Syariah*, Cet. 2, Jakarta: KENCANA, 2014

Manullang, M., *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013

Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Cet. 4, Jakarta: KENCANA, 2012

Nasution, Rozaini *Teknik Sampling*, Universitas Sumatra Utara, 2003

Putra, Windhu, *Perekonomian Indonesia*, Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. 6, Jakarta: Rajawali Pers, 2014

Radiosunu, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*, Yogyakarta: Universitas Gajah mada, 2001

Sanjaja, B., dan Albertus Heriyanto, *Panduan Penelitian*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2011

Sholihin, Ismail, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Erlangga, 2014

Silalahi, Ulber, *Metode Penelitian Sosial*, cet. 3, Bandung: PT Refika Aditama, 2012

Subandi, *Ekonomi Pembangunan*, cet.2, Bandung: ALFABETA, 2012

Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT RajaGrafindoPersada, 2018

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitas*, Bandung: Alfabeta, 2010

Tambunan, Tulus T.H., *Perekonomian Indonesia*, cet.3, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, edisi 3, Yogyakarta: Andi, 2008

B. Skripsi dan Jurnal

Aulia Rizki Bustamal, *“Pengaruh Perkembangan Kota Palangkaraya Terhadap Kawasan Tepi Sungai Kahayan”*, Skripsi Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar, Skripsi

Bachtiar S. Bachri, *“Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif”*, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10, No. 1, April 2010.

Effie Sanusi, Pilipus Hans J, dan Deborah C. Wijaya, *“Analisa Kepuasan Konsumen Dilihat Dari Aspek Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Guest House Di Surabaya”*, Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 2013.

Elsa M Sidabutar, *“Strategi Pengembangan Bisnis Romlan Guest House Tuktuk Kabupaten Samosir”*, Skripsi

Fachreza Yuli Kurniawan dan Devilia Sari, *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi INGLORIOUS INDUSTRIES Di Kota Bandung”* Jurnal e-Proceeding Of Management, April 2017

Jefri Heri Sofyan, judul penelitian *“Implementasi Strategi Pemasaran Syariah Pada Simply Homy Guest House Yogyakarta”*, Skripsi

Jenita Putri Meiyana Ermansyah, *“Implementasi Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Dan Technique For Others Reference Bysimilarity To Ideal Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Penginapan Syariah Di Kota Malang”* Skripsi

Lina Ningsih, *“Analisis Pemasaran Wisata Di Kota Palangka Raya”*, Jurnal Sains Managemen, April 2014.

Maria Ulfa *“Pengaruh Kualitas Pelyanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Penginapan Mega Syariah Semarang”*, Skripsi

Muhamad Yusuf, dan Andry Febri Pratama “*Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Promosi Tempat Wisata Di Kota Palangka Raya*”, Jurnal ilmiah ilmu administrasi Negara dan ilmu komunikasi, April 2018.

Ni Made Eka Mahadewi, “*Nomadic Tourism, Wisata Pendidikan, Digitalisasi Dan Wisata Event Dalam Pengembangan Usaha Jasa Akomodasi Homestay Di Destinasi Wisata*”, Jurnal Kepariwisata, Maret 2012.

Rossi Evita, I Nyoman Sirtha, dan I Nyoman Sunarta, “*Dampak Perkembangan Pembangunan Sarana Akomodasi Wisata Terhadap Pariwisata Berkelanjutan Di Bali*”, Jurnal Ilmiah Pariwisata, September 2012.

Umi Lestari, judul penelitian “*Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Study Pada Guesthouse Nuwono Tasya Raja Basa, Bandar Lampung)*”, Skripsi

Yudha Armanda, “*Analisis Dampak Pertumbuhan Industry Perhotelan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Karo Berastagi Kabupaten Karo*”, Skripsi

C. Internet

BINUS UNIVERSITY Quality Management Center, *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*, <https://qmc.binus.ac.id>, (Online Tanggal 18 Juli 2020)

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palangka Raya <https://disbudpar.palangkaraya.go.id/> (Online Tanggal 23 Januari 2020)

Fatwa DSN-MUI No. 108 / DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

Materi.Co.Id, *Pengertian Akomodasi*, <https://maeri.co.id/akomodasi/>,
(*Online* Tanggal 31 Mei 2020)

Media Center Isen Mulang Kota Palangka Raya,
<https://mediacenter.palangkaraya.go.id>, (*Online* Tanggal 23 Juni
2020)

