

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA HOTEL FAHIRA SYARIAH KOTA BUKITTINGGI

Dina Rahma Devina¹, Andis Febrian²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

[¹](mailto:dinarahmanew@gmail.com), [²](mailto:andisfebrian968@gmail.com)

Abstract: *In the hotel industry, an effective marketing strategy is essential to attract more guest and improve the company's image. There are many hotels available in Bukittinggi City. One of them is the Fahira Sharia based hotel, which meets the absolute criteria that apply to the Sharia Hotel business, including product aspects, service aspects and management aspects. This hotel provides facilities such as prayer directions, halal food menus, prayer rooms, the Qur'an, and several types of rooms. The location of the Fahira Syariah Hotel is very strategic, which facilitates access to various major tourist destinations such as Jam Gadang, Fort De Kock fort, and Lobang Jepang. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data obtained through interview and observations. In addition, the analysis used is a SWOT analysis. The results of the study showed that the hotel implemented various marketing strategies, such as promotions through social media, cooperation with travel agents, and discount offers. Although this strategy is quite effective in increasing occupancy, there are also several challenges such as changes in government regulations and changes in people's purchasing power.*

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis.*

Abstrak: Dalam industri perhotelan, strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan citra perusahaan. Banyak sekali hotel yang tersedia di Kota Bukittinggi. Salah satunya hotel yang Fahira berbasis syariah, yang memenuhi kriteria mutlak yang berlaku bagi usaha Hotel Syariah, meliputi aspek produk, aspek pelayanan dan aspek pengelolaan. Hotel ini menyediakan fasilitas seperti petunjuk arah shalat, menu makanan halal, Mushalla, Al-Qur'an, dan beberapa jenis kamar. Lokasi Hotel Fahira Syariah ini sangat strategis yang memudahkan akses ke berbagai destinasi wisata utama seperti Jam Gadang, Benteng Fort De Kock, dan Lobang Jepang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Selain itu, analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel menerapkan berbagai strategi pemasaran, seperti promosi melalui media sosial, kerjasama dengan agen wisata, serta penawaran diskon. Meskipun strategi ini cukup efektif dalam meningkatkan okupansi, tetapi juga terdapat beberapa tantangan seperti, perubahan regulasi Pemerintah, dan perubahan daya beli masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT.

I. PENDAHULUAN

Penginapan ialah sesuatu tipe fasilitas akan diatur atas cara menguntungkan atas memakai beberapa ataupun semua gedung akan terdapat buat sediakan sarana jasa pelayanan hotel, santapan, serta minuman dan pelayanan akan akan lain. Dimana sarana serta jasa itu diadakan buat para pengunjung serta warga biasa akan mau menginap(Rahmawati, 2019). Penginapan bisa dikategorikan memakai bermacam patokan terkait atas keinginan mereka. Dalam pabrik perhotelan terdapat sebutan pengelompokan penginapan akan bisa melainkan mulai dari tipe, dimensi, guna, posisi, dan lain- lain. Metode mengklasifikasikan penginapan ke dalam kadar berlandasan atas patokan penilaian khusus diketahui selaku pengelompokan penginapan.

Industri swasta khususnya perhotelan tentu mempunyai strategi penjualan akan berbeda-beda. Sebutan ilustrasi strategi penjualan akan kerap dipakai oleh industri ialah awal, strategi akan menggunakan alat sosial buat berkaitan serta berhubungan atas khalayak. Kedua, strategi atas metode menemui calon pelanggan atas cara langsung. Ketiga, strategi atas menaruh produk di tempat akan penting serta menarik. Keempat. Strategi membuat web e- commerce ataupun memakai program marketplace. Terakhir, strategi atas membuatkan data produk ataupun pelayanan lewat sosial alat.

Strategi penjualan ialah perihal akan amat berarti buat industri dimana strategi penjualan ialah sesuatu metode menggapai tujuan dari suatu industri. Semacam akan dipaparkan oleh Kotler serta Armstrong dalam bauran penjualan paling tidak terdapat 4 metode akan wajib dicoba oleh tiap pelakon upaya akan mau jadi juara pasar, keempat metode itu yakni produk atas mutu bagus(product), harga bersaing di pasaran(price), advertensi pemasaran(promotion), serta akan terakhir yakni tempat ataupun saluran penyaluran akan bagus(place)(Kotler & Armstrong, Prinsip- Prinsip Penjualan, 2008). Dalam perihal ini tingkatan pemasaran sesuatu upaya wajib sanggup bersaing buat memperoleh sebesar bisa jadi pelanggan serta melindungi kepatuhan pelanggan, alhasil kelangsungan bidang usaha bisa berkepanjangan serta bisa bersaing. Buat tingkatan pemasaran, sesuatu upaya wajib mempraktikkan strategi penjualan akan pas. Strategi penjualan ialah sesuatu perihal akan mencakup semua sistem akan berkaitan atas tujuan buat merancang serta memutuskan harga sesuatu produk harga menjual dan megedarkan benda serta pelayanan akan bisa berikan kebahagiaan konsumen(Ekstrak, 2022).

Banyak sekali penginapan akan ada di Kota Bukittinggi, salah satu nya Penginapan Fahira Syariah akan ialah salah satu penginapan berplatform syariah akan mengutamakan prinsip- prinsip Islam dalam operasionalnya. Tetapi, ada sebuatan kasus dalam strategi penjualan penginapan ini, semacam harga kamar akan lumayan besar dibanding atas kompetitor, keterbatasan jumlah kamar, dan keluhan kesah klien terpaut mutu jasa. Oleh sebab itu, riset ini bermaksud buat menganalisa strategi penjualan penginapan dalam tingkatkan pemasukan dan mengenali hambatan akan dihadapi.

II. KAJIAN PUSTAKA

Strategi penjualan yakni sesuatu konsep akan disusun buat menggapai tujuan penjualan sesuatu industri lewat bauran penjualan akan melingkupi produk, harga, tempat, serta advertensi(Kotler & Armstrong, Dasar- Dasar Penjualan, 2012). Dalam pabrik perhotelan, strategi penjualan akan bagus wajib mencermati pandangan jasa, sarana, dan kebahagiaan klien. Strategi penjualan atas dasarnya yakni konsep akan global, terstruktur serta berpadu dibidang penjualan akan membuatkan bimbingan mengenai aktivitas akan hendak dijalani buat bisa tercapainya tujuan penjualan dari sesuatu industri. Strategi penjualan terfokus atas mencari serta berikan atas klien superior, dan mempunyai angka akan berlainan buat meningkatkan bidang usaha. Strategi penjualan pula bermaksud buat cengkal dari strategi akan diaplikasikan disebuah industri (Sudirman & M, 2023).

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Buat Ririn serta Mastuti bauran penjualan ataupun marketing mix ialah tools buat marketer akan berbentuk program penjualan akan mempertajam pembuatan, targetting, serta positioning supaya berhasil(Ratnasari & Aksa, 2011). Buat Kotler serta Armstrong bauran penjualan ialah selengkap perlengkapan pemasar akan dipakai industri buat lalu menembus menggapai tujuan perusahaannya di pasar target(Kotler & Armstrong, Dasar- Dasar Penjualan, 2012). Buat Kotler serta Keller bauran penjualan ada selengkap perlengkapan penjualan akan dibuat jadi 4P ialah:

- a. Produk(Product): Atas cara biasa dimaksud selaku suatu akan bisa penuhi keinginan serta kemauan pelanggan
- b. Harga(Price): Salah satu buatan bauran penjualan akan menciptakan pemasukan serta akan lain menciptakan bayaran.

- c. Tempat atau Saluran penyaluran(Place): Kegiatan industri supaya produk gampang diperoleh klien sasaran.
- d. Advertensi(Promotion): Aktivitas akan dicoba industri buat mendesak pelanggan supaya melaksanakan pembelian produk.

Bauran penjualan buat industri pelayanan ada 7(4P+3P) buatan buat mengoptimalkan jasa akan tertuju buat pelanggan, buatan 3P ialah selaku selanjutnya:

- a) Orang(People): Seluruh pelakon akan memainkan andil berarti dalam penyajian pelayanan alhasil bisa efeki anggapan konsumen.
- b) Sarana Raga(Physical Evidence): Perihal jelas akan ikut efeki ketetapan pelanggan buat membeli serta memakai produk ataupun pelayanan akan ditawarkan.
- c) Cara(Process): Seluruh metode faktual, metode, serta gerakan kegiatan akan dipakai buat mengantarkan jasa.

Pendapatan

Hasil buat KBBI berkata kalau pemasukan yakni hasil kegiatan. Dalam novel akan bertajuk standar Akuntansi Finansial, Jalinan Akuntansi Indonesia(IAI) melaporkan kalau pemasukan yakni beberapa harta akan menaikkan ataupun kurangi jumlah peranan sesuatu industri serta dari penyediaan benda, pelayanan, ataupun hasil aktivitas upaya akan lain(Indonesia, 2007).

Analisa SWOT

Analisa SWOT dipakai buat menilai aspek dalam serta eksternal industri. SWOT terdiri dari:

- a. Strengths(Daya): Aspek dalam akan jadi kelebihan industri.
- b. Weakness(Kelemahan): Aspek dalam akan jadi halangan buat industri.
- c. Opportunities(Kesempatan): Aspek eksternal akan bisa digunakan buat perkembangan.
- d. Threats(Bahaya): Aspek eksternal akan bisa membatasi kemajuan perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan riset akan dipakai dalam riset ini yakni kualitatif deskriptif, sebab dalam riset ini menciptakan kesimpulan berbentuk informasi akan melukiskan atas cara rinci, bukan dalam wujud numerik. Tata cara ini bisa dipakai buat menguak serta menguasai suatu dibalik kejadian akan sedikitpun belum dikenal, serta tata cara ini pula bisa berikan rincian akan lingkungan mengenai kejadian akan susah dikatakan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Posisi penerapan riset ini yakni di Penginapan Fahira Syariah Bukittinggi, Sumatera Barat. Durasi akan dipakai buat riset ini dilaksanakan semenjak bulan Juni 2024 hingga skripsi ini disidangkan.

Jenis dan Sumber Data

Riset ini memakai informasi pokok serta informasi inferior selaku pangkal data penting buat mensupport analisa serta kesimpulan, akan awal informasi pokok yakni informasi informasi akan didapat dari pangkal awal di alun- alun, informasi ini bisa diperoleh lewat tanya jawab serta pemantauan atas pihak- pihak akan terpaut langsung atas subjek riset. Informasi ini didapat atas cara langsung dari pihak Fahira Penginapan Syariah, bagus dari tanya jawab ataupun pemantauan. Kemudian akan kedua informasi inferior ialah, Pangkal informasi umumnya sudah tertata dalam wujud dokumen- dokumen, misalnya informasi hal kondisi demografi sesuatu wilayah, informasi hal daya produksi sesuatu akademi besar, bekal pangan sesuatu wilayah, serta lain serupanya. Informasi Inferior di bisa dari pihak lain ataupun pihak kedua, informasi inferior dapat pula di bisa lewat dokumen- dokumen akan berhubungan atas subjek akan diawasi. Dalam riset ini, informasi inferior didapat dari hasil riset bibliotek, harian, dan novel.

Informan Penelitian

Dalam riset ini akan jadi informan serta pelapor yakni Ayah Arya Yudistria selaku Administrator Fahira Penginapan Syariah, Bukittinggi.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi akan pengarang maanfaatkan dalam riset ini akan awal atas Tanya jawab, ialah cara mendapatkan penjelasan buat tujuan riset atas metode pertanyaan

jawab sembari bertatap wajah antara pewawancara atasresponden ataupun orang akan diwawancarai. Metode akan kedua Pemantauan, ialah aktivitas rutinitas orang atas memakai panca indera mata selaku perlengkapan tolong kuncinya tidak hanya panca indera akan akan lain semacam kuping, penciuman, mulut, serta kulit. Dalam perihal ini periset melaksanakan observasi atas cara langsung kedalam industri buat memperoleh hasil dari riset. Metode akan terakhir Pemilihan, ialah pesan akan tercatat ataupun tercetak akan digunakan selaku fakta ataupun penjelasan.

Metode Analisis Data

Tata cara analisa informasi dalam riset ini yakni tata cara analisa SWOT. Buat Sondang P. Siagian, analisa SWOT ialah salah satu instrumen analisa akan jitu bila dipakai atas pas. Artinya, kekuatan itu terdapat atas keahlian para determinan strategi industri dalam mengoptimalkan andil aspek daya serta eksploitasi kesempatan alhasil sekalian berfungsi selaku perlengkapan buat meminimalisasi kelemahan akan ada dalam badan badan serta memencet efek bahaya akan mencuat serta wajib dialami. Terdapat 4 aspek akan dipakai buat mengenali di antara lain daya, kelemahan, kesempatan, serta bahaya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan atas Hotel Fahira Syariah Kota Bukittinggi

Berlandasan atas hasil riset mengenai Analisa Strategi Penjualan dalam Tingkatkan Pemasukan atas Penginapan Fahira Syariah Kota Bukittinggi akan sudah dicoba oleh periset, hasil riset akan ditemui selaku selanjutnya:

1. Faktor Internal Hotel Fahira Syariah

- a. Strenght(Daya)
 - 1) Posisi akan penting.
 - 2) Penginapan berplatform syariah.
 - 3) Ruangan akan mencukupi.
 - 4) Sarana menang.
- b. Weakness(Kelemahan)
 - 1) Keterbatasan makanan

- 2) Kelemahan mengurus pesta
- 3) Perbandingan ujung penglihatan antara pimpinan atas karyawan
- 4) Minimnya alterasi hiburan

Tabel 1: Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) Fahira Hotel Syariah

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
Kekuatan			
Posisi strategis	0.18	4	0.72
Penginapan berplatform syariah	0.15	3	0.45
Ruangan akan memadai	0.10	2	0.20
Sarana unggul	0.15	3	0.45
Jumlah	0.60		1.82
Kelemahan	BOBOT	RATING	SKOR
Keterbatasan makanan	0.14	3	0.42
Kelemahan mengurus pesta	0.10	2	0.20
Perbedaan sudut pandang antara atasan atas karyawan	0.13	3	0.39
Kurangnya variasi hiburan	0.05	2	0.10
Jumlah	0.40		1.01
TOTAL SKOR BOBOT	1,00		2.83

Sumber: Data olahan, 2025

Penjelasan:

- a. Rating 1: Tidak Penting
- c. Rating 2: Lumayan Penting
- d. Rating 3: Penting
- e. Rating 4: Amat Penting

2. Aspek Eksternal Penginapan Fahira Syariah

- a. Opportunity(Kesempatan)
 - 1) Kerjasama atas agen darmawisata.
 - 2) Menaikkan layanan serta sarana terkini.

- 3) Menggunakan teknologi ataupun program digital.
 - 4) Tingkatkan darmawisata halal.
- b. Threats(Bahaya)
- 1) Efek pergantian regulasi ataupun penguasa.
 - 2) Inflasi ataupun pergantian energi beli warga.
 - 3) Kompetisi dari penginapan terkini akan non- syariah.
 - 4) Minimnya alterasi hiburan

Tabel 2: Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) Fahira Hotel Syariah

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
Peluang			
Kerjasama atas agen wisata	0.18	4	0.72
Menambah layanan dan fasilitas	0.18	4	0.72
Memanfaatkan teknologi digital	0.15	3	0.45
Meningkatkan wisata halal	0.10	2	0.20
Jumlah	0.65		2.09
Ancaman	BOBOT	RATING	SKOR
Perubahan regulasi pemerintah	0.10	2	0.20
Inflasi dan perubahan daya beli	0.10	4	0.40
Persaingan dari hotel non-syariah	0.10	3	0.30
Kurangnya kesadaran akan hotel syariah	0.05	3	0.15
Jumlah	0.35		1.05
TOTAL SKOR BOBOT	1,00		3.14

Sumber: Data olahan, 2025

Keterangan:

- a. Rating 1: Tidak Menguntungkan
- b. Rating 2: Cukup Menguntungkan
- c. Rating 3: Menguntungkan
- d. Rating 4: Sangat Menguntungkan

3. Matriks SWOT

Pengganti strategi akan bisa diformulasikan dalam Matriks SWOT mencakup strategi SO(Strength- Opportunity), ialah menggunakan daya dalam buat membekuk kesempatan eksternal; ST(Strength- Threat), ialah memakai daya buat mengalami bahaya eksternal; WO(Weakness- Opportunity), ialah menggunakan kesempatan eksternal buat menanggulangi kelemahan dalam; serta WT(Weakness- Threat), ialah meminimalkan kelemahan sembari menjauhi bahaya.

Tabel 3: Matrik SWOT Hotel Fahira Syariah

IFAS EFAS	Strengths atau Daya(S) a. Posisi akan penting. b. Penginapan berplatform syariah. c. Ruangan akan mencukupi. d. Sarana menang. Weakness atau	Kelemahan(W) a. Keterbatasan santapan. b. Tantangan mengurus acara. c. Perbandingan ujung penglihatan antara pimpinan atas pegawai. d. Minimnya alterasi hiburan.
Opportunity atau Kesempatan(O) a. Kerjasama atas agen darmawisata. b. Menaikkan layanan serta sarana. c. Menggunakan teknologi digital. d. Tingkatkan darmawisata halal.	Strategi S- O a. Menggunakan posisi penting serta berkolaborasi atas agen darmawisata buat menarik atensi klien. b. Menambah layanan serta sarana cocok atas standar penginapan berplatform syariah. c. Eksploitasi teknologi buat memberitahukan	Strategi W- O a. Pihak penginapan lebih proaktif dalam sediakan tipe menu santapan akan sudah terverifikasi halal selaku wujud sokongan dalam tingkatan darmawisata halal. b. Menanggulangi perbandingan pemikiran dampingi pimpinan atas pegawai

	penginapan akan syariah. d. Tingkatkan jasa serta sarana buat tingkatkan darmawisata halal.	buat mengoptimalkan jasa akan diserahkan penginapan. c. Kerjasama dampingi penginapan atas pihak agen darmawisata dan eksploitasi medsos buat menaikkan alterasi hiburan diadakan buat pengunjung.
Threats atau Bahaya(T) a. Perubahan regulasi penguasa. b. Inflasi serta pergantian energi beli. c. Kompetisi dari penginapan non-syariah. d. Minimnya pemahaman hendak penginapan syariah.	Strategi S- T a. Menggunakan posisi akan penting buat meminimalisir kompetisi. b. Mengenalkan penginapan syariah buat tingkatkan pemahaman warga. c. Menjaga sarana menang dalam menanggulangi pergantian energi beli. d. Menggunakan ruangan akan mencukupi atas penginapan selaku daya dalam menanggulangi kompetisi dari	Strategi W- T a. Tingkatkan menu santapan halal buat menanggulangi inflasi serta pergantian energi beli. b. Menghasilkan alterasi hiburan berplatform syariah atas dipimpin oleh regulasi rezim. c. Silih memantapkan ujung penglihatan antara pimpinan atas pegawai buat meminimalisir pesaing. d. Memahami besar mengenai penginapan syariah dalam perencanaan metode acara di penginapan.

	penginapan non-syariah.	
--	-------------------------	--

Sumber: Data olahan, 2025

Langkah buat mengatasi kelemahan:

1. Terdapat sebuatan tipe santapan akan tidak dapat dibuat, atas alibi kehalalan materi dasar nya diragukan, bisa ditangani atas membuat kejernihan kehalalan santapan atas pengunjung, serta meningkatkan menu akan beraneka ragam atas materi halal akan gampang ditemui.
2. Buat pengunjung Non- Muslim akan mau mengadakan acara(perkawinan) ada hantaman terpaut perizinan, bisa ditangani atas sediakan bimbingan serta ketentuan buat pengunjung itu, serta bertanya atas MUI bila terdapat keragu- raguan dalam penajaan kegiatan.
3. Perbandingan ujung penglihatan antara pimpinan atas pegawai, bisa ditangani atas tingkatan komunikasi akan terbuka serta transparan
4. Minimnya alterasi hiburan, bisa ditangani atas melakukan aktivitas workshop serta penataran pembibitan, serta menyelenggarakan event tematik Islami.

Hambatan atas Penginapan Fahira Syariah

1. Kompetisi atas Penginapan Konvensional
Penginapan Fahira Syariah wajib sanggup bersaing atas cara segar atas hotel- hotel konvensional akan bisa jadi menawarkan sarana lebih beraneka ragam ataupun harga lebih bersaing.
2. Uraian serta Pemahaman Masyarakat
Tidak seluruh calon pengunjung paham sekeliling rancangan Penginapan Syariah, alhasil bimbingan serta advertensi akan pas dibutuhkan buat menarik atensi pelanggan.

3. Standar Pelayanan

Penginapan membenarkan kalau semua staff ataupun karyawan menguasai serta mempraktikkan prinsip-prinsip syariah dalam jasa tiap hari akan dapat jadi tantangan atau hambatan tertentu.

4. Jumlah kamar akan sedang terbatas

Penginapan Fahira Syariah mempunyai jumlah kamar akan sedang terbatas dibanding atas penginapan lain di bintang akan serupa. Perihal ini jadi salah satu tantangan dalam tingkatkan pemasukan, paling utama dikala masa liburan.

5. Regulasi serta Sertifikasi

Penginapan mendapatkan sertifikasi halal serta membenarkan disiplin keatas regulasi syariah akan menginginkan cara lumayan lingkungan serta menyantap waktu.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Bersaing atas cara segar atas Penginapan Non- Muslim

Penginapan Fahira Syariah bersaing atas cara segar atas Penginapan Non- Muslim di Bukittinggi atas mempraktikkan strategi penjualan berplatform syariah tanpa melepaskan mutu layanan serta sarana. Sebuatan metode penginapan ini senantiasa bersaing atas menawarkan layanan akan cocok atas prinsip Islam, semacam kamar akan dilengkapi atas sajadah, Al- Qur' an, arah kiblat, serta santapan halal. Tidak hanya itu, tidak menyambut pengunjung akan bukan pendamping suami istri dalam satu kamar, akan jadi energi raih buat turis Mukmin akan mencari kenyamanan cocok syariah.

2. Posisi Penting serta Akses Mudah

Terdapat di pusat kota Bukittinggi, dekat atas Jam Gadang, Lobang Jepang serta Tahapan Sejuta, menjadikannya opsi penting buat turis, gampang dijangkau oleh pengunjung lokal ataupun luar wilayah, alhasil senantiasa bersaing segar atas penginapan konvensional akan pula menawarkan akses gampang ke subjek darmawisata.

3. Optimalisasi Strategi Penjualan Digital

Alat sosial semacam Instagram, TikTok, WhatsApp buat advertensi penginapan atas rancangan Islami serta pembuktian klien. Memakai program e- commerce

semacam Traveloka, Karcis. com, serta Agoda buat meluaskan capaian penjualan. Kemudian membuat konten menarik, semacam room tour, serta promo spesial. Setelah itu bertugas serupa atas influencer Mukmin serta travel blogger buat memberitahukan penginapan atas buatan turis Mukmin. Membuatkan insentif buat klien patuh, semacam program membership ataupun korting spesial buat klien akan balik menginap.

4. Adaptasi Harga serta Promo Musiman

Membiasakan harga kamar berlandasan atas masa liburan, okupansi, serta permohonan pasar, pula membuatkan harga istimewa buat kaum keluarga, komunitas, serta industri. Kemudian promo istimewa di momen khusus atas menawarkan promo menarik dikala bulan Ramadhan, Idul Fitri, serta tahun baruan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandasan atas hasil riset akan sudah dicoba, hingga pengarang bisa merumuskan kalau sehabis melaksanakan analisa atas cara kualitatif atas memakai perlengkapan analisa SWOT, matriks SWOT serta bagan berat angka. Ketiga perlengkapan analisa ini silih berhubungan, atas hasil analisa akan terakhir lewat bagan berat angka, hingga bisa dikemukakan kesimpulan kalau Analisa Strategi Penjualan dalam Tingkatkan Pemasukan atas Penginapan Fahira Syariah Kota Bukittinggi ialah selaku selanjutnya:

Strategi Penjualan di Penginapan Fahira Syariah membuktikan kalau Penginapan mempunyai daya dalam rancangan syariah akan istimewa, posisi penting, serta jasa akan cocok atas prinsip syariah. Analisa berat angka atas matriks SWOT akan mempunyai keseluruhan berat paling tinggi ialah analisa strategi SO(Strength- Opportunities) atas keseluruhan berat 3, 91. Penginapan Fahira Syariah pula hadapi perbuatan hambatan dalam tingkatkan pemasukan, ialah akan awal wajib dapat bersaing atas cara segar atas hotel- hotel konvensional, kemudian akan kedua tidak seluruh calon pengunjung paham rancangan Penginapan Fahira Syariah, akan ketiga penginapan membenarkan kalau semua karyawan menguasai serta mempraktikkan prinsip syariah dalam jasa tiap hari akan dapat jadi tantangan atau hambatan tertentu. Setelah itu jumlah kamar penginapan ini sedang terhitung sedikit dibanding atas penginapan lain akan bintang nya serupa. Serta hambatan akan terakhir ialah membenarkan sertifikasi halal serta membenarkan disiplin keatas regulasi syariah akan menginginkan cara lumayan lingkungan serta menyantap durasi.

Anjuran Dalam hasil riset ini, pengarang pula mau membuat saran- saran atas pihak Penginapan Fahira Syariah, pihak kampus, serta aku individu. InsyaaAllah kritik serta anjuran ini jadi donasi akan berguna buat kearah akan lebih bagus, saran- saran itu antara lain, Penginapan Fahira Syariah wajib menggunakan peluang- peluang akan terdapat serta mengoptimalkan daya akan dipunyai. Setelah itu Penginapan Fahira Syariah wajib bisa meminimalisir kelemahan- kelemahan akan terdapat buat tingkatkan pemasukan. Atas Universitas Islam Negara Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, akan ialah media menimba ilmu akan amat menolong Mahasiswa atau i dalam menggapai pertandingan akan dibutuhkan buat jadi pengajar akan handal. Hingga wajib diketahui, emendasi serta di pengawasan akan dicoba Universitas dikala penerapan aplikasi alun- alun amat memefeki dalam menggapai kompetensi jadi pengajar profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia, I. A.(2007). Standar Akuntansi Finansial. Jakarta: Salemba 4.
- Kotler, P., & Amstrong, Gram.(2012). Dasar- Dasar Penjualan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, Gram.(2008). Prinsio- Prinsip Penjualan. Jakarta: Erlangga.
- Harian:
- Dentiyana, T. P., & Febrian, A.(2024). Analisa Strategi Penjualan Paket Darmawisata dalam Menarik Atensi Pelanggan. Harian Ekonomi serta Bidang usaha 2(12).
- Indonesia, I. A.(2007). Standar Akuntansi Finansial. Jakarta: Salemba 4.
- Prayoga, F., & Febrian, A.(2024). Efek Advertensi dann Strategi Pemasaran keatas Kemajuan Upaya Busana Gerai Berhasil Mampu Pasar Aur Kota Bukittinggi Buat Perspektif Bidang usaha Syariah. Harian Manajemen serta Bidang usaha Syariah.
- Rahmawati, A.(2019). Strategi Pemasarann Penginapan. Rianeka Membuat.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H.(2011). Filosofi serta Permasalahan Manajemen Penjualan Pelayanan. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ekstrak, D.(2022). Analisa Strategi Penjualan anak Tingkatkan Pemasaran atas Ayam Geprek Bengis Taskurun. Research In Accounting Journal, Vol. 2(1).
- Sudirman, S., & M, M. I.(2023). Strategi Penjualan. Tamalanrea: Intelektual Buatan Nusantara.

