

## ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Anjela Gustina** dengan **NIM 3722054** Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul “**Analisis Implementasi Bauran Pemasaran Syariah pada Penginapan Shari-la Resort di Jorong Ketinggian Kenagarian Sarilamak Kabupaten 50 Kota.**”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya bauran pemasaran syariah dalam menghadapi persaingan industri penginapan di Kabupaten 50 Kota, khususnya pada Shari-la Resort yang memiliki potensi alam namun menghadapi tantangan lokasi dan keterbatasan sarana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dan kendala implementasi bauran pemasaran syariah pada penginapan Shari-la Resort di Jorong Ketinggian Kenagarian Sarilamak Kabupaten 50 Kota.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari pemilik dan tiga orang karyawan Shari-la Resort. Kemudian data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shari-la Resort telah menerapkan elemen bauran pemasaran syariah 9P yang terdiri dari, produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, janji, dan kesabaran yang berlandaskan prinsip kejujuran, keadilan dan etika bisnis Islam. Produk yang ditawarkan berupa beberapa tipe kamar yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sedangkan harga ditetapkan secara wajar sesuai fasilitas. Lokasi memiliki suasana yang asri dan tenang sebagai daya tarik utama. Promosi dilakukan melalui media sosial dan mulut kemulut, pelayanan diberikan secara ramah, sopan, dengan proses pelayanan yang sederhana, bukti fisik didukung oleh ketersediaan tempat parkir dan taman, kesabaran tercermin dari sikap karyawan yang tidak mudah emosi, serta pengelola berupaya menepati janji kepada tamu dalam memberi layanan. Namun penerapannya belum berjalan secara optimal. Kendala utama yang dihadapi antara lain letak geografis penginapan Shari-la Resort yang berada diperbukitan dan tidak dijalan raya utama, belum maksimalnya inovasi dalam pemasaran Shari-la Resort, dan keterbatasan sarana dan prasarana yang ada.

**Kata Kunci: Bauran Pemasaran Syariah, Penginapan, Shari-la Resort**