



## Analisis Strategi Marketing Mix dalam Upaya Menarik Minat Pelanggan di Cottage Eco Park Syari'ah Tan Kayo Nagari Malalo Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar dalam Perspektif Bisnis Islam

Fatimah Balqis Azzahra<sup>1\*</sup>, Novera Martilova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

E-mail: [fatimahbalqisazzahra@gmail.com](mailto:fatimahbalqisazzahra@gmail.com)<sup>1</sup>, [martilovanovera@gmail.com](mailto:martilovanovera@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Korespondensi penulis: [fatimahbalqisazzahra@gmail.com](mailto:fatimahbalqisazzahra@gmail.com)

**Abstract.** This research was motivated by the decreasing number of customers at the Eco Park Syariah Tan Kayo cottage and the services and facilities provided were not optimal. The purpose of this research is to analyze the marketing mix strategy implemented by Eco Park Syariah Tan Kayo cottage in an effort to attract customer interest and to analyze the obstacles to the marketing mix strategy implemented by Eco Park Syariah Tan Kayo cottage in attracting customer interest. This type of research is research using a qualitative approach. The primary data source is Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo. Secondary data in this research consists of the organizational structure of archival data, documents, reports and other books related to this research. The collected data was then analyzed using descriptive methods. The data collection methods used in this research are literature study, interviews, observation and documentation. The result of this research is that the marketing strategy carried out by Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo is by using the 7P marketing mix application which consists of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence that do not conflict with Islamic business law. Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo developed a special marketing strategy that is able to attract customer interest by differentiating the facilities and rules that apply so that they are different from other accommodations, besides that customers feel safe and comfortable because they have carried out a muamalah process that is based on sharia and of course avoid adultery because of the strict selection of guests at Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo.

**Keywords:** Strategy, Marketing Mix, Interest.

**Abstrak.** Penelitian ini dilatar belakangi oleh menurunnya jumlah pelanggan atas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo serta pelayanan dan fasilitas akan diberikan belum maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apa strategi marketing mix akan diterapkan cottage Eco Park Syariah Tan Kayo dalam upaya menarik minat pelanggan serta menganalisis kendala dari strategi marketing mix akan dilakukan cottage Eco Park Syariah Tan Kayo dalam menarik minat pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian atas menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data primer ialah pihak Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo. Data sekunder dalam penelitian ini terdiri atas struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku lain sebagainya akan berkenaan atas penelitian ini. Data akan terkumpul kemudian di analisis menggunakan metode deskriptif. Metode pengumpulan data akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran akan dilakukan oleh Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo adalah atas menggunakan aplikasi marketing mix 7P akan terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence akan tidak bertentangan atas syariat bisnis islam. Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo mengembangkan strategi pemasaran khusus akan mampu menarik minat pelanggan atas cara membedakan fasilitas dan aturan akan diberlakukan agar berbeda atas penginapan-penginapan lain, selain itu pelanggan merasa aman dan nyaman karena telah melakukan proses muamalah akan berlandaskan syari'ah dan tentunya terhindar dari zina karena ketatnya seleksi penerimaan tamu di Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo.

**Kata Kunci:** Strategi, Marketing Mix, Minat.

## **1. LATAR BELAKANG**

Dikala ini di Indonesia, kemajuan bidang usaha pula meningkat hebat dari hari ke hari dimana nyaris tiap hari seluruh orang ikut serta dalam bisnis benda ataupun pelayanan. Beragam keinginan hidup akan butuh diatasi mulai dari keinginan raga sampai keinginan intelektual. Kompetisi bidang usaha dikala ini haruslah tidak berubah- ubah serta tembus pandang dalam usaha pelampiasan keinginan pelanggan disamping industri menjaga pandangan industri di tengah- tengah kompetisi dampingi industri. Salah satunya atas pabrik pelayanan, akan mana saat ini ini industri akan bekerja di zona pelayanan ialah telekomunikasi, perbankan, pemindahan serta hotel bertumbuh terus menjadi kilat alhasil kompetisi antara lain jadi terus menjadi kencang.

Pelayanan bagi Berpanjang- panjang Lupiyoadi ialah aktivitas ataupun aksi akan tidak berbentuk akan ditawarkan oleh pihak satu ke pihak akan lain. Industri akan bekerja di zona pelayanan itu mempunyai peluang akan lumayan besar untuk meningkatkan sektornya bila sanggup penuhi kemauan pelanggan. Terpaut kemajuan itu tidak hingga dipengaruhi oleh satu aspek, hendak namun ada sebagian pandangan akan memerlukan diperhitungkan serta dicermati untuk menghasilkan calon pelanggan terpikat supaya esoknya dapat jadi klien( pelanggan senantiasa).( Lupiyoadi, R.,& Hamdani, 2008, h. 6)

Kegiatan dalam aspek pariwisata mempunyai akibat akan besar disebabkan keterkaitannya atas bermacam aktivitas dan zona ekonomi akan lain. Kegiatan akan berhubungan pariwisata misalnya merupakan pemindahan( hawa, laut, bumi), restoran, serta cottage( hotel). Cottage selaku sarana fasilitas dalam resort darmawisata ialah suatu bidang usaha di zona pelayanan akan berbentuk bangunan- bangunan terpisah dimana terdiri dari bermacam layanannya akan disewakan buat keluarga, perorangan akan dilengkapi atas sarana tamasya. Cottage sejenis Penginapan dimana pemakaian tanah akan besar serta bermacam- macam diperlukan sebab wujud bangunannya akan atas umumnya berpadu atas alam, suatu gedung umumnya tidak lebih dari 2 kamar ataupun homestay. Cottage merupakan sesuatu sarana darmawisata akan sediakan sarana buat menginap di wilayah tujuan darmawisata akan dibesarkan buat membagikan jasa buat turis akan tiba.

Nagari Malalo terdapat di pinggir telaga singkarak akan memiliki garis tepi laut akan lumayan jauh. Atas terdapatnya garis tepi laut ini terus menjadi banyaknya pebisnis akan terpikat membuat cottage( hotel) selaku sarana darmawisata. Salah satu aspek penting dalam memastikan energi saing itu merupakan strategi penjualan cottage dalam usaha menarik atensi klien. Oleh karena itu, pebisnis wajib betul- betul paham kemauan serta keinginan klien hendak produk ataupun pelayanan akan ditawarkan.

Eco Park Syari' ah Tan Kayo merupakan darmawisata akan berplatform syariah akan terletak di Nagari Malalo Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah datar, dikala ini Eco Park Syariah Tan Kayo mempunyai 8 cottage( hotel) selaku sarana darmawisata. Cottage ini menggunakan kemampuan alam wilayah telaga selaku energi raih dalam usaha menarik atensi klien ataupun wisatawan serta pula atas advertensi dan jemput bola dimana pedagang aktif menawarkan produk ataupun pelayanan langsung atas pelanggan.

Cottage( hotel) dalam kemajuannya, pastinya harus memiliki strategi akan betul serta bagus terpaut penuh impian klien, karena letaknya klien ialah suatu kunci berhasil di zona bidang usaha dan industri sendiri selaku pijakan kemampuan hasil pemasaran.

Beraneka ragam hotel bagus syariah atau konvensional silih bersaing dalam meningkatkan serta tingkatan jasa dan prasarannya untuk berkompetisi atas kompetitornya serta buat menjaga pandangan industri serta melindungi kepatuhan pelanggan. Salah satu perihal akan jadi pembeda antara suatu cottage( hotel) atas hotel akan lain yakni alat raga, cara, jasa, posisi, advertensi, harga, dan produk. Tiap- tiap hotel hendak berusaha buat berikan akan terbaik buat menaikkan value added( angka imbuh) akan tidak serupa keatas pelayanan serta produk sampai pelayanannya atas klien. Berikutnya, angka imbuh inilah akan menghasilkan pembeda dampingi tiap hotel akan menyebabkan seorang mempunyai alibi sendiri dalam memilah hotel itu dibanding atas hotel akan lain. Untuk memperoleh hasil akan maksimal diperlukan aplikasi manajemen penjualan buat memunculkan atensi atas klien supaya mengingap. Tetapi, meski bermacam hotel bersaing buat menarik atensi klien para pelakon upaya senantiasa wajib bersaing segar serta senantiasa wajib mengutamakan kebahagiaan klien supaya bermacam pihak tidak merasa dibebani semacam dalam sabda Allah surah An- Nisa bagian 29.

Allah SWT berfirman dalam surah An-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai banyak orang akan beragama, janganlah kalian silih menyantap harta sesamamu atas jalur akan batil, melainkan atas jalur perniagaan akan legal atas senang sama- suka di antara kalian. Serta janganlah kalian menewaskan dirimu, sebetulnya Allah merupakan Maha Pengasih keatasmu.

Bidang usaha hotel sendiri didalamnya ada akan namanya penjualan. Penjualan yakni aktivitas akan dicoba atas menggunakan strategi akan sudah terencana dalam perihal penyampaian data hal jasa cottage( hotel) atas klien lewat pemberian dorongan atas calon klien dalam memastikan catatan akan di informasikan pihak cottage buat berikutnya dicoba analogi

atas bermacam opsi akan lain. Marketing mix yakni strategi akan mencampurkan bermacam aktivitas marketing biar tercipta campuran akan maksimal akan dapat membagikan hasil akan melegakan.

Selanjutnya jumlah klien akan menginap di cottage Eco Park Syaria'ah Tan Kayo Nagari Malalo tahun 2023:

**Tabel 1. Jumlah pelanggan akan menginap Bulan Januari-Agustus tahun 2023**

No	Bulan	Jumlah Pelanggan akan menginap
1	Januari	70 orang
2	Februari	75 orang
3	Maret	70 orang
4	April	60 orang
5	Mei	60 orang
6	Juni	60 Orang
7	Juli	50 orang
8	Agustus	50 orang

Bersumber atas bagan diatas bisa dikenal kalau jumlah klien akan menginap di cottage Eco Park Syaria'ah Tan Kayo atas bulan Januari ke Februari hadapi eskalasi, tetapi atas bulan Maret serta berikutnya klien akan menginap hadapi penyusutan. Perihal ini menyebabkan perlunya strategi penjualan dalam usaha menarik atensi klien buat terpicat menginap di cottage Eco Park Syaria'ah Nagari Malalo.

Bersumber atas dari riset terdahulu sebenarnya strategi penjualan cottage( hotel) amat di perlukan buat bisa tingkatkan energi raih serta memohon klien buat menginap di cottage Eco Park Syaria'ah Tan Kayo itu, alhasil periset terpicat buat melaksanakan riset ini atas judul: Analisis Strategi Marketing Mix dalam upaya menarik minat pelanggan di Cottage Eco Park Syari'ah Tan Kayo Nagari Malalo Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar dalam Perspektif Bisnis Islam.

Riset ini bermaksud buat memandang gimana strategi penjualan akan dicoba cottage Eco Park Syaria'ah Tan Kayo supaya bisa menarik atensi klien buat menginap.

## **2. METODE PENELITIAN**

Tipe Riset ini merupakan Riset Kualitatif ialah sesuatu cara riset serta uraian akan bersumber atas atas tata cara akan menyelidiki sesuatu kejadian sosial serta permasalahan orang, alas filosofi digunakan selaku pembimbing supaya fokus riset cocok atas kenyataan di alun- alun. Riset ini dicoba di Nagari Malalo Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah datar. Tipe informasi akan dipakai dalam riset ini merupakan informasi pokok serta inferior. Informasi riset ini berbentuk informasi akan didapat dari hasil tanya jawab serta pemantauan.

Informan kunci ialah dari Ayah Apriyadi Administrator Marketing cottage Eco Park Syariah Tan Kayo Nagari Malalo Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah datar

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Strategi *Marketing Mix* dalam Upaya menarik minat pelanggan di Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo Nagari Malalo Kec.Batipuh Selatan Kab.Tanah Datar dalam Perspektif Bisnis Islam**

##### **a. Produk (*Product*)**

Bisa disimpulkan dari hasil riset itu kalau klien terpikat buat menginap di cottage Eco Park Syariah Tan Kayo sebab jasa nya akan baik serta melegakan.

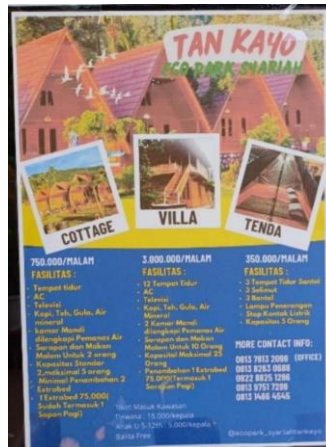
Dari bidang sarana, strategi produk akan dicoba cottage Eco Park Syariah Tan Kayo ialah sediakan sarana indoor serta outdoor sebab Cottage akan terletak dikawasan darmawisata. Sarana indoor merupakan suatu sarana akan diadakan oleh cottage( hotel) buat kenyamanan para pengunjung ataupun klien, beberapa barang ataupun tempat akan diperlukan oleh klien di dalam ruangan. Cottage Tan Kayo sediakan: tempat tidur, AC, tv, kopi, the, gula, air mineral, kamar mandi dilengkapi pemanas air, akumulasi 2 extrabed. Sarana outdoor merupakan sarana akan merujuk atas bentuk ataupun properti akan didesain buat dipakai diluar ruangan. Cottage Tan Kayo sediakan: kolam renang, playground, restoran, café, tanah parkir, panorama alam alam ialah telaga serta pegunungan dan meediakan tempat buat tamasya akan lumayan besar.

kalau cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah melaksanakan strategi produk atas bagus, bagus dari bidang jasa ataupun dari bidang sarana. Atas terdapatnya sarana outdoor serta indoor akan mencukupi alhasil menarik atensi klien buat menginap di cottage Eco Park Syariah Tan Kayo.

Dalam analisa strategi marketing mix atas produk bisa diamati kalau produk telah cocok bidang usaha syariah ialah produk akan di tawarkan mempunyai mutu akan bagus serta tidak memiliki faktor ketidakpastian ataupun gharar.

##### **b. Harga (*price*)**

Bersumber atas riset akan sudah dicoba, dalam strategi marketing mix atas harga akan dicoba cottage Eco Park Syariah Tan Kayo, dalam memutuskan harga mereka tidak memberati klien, harga akan meraka tetapkan cocok atas produk akan mereka jual. Tidak terdapat ketakjujuran dalam penentuan harga.



**Gambar 1. Brosur Cottage Eco Park Syaria'ah Tan Kayo**

Bersumber atas lukisan diatas kalau Eco Park Syaria'ah Tan Kayo memutuskan harga 1 Cottage nya atas harga 750. 000 atau malam telah atas sarana akan sudah ada dan makan pagi pagi serta makan malam buat 2 orang, akumulasi 1 extrabed atas harga 75. 000( telah tercantum 1 makan pagi pagi).

**Tabel 2. Harga tiket masuk Eco Park Syaria'ah Tan Kayo**

Jenis Tarif	Harga
Dewasa	Rp. 15.000/kepala
Anak-anak (usia 12 tahun)	Rp. 5.000/kepala
Parkir mobil pribadi	Rp. 5.000

*Sumber: wawancara atas tanggal 10 Mei 2024*

Bayaran diatas legal buat tiap hari, di hari lazim ataupun hari prei. Para wisatawan akan tiba ke darmawisata Eco Park Syaria'ah Tan Kayo cuma butuh melunasi harga karcis masuk sebesar 15 ribu rupiah buat berusia serta 5 ribu rupiah buat anak akan telah berumur 12 tahun. Buat klien ataupun wisatawan akan telah memesan cottage dikawasan darmawisata buat menginap harga karcis masuk dikurang 5 ribu rupiah jadi 10 ribu rupiah. Buat bayaran parkir cuma dikenakan untuk wisatawan akan bawa alat transportasi individu cakra 4( mobil), tidak hanya itu tidak dikenakan bayaran parkir, wisatawan akan tiba memakai bis pariwisata ataupun pelayanan persewaan mobil tidak butuh melunasi duit parkir.

kalau cottage Eco Park Syaria'ah Tan Kayo sudah melaksanakan strategi marketing mix atas bagian harga ialah, buat menarik atensi klien mereka meberikan

discount atas keadaan- keadaan khusus, mereka pula memasang harga standar cocok atas sarana akan diadakan dan bisa membagikan kebahagiaan atas klien.

Dalam analisa strategi marketing mix cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah memasang harga akan cocok atas prinsip bidang usaha syariah ialah memasang harga akan tidak kelewatan serta cocok atas sarana akan diserahkan. Dari harga itu hendak terjalin perjanjian akan disetujui antara pedagang serta konsumen atas dasar silih ridho.

c. Tempat( place)

Strategi posisi akan diresmikan cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah cocok, dimana posisi akan penting, gampang di mencapai serta terletak di tepi jalur. kawasannya berasosiasi atas area darmawisata Eco Park Syariah Tan Kayo. Terletak di kaki Busut Barisan serta di pinggir Telaga Singkarak akan buatnya mempunyai energi raih atas alamnya sedang amat asri dan wisatawan ataupun klien bisa menikmati panorama alam bagus Telaga Singkarak akan menawan dari dekat.

Akses jalur mengarah posisi akan telah baik bisa mempermudah wisatawan ataupun klien buat menggapai cottage Eco Park Syariah Tan Kayo. Namun untuk beberapa wisatawan ataupun klien akses jalur mengarah posisi lumayan jauh serta ekstrim, sebab posisi cottage akan terletak di perkampungan.

Kalau strategi marketing mix atas variable place, sedang belum maksimum terealisasi sebab posisi akan lumayan jauh serta ekstrim dan akses jalur akan kecil. Namun atas strategi posisi cottage akan terletak di pinggir telaga serta perbukitan menarik atensi banyak wisatawan ataupun klien sebab bisa menikmati panorama alam akan bagus serta asri.

Dalam analisa strategi marketing mix cottage Eco Park Syariah Tan Kayo atas posisi telah cocok bidang usaha syariah, ialah sediakan sarana ibadah untuk kelancaran ibadah wisatawan semacam terdapatnya mushalla, terdapatnya zona parkir akan besar, serta tersedianya sajadah di masing- masing kamar cottage buat di gunakan para klien akan menginap.

d. Advertensi( promotion)

Strategi advertensi akan dicoba cottage Eco Park Syariah Tan Kayo, dini advertensi terjalin sebab mouth to mouth dari wisatawan ataupun klien akan tiba buat hanya tamasya serta potret- potret dan sebagian menginap di cottage, para wisatawan memposting di alat sosial kemudian men catat Eco Park Syariah Tan Kayo di alat sosial tiap- tiap. Setelah itu Eco Park Syariah Tan Kayo terkini melaksanakan strategi advertensi semacam alat cap( surat kabar), alat sosial( Instagram, facebook, youtube,

tiktok), edaran serta carter konten creator, apalagi banyak konten creator akan mengiklankan Eco Park Syariah Tan Kayo tanpa dibayar. Seluruh advertensi akan dicoba telah berjalan atas efisien, perihal itu amat mempengaruhi dalam menarik atensi klien ataupun wisatawan. Atas advertensi akan dicoba pula membuat klien terus menjadi penasaran, paling utama klien akan belum sempat tiba.

kalau strategi marketing mix dalam menarik atensi klien di cottage Eco Park Syariah Tan Kayo Nagari Malalo atas bagian advertensi telah berjalan atas bagus tetapi sedang belum maksimum serta sedang terdapat metode lain akan belum dijalani oleh cottage Eco Park Syariah Tan Kayo semacam melaksanakan advertensi atas cara offline atas metode memasang plakat ataupun spanduk- spanduk atas lokasi- lokasi khusus.

Dalam analisa strategi marketing mix atas advertensi bisa diamati kalau cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah melaksanakan strategi cocok bidang usaha syariah, ialah dalam mengantarkan data tidak membagikan data akan tidak cocok ataupun pembohongan. Anutan islam amat menekankan supaya menjauhi faktor pembohongan ataupun membagikan data akan tidak betul untuk para klien.

e. Orang( people)

Strategi atas SDM( Pangkal Energi Orang) akan dicoba cottage Eco Park Syariah Tan Kayo, bila terdapat keluhan ataupun komplek dari klien para pegawai hendak mencermati keluhan itu atas bagus dan berupaya buat membagikan pemecahan, pegawai cottage pula melayani klien atas ramah serta berpakaian apik.

kalau strategi marketing mix dalam menarik atensi klien atas bagian orang ataupun pegawai( Pangkal Energi Orang) telah berjalan, atas mencermati keluhan serta komplek klien serta berupaya membagikan pemecahan bisa membagikan kenyamanan atas klien walaupun wajib terdapat penataran pembibitan ataupun bimbingan akan lebih maksimum lagi supaya klien puas atas jasa akan diserahkan.

Dalam analisa strategi marketing mix atas people cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah cocok bidang usaha syariah, mereka mempunyai pegawai pria serta wanita, ketentuan berpakaian untuk pegawai pria ialah berpakaian santun pula menutup aurat serta buat wanita harus mengenakan kerudung. Buat penerapan shalat Jum' at, pegawai wanita hendak mengambil alih posisi serta profesi pegawai pria atas dikala itu.

f. Fakta raga( physical evidence)

Bersumber atas hasil riset, strategi marketing mix dalam menarik atensi klien atas bagian physical evidence atas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah memakai



sarana akan modern, semacam AC, tv, lampu, bangku bebas, kamar mandi atas Toilet bersandar serta ada pula pemanas air, dan mempunyai aturan ruang akan menarik.



**Gambar 1. Tata ruang dan fasilitas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo**

Bisa diamati dari lukisan diatas kalau Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo nampak dari luar mempunyai 2 tipe gedung, berupa segitiga serta separuh bundaran. Cottage ini mempunyai bentuk rumah akan bagus, normal, serta nyaman tercantum asbes, bilik, pintu serta lantai. Konsep serta materi gedung memantulkan arsitektur vernakular serta bukti diri lokal. Dari luar ada tangga dan tempat bersandar serta meja buat bersantai. Mempunyai zona halaman main ataupun tempat tamasya akan besar.



*Sumber: Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo Nagari Malalo*

**Gambar 2. Tata ruang dan fasilitas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo**

Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo nampak dari dalam ada fasilitas- fasilitas cagak jasa serta pengurusan alhasil sistem penyusunan ruang serta kegiatan berjalan atas cara mendatar.

kalau cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah melaksanakan strategi marketing mix dalam menarik atensi klien atas bagian physical evidence( fakta raga). Semacam meyediakan fasilitas- fasilitas akan telah modern serta lain- lain.

Dalam analisa strategi marketing mix atas fakta raga telah cocok bidang usaha syariah, cottage Eco Park Syariah Tan Kayo sediakan perkakas shalat semacam sajadah di masing- masing kamar cottage serta terdapatnya mushalla.

g. Cara( process)

Bersumber atas hasil riset, atas aplikasi strategi cara, cottage Eco Park Syariah ini buka mulai jam 09: 00 pagi– 21: 00 malam, bila terdapat klien akan memesan cottage malam, harga hendak membiasakan. Cottage ini mempunyai merek syariah serta pasti saja klien ataupun pengunjung akan masuk wajib nyata, bila klien merupakan suami istri wajib diperlihatkan novel berjodoh ataupun KK, serta bila tidak terdapat hingga pihak cottage tidak dapat menyambut klien itu. Atas cara pemesanan serta administrasi cottage itu sendiri pula terdapat akan dicoba atas cara langsung ataupun tidak langsung. Cara langsung, klien memesan cottage buat menginap atas cara langsung di Posisi cottage serta melaksanakan cara administrasi atas cara langsung atas bagian administrasi cottage. Atas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo pula menyambut antaran tidak langsung ataupun system booking, ialah klien memesan cottage atas metode online lazim lewat telfon ataupun langsung whatsapp ke no Ayah Adek ataupun Ayah Riyan akan mengurus bagian cottage.

kalau cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah membiarkan strategi marketing mix atas bagian cara, alhasil atas strategi akan dicoba bisa menarik atensi klien buat menginap di cottage Eco Park Syariah Tan Kayo.

Dalam analisa strategi marketing mix atas cara cottage Eco Park Syariah Tan Kayo telah melaksanakan strategi cocok bidang usaha syariah, mereka hendak mengenali pengunjung terlebih dulu supaya tidak terdapatnya klien akan belum mempunyai jalinan suami istri menginap dalam satu kamar, hingga hendak di tanyai serta dimohon buat di lihatkan buktinya semacam Kartu Keluarga ataupun novel nikah.

## **Kendala dan solusi strategi marketing mix dalam upaya menarik minat pelanggan di Cottage Eco Park Syariah Tan Kayo**

- 1) Atas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo 2 kali memutuskan harga, dini buka harga 1 cottage 500. 00 atau malam, bertepatan atas 22 Desember 2022 harga berganti jadi 750. 000 atau malam. Sebab terdapatnya pergantian harga itu timbul hambatan semacam: komplein ataupun keluhan dari klien lama akan telah sempat tiba menginap di cottage atas dikala harga sedang 500. 000 atau malam.

Jalan keluarnya, Menanggulangi komplain ataupun keluhan klien, mencermati atas saksama apa keluhan klien, setelah itu memohon maaf atas hambatan akan dirasakan, kemudian tawarkan pemecahan semacam, menawarkan compliment.

- 2) Sebab cottage akan terletak dikawasan darmawisata, klien cottage akan mau menginap di cottage pula beri uang masuk area sebesar 10. 000 atau orang. Ini jadi hambatan sebab terdapat klien akan tertunda menginap di cottage Eco Park Syariah Tan Kayo sebab perihal itu.

Jalan keluarnya, membagikan uraian ataupun penafsiran atas bagus sampai bisa dipahami oleh klien.

- 3) Sebab akses jalur mengarah posisi cottage Eco Park Syariah Tan Kayo lumayan ekstrim serta lumayan jauh untuk wisatawan ataupun klien akan tiba dari luar Kota. Perihal itu jadi hambatan untuk cottage.

Jalan keluarnya, dari cottage Eco Park Syariah Tan Kayo membagikan kenyamanan serta kebahagiaan atas wisatawan ataupun klien akan tiba alhasil atas perihal itu senantiasa menarik atensi klien buat tiba meski wajib menempuh jalur akan jauh.

- 4) Sebab cottage Eco Park Syariah Tan Kayo ini terletak di Nagari Malalo ialah di wilayah area pedesaan, cottage kerap hadapi hambatan semacam mati lampu.

Jalan keluarnya, karyawan cottage dapat sediakan lampu otomatis ataupun pemancar pengganti akan lain. Bagikan atensi lebih keatas klien akan hadapi hambatan supaya klien senantiasa aman serta puas sepanjang menginap di cottage.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bersumber atas hasil riset akan dicoba atas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo Nagari Malalo Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah datar, hingga bisa ditemui kesimpulan kalau analisa strategi marketing mix dalam usaha menarik atensi klien dalam perspektif bidang usaha islam ialah:

Strategi penjualan akan dijalani cottage Eco Park Syariah Tan Kayo Nagari Malalo dalam usaha menarik atensi klien merupakan atas mangaplikasikan marketing mix 7P (physical evidence, process, people, promotion, place, price, serta product). Rancangan marketing mix 7P ialah atas metode menekankan produk akan bermutu serta pastinya halal, harga akan terjangkau untuk seluruh susunan warga, posisi akan penting, advertensi atas menggunakan social alat, tingkatkan kemampuan pegawai atas metode memebrikan penataran pembibitan. Rancangan syariah jadi strategi spesial di cottage Eco Park Syariah Tan Kayo akan dikira sanggup menarik atensi klien. Cottage Tan Kayo amat menjamin kenyamanan untuk pengunjung atas metode membagikan jasa terbaiknya. Mulai dari bidang produk kamar akan didalamnya diadakan sarana ibadah semacam sajadah, Al- Qur' an serta produk santapan akan dipastikan halal. Setelah itu dari bidang pakaian pegawai akan menunjukkan faktor syar' i. Pendapatan pengunjung akan lumayan kencang atas determinasi harus atas mahram ataupun keluarganya membuat pengunjung merasa lebih nyaman ialah terhindarnya dari zina.

Hambatan akan ditemui atas cottage Eco Park Syariah Tan Kayo merupakan terdapatnya komplain dari klien akan mau menginap di cottage keatas duit masuk area darmawisata Tan Kayo serta keatas pergantian harga atas cottage. Hambatan listrik mati serta akses jalur akan lumayan jauh serta ekstrim dan advertensi akan belum maksimal

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Arikunto, S. (2002). *Metode riset: Suatu pendekatan praktek*. PT Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2002). *Manajemen penjualan: Bawah, rancangan serta strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Ferdinand, A. (2014). *Tata cara riset manajemen*. Tubuh Pencetak Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, H., & Muhamad, S. (2006). *Syariah marketing*. Bandung.
- Kartono, K. (1998). *Ilmu jiwa biasa*. Mandar Maju.
- Kotler, P. (1991). *Manajemen penjualan: Analisa, pemrograman, aplikasi serta pengaturan*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1988). *Prinsip-prinsip penjualan*. Gairah Akasara Pratama.

- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen penjualan pelayanan* (2nd ed.). Salemba 4.
- Rismiati, C. E., & Suratno, I. B. (2000). *Penjualan benda dan pelayanan*. Kanisius.
- Saladin, D. (2003). *Inti penjualan serta unsur-unsur penjualan* (3rd ed.). CV Linda Buatan.
- Sudarminto. (2002). *Kunci tingkatan dorongan hati menjual pelayanan*. TP.
- Sugiyono. (2006). *Tata cara riset pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, serta R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S., & dkk. (2004). *Pengantar bidang usaha*. Prenada Alat.
- Sulianto. (2010). *Riset kelayakan bidang usaha: Pendekatan efisien*. CV Andi Offset.
- Suntoyo, D. (2013). *Filosofi angket serta analisa informasi untuk penjualan dan sikap pelanggan*. Graha Ilmu.
- Surahmat, W. (2011). *Bawah dan metode studi*. Tarsito.
- Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2010). *Menjelajahi studi penjualan* (Vol. 1, 10th ed.). Salemba 4.