



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi bisnis yang tepat untuk Hotel Bethara Syariah di Bandar Lampung yang berbasis syariah dan segmentasi pelanggannya berfokus pada wisatawan keluarga dan wisatawan religi. Latar belakang penelitian ini dilandasi untuk meningkatkan laba hotel dengan menggunakan pendekatan kompetitif seperti strategi biaya rendah untuk menargetkan pelanggan di pasar yang lebih luas dan banyaknya jumlah pelanggan yang semakin sensitif terhadap harga. Dengan meningkatnya akomodasi dan perhotelan syariah serta banyaknya wisata alam yang membuat berkembangnya sektor pariwisata di Bandar Lampung, dapat memberikan peluang bagi Hotel Bethara Syariah untuk mengembangkan pasarnya. Faktor-faktor seperti pajak dan peraturan pemerintah sangat berdampak terhadap operasional hotel dalam mendapatkan pelanggan pemerintahan walaupun pajak tersebut dapat berkontribusi untuk pembangunan infrastruktur daerah. Faktor ekonomi yang berfluktuatif dan gaya hidup masyarakat dapat menurunkan minat pelanggan yang menginap. Ketika bersaing di dalam industri perhotelan, hambatan masuk bagi pendatang baru seperti hotel baru non-bintang, penginapan alternatif seperti OYO dan RedDoorz memberikan daya tarik dengan memberikan harga yang relatif murah sehingga kualitas pelayanan Hotel Bethara Syariah perlu ditingkatkan. Dengan adanya tren wisata halal dan pertumbuhan ekonomi daerah yang positif, dapat memberikan peluang besar bagi hotel syariah berkembang dengan penerapan strategi bisnis terutama dalam menggunakan media digital, kerjasama dengan agen perjalanan wisata, dan pelatihan staf yang dapat bekerjasama serta pengelolaan masukan pelanggan untuk meningkatkan efisiensi, profitabilitas perusahaan, dan memberikan kenyamanan serta keamanan bagi pelanggan.

**Kata Kunci:** Hotel Syariah, Strategi Pemasaran, Persaingan Industri, Kepuasan Pelanggan, Perpajakan



## ***ABSTRACT***

This study aims to formulate an appropriate business strategy for Hotel Bethara Syariah in Bandar Lampung, which operates based on Islamic principles and targets customer segments focused on family and religious tourism. The background of this research is driven by the need to increase hotel profits using a competitive approach, such as a low-cost strategy to reach a wider market and address the increasing price sensitivity of customers. The rise of Sharia-compliant accommodations and the abundance of natural tourist attractions in Bandar Lampung present opportunities for Hotel Bethara Syariah to expand its market. Factors such as taxation and government regulations significantly affect hotel operations, especially in attracting government clients, although these taxes can contribute to regional infrastructure development. Economic fluctuations and changes in lifestyle may reduce customer interest in staying at the hotel. In the competitive hospitality industry, new entrants such as non-star hotels and alternative accommodations like OYO and RedDoorz offer low prices, creating pressure on Hotel Bethara Syariah to improve its service quality. The growing trend of halal tourism and the region's positive economic growth provide promising opportunities for Sharia hotels to grow, particularly through the implementation of business strategies involving digital media marketing, partnerships with travel agencies, staff training in teamwork, and effective customer feedback management to improve efficiency, profitability, comfort, and customer safety.

**Keywords:** Sharia Hotel, Marketing Strategy, Industry Competition, Customer Satisfaction, Taxation