

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS SYARIAH SEBAGAI  
PENUNJANG PEMASARAN HOTEL SYARIAH ANDALUS  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Oleh  
**FONDRA PRASETYO UTOMO**  
NIM: G94219148



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PRODI STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN

Saya, Fondra Prasetyo Utomo, G94219148, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 23 Juni 2023.



Fondra Prasetyo Utomo  
NIM: G94219148

Surabaya, 9 Juni 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,



**Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.Si.**

**NIP: 198106062009012008**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS SYARIAH SEBAGAI**  
**PENUNJANG PEMASARAN HOTEL SYARIAH ANDALUS**  
**SURABAYA**

Oleh  
Fondra Prasetyo Utomo  
NIM : G94219148

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 3 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

**Susunan Dewan Penguji :**

1. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.Si.  
NIP. 198106062009012008  
(Penguji 1)
2. Nurul Lathifah, S.A., M.A.  
NIP. 198905282018012001  
(Penguji 2)
3. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM.  
NIP. 199305032019032020  
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM.  
NIP. 199308172020122024  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan**

.....  
.....  
.....  
.....



Surajul Arifin, S.Ag. S.S, M.E.I.  
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fondra Prasetyo Utomo  
NIM : G94219148  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah  
E-mail address : g94219148@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS SYARIAH SEBAGAI PENUNJANG PEMASARAN HOTEL  
SYARIAH ANDALUS SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Mei 2024  
Penulis



( Fondra Prasetyo Utomo )  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

Strategi pemasaran syariah pada suatu perusahaan yang berkonsep hotel Syariah merupakan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah tamu yang menginap di Hotel Syariah Andalus Surabaya akibat dari pandemi Covid19. Penilaian konsep strategi pemasaran syariah yang sesuai syariah ini menilai variabel Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Manusia (*People*), Proses (*Process*), dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dengan aturan-aturan syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan dan mengetahui bagaimana konsep strategi pemasaran syariah dan penerapannya di Hotel Syariah Andalus Surabaya, serta merumuskan rancangan strategi pemasaran dengan menggunakan analisa SWOT. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Bauran pemasaran syariah dan teori tentang prinsip pemasaran yang sesuai dengan etika bisnis Rasulullah SAW, serta analisis SWOT sebagai cara membuat rancangan strategi pemasaran yang sesuai dengan Hotel Syariah Andalus Surabaya saat ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, observasi, kajian pustaka baik bersumber data buku ataupun jurnal, sedangkan untuk aspek penilaiannya yaitu ditinjau dari Al-Qur'an, Hadits, dan prinsip pemasaran syariah yang berkaitan dengan penelitian.

Penelitian ini menghasilkan konsep strategi pemasaran berdasarkan variable 7P atau bauran pemasaran yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Kemudian berdasarkan hasil dari analisa SWOT Hotel Syariah Andalus Surabaya disarankan menggunakan strategi *Growth Oriented Strategy* dan dari empat strategi tersebut (SO, WO, ST, WT) digunakan untuk diterapkan dalam pengembangan strategi pemasaran Hotel Syariah Andalus Surabaya.

Kata Kunci: Hotel Syariah, Pemasaran Syariah, Analisis SWOT

## **ABSTRACT**

*The sharia marketing strategy in a company with a sharia hotel concept is the main issue to be discussed in this study. The background of this research is the decrease in the number of guests staying at Hotel Syariah Andalus Surabaya as a result of the Covid19 pandemic. The assessment of the sharia-compliant marketing strategy concept assesses the variables of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence with the rules of sharia.*

*The purpose of this study is to describe and find out how the concept of sharia marketing strategy and its application at the Andalus Syariah Hotel Surabaya, as well as formulate a marketing strategy design using SWOT analysis. The theory used in this study is the theory of sharia marketing mix and the theory of marketing principles that are in accordance with the business ethics of Rasulullah SAW, as well as SWOT analysis as a way to design a marketing strategy that is in accordance with the current Syariah Hotel Andalus Surabaya.*

*The method used in this study is a type of qualitative research, observation, literature review both sourced from book or journal data, while the aspects of the assessment are in terms of the Al-Qur'an, Hadith, and sharia marketing principles related to research. This research resulted in a marketing strategy concept based on the 7P variable or a marketing mix adapted to sharia principles.*

*Then based on the results of the SWOT analysis of Hotel Syariah Andalus Surabaya, it is suggested to use the Growth Oriented Strategy and of the four strategies (SO, WO, ST, WT) to be used in developing the marketing strategy of Hotel Syariah Andalus Surabaya.*

*Keywords: Sharia Hotel, Sharia Marketing, SWOT Analysis*

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>DECLARATION</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah</b> .....	9
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA</b> .....	13
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	13
4.1.1 Hotel Syariah .....	13
4.1.2 Strategi Pemasaran Syariah.....	16
4.1.3 Strategi Bauran Pemasaran Syariah .....	21
4.1.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	24
4.1.5 Matriks IFE dan EFE .....	26
4.1.6 Analisis SWOT .....	29
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	34
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	42
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	43



<b>3.1 Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 Definisi Operasional.....</b>	<b>44</b>
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>47</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>48</b>
<b>BAB 4 PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>51</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Hotel Syariah Andalus Surabaya .....	51
4.1.2 Visi dan Misi Hotel Syariah Andalus Surabaya.....	52
4.1.3 Struktur Organisasi Hotel Syariah Andalus Surabaya .....	52
4.1.4 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab .....	52
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>56</b>
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	56
4.2.2 Analisis Marketing <i>Mix Syariah</i> Hotel Syariah Andalus Surabaya .....	57
4.2.3 Analisis Pemasaran Syariah Berdasarkan Etika Bisnis Rasulullah SAW. 72	
4.2.4 Analisis Lingkungan Internal .....	81
4.2.5 Analisis Lingkungan Eksternal .....	83
4.2.6 Matriks IFE dan EFE .....	83
4.2.7 Analisis SWOT Hotel Syariah Andalus Surabaya .....	90
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>99</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>100</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Hotel Syariah Andalus Surabaya	50
Tabel 4.2	Type dan Harga Kamar Hotel Syariah Andalus Surabaya	54
Tabel 4.3	Matriks IFE	75
Tabel 4.4	Matriks EFE	79
Tabel 4.5	Matriks SWOT	83
Tabel 4.6	Matriks SWOT	84



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Hotel Syariah Andalus Surabaya	50
Gambar 4.2	Diagram SWOT	82



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Biodata peneliti
- Lampiran 2 Instrumen wawancara pengelola Hotel Syariah Andalus Surabaya
- Lampiran 3 Dokumentasi observasi
- Lampiran 4 Halaman beranda oyorooms.com
- Lampiran 5 Kuesioner pengelola Hotel Syariah Andalus Surabaya
- Lampiran 6 Kuesioner tamu Hotel Syariah Andalus Surabaya
- Lampiran 7 Surat keterangan bebas plagiasi



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *JIM*, 17(2), 58–70.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96.
- Azizah, N., Hamang, M. N., & Hannani. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Syariah pada Hotel Syariah Atiqa Pinrang. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(1), 1–16.
- Basalamah, A. (2011). Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air. *BINUS BUSINESS REVIEW*, 2(2), 763–769.
- Effendi Nur Ika. (2022). *Strategi Pemasaran - Google Books*. 0–206. [https://www.google.co.id/books/edition/Strategi\\_Pemasaran/u-aWEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran/u-aWEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Fauzan, M., Akramiah, N., & Sutiko, B. (2018). Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 2(2), 104–117.
- Gunawan, A., & Hadi, W. (2013). Perkembangan Hotel Inna Garuda Yogyakarta Sebagai Hotel MICE di Kota Pariwisata Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 4(2), 17–31.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam - Google Books* (Suryani, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Deepublish Publisher. [https://www.google.co.id/books/edition/Buku\\_Ajar\\_Manajemen\\_Pemasaran\\_Islam/MEuGDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=buku+strategi+pemasaran+syariah+berdasarkan+sifat+nabi&pg=PA50&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam/MEuGDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=buku+strategi+pemasaran+syariah+berdasarkan+sifat+nabi&pg=PA50&printsec=frontcover)
- Harisudin, M. (2019). Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *Agrisaintifika*, 3(2), 109–121.
- Izzuddin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 25–33.
- Jatmiko, H., & Sandy, S. R. O. (2020). Studi Potensi Pengembangan Hotel Berbasis Syariah di Kota Jember. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(1), 51–60. [www.gomuslim.co.id](http://www.gomuslim.co.id)
- Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai ... - Dr. Redi Panuju, M.Si. - Google Books*. (n.d.).

Retrieved January 7, 2023, from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=psLvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Strategi+pemasaran+menurut+Philip+Kotler&ots=rvWGP9OPBm&sig=BRt52MUINCFGg\\_N8qd86gJhWhjQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Strategi%20pemasaran%20menurut%20Philip%20Kotler&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=psLvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Strategi+pemasaran+menurut+Philip+Kotler&ots=rvWGP9OPBm&sig=BRt52MUINCFGg_N8qd86gJhWhjQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Strategi%20pemasaran%20menurut%20Philip%20Kotler&f=false)

- Lubis, H. K., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Analisis Faktor Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah di Kota Medan. *JIEM (Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen)*, 2(1), 102–110.
- Maghfirah, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Hotel Yang Berbasis Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Dan Marketing Syariah (Studi Kasus di Hotel Wali Songo Surabaya). *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 64–74.
- Manajemen Keperawatan - Google Books*. (n.d.). Retrieved January 7, 2023, from [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Keperawatan/1d5EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=SWOT+menurut+Philip+Kotler&pg=PA38&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Keperawatan/1d5EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=SWOT+menurut+Philip+Kotler&pg=PA38&printsec=frontcover)
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin*, 2(1), 15–26.
- Nggini, Y. H. (2019). Analisis SWOT (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 141–152.
- Nur, M. F., & Rahmawati, L. (2022). Analisis SWOT Produk Pembiayaan Di Bank Muamalat Pada Masa Pandemi. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.481>
- Pradesyah, R., & Bara, A. (2019). Analisis Sistem Pengawasan MUI Terhadap Hotel Syariah Di Kota Medan. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 455–471.
- Pratiwi, E. K. (2017). Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta (Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016). *CAKRAWALA: Jurnal Studi Islam*, 12(1), 75–89.
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner* (D. M. Wijayanti, Ed.; 1st ed., Vol. 1). CV. Pilar Nusantara. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ST8pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=analisis+swot&ots=-B9E-pQLx-&sig=v4seQfftlSaIXty2sZ5pgQMWjrQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=analisis%20swot&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ST8pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=analisis+swot&ots=-B9E-pQLx-&sig=v4seQfftlSaIXty2sZ5pgQMWjrQ&redir_esc=y#v=onepage&q=analisis%20swot&f=false)

- Sanjaya, V. F., Shelawati, D., Ghati, L., & Berama. (2020). IFE EFE dan Grand Strategy Industri Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 159–170. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/RJMBI>
- Sari, I. D. O., & Rahmawati, L. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam UMKM Olahan Laut. *AL-ISTISHOT: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 55–68.
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 1(1), 30–42.
- Susilo, B. A., Widodasih, R. R. W. K., & Satpatmantya BR, K. (2023). ANALISA SWOT KEBERHASILAN USAHA PADA PRODUK PEWANGI LAUNDRY “MJL” (STUDI PADA TOKO HAYYU BERKAH DI CIKARANG SELATAN). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 1140–1147.
- Syahdanur. (2015). Selling Skill; Rasulullah Shallallahu Alaihi Wa Sallam dalam Menjual. *Jurnal Ekonomi KIAMAT*, 26(2), 43–46.
- Syuhri, S. (2021). Manajemen Industri Halal pada Hotel Syariah. *Media Nusantara*, 2(2), 113–132.
- Tambunan, R. J., & Agushinta R, D. (2020). Analisis Strategi Bisnis PT. Tolu dengan Pendekatan BMC Menggunakan Metode EFAS, IFAS, dan SWOT. *SISTEMASI*, 9(3), 435–443.
- Teknik Analisis SWOT - Fajar Nur'aini Dwi Fatimah - Google Books*. (n.d.). Retrieved December 18, 2022, from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CRL2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=analisis+swot&ots=NVPDIybxix&sig=zvh38jJFBikHpve5CgXVNPvrsts&redir\\_esc=y#v=onepage&q=analisis%20swot&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=CRL2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=analisis+swot&ots=NVPDIybxix&sig=zvh38jJFBikHpve5CgXVNPvrsts&redir_esc=y#v=onepage&q=analisis%20swot&f=false)
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 29–66. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- Zainuri, M., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2019). Analisis SWOT Sebagai Dasar untuk Merencanakan Strategi Pemasaran (Studi pada Ciptaningati Culture Hotel). *JAGABI*, 8(1), 40–50.