

## **BRANDING HOTEL SYARIAH DALAM MENDUKUNG HALAL TOURISM DI KOTA SOLO**

Andre Novie Rahmanto<sup>1</sup>  
Sri Hartini<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini berfokus pada akomodasi Halal *Tourism* yaitu Hotel Syariah. Dengan mengambil lokasi penelitian di Hotel Syariah Solo sebagai Hotel Syariah terbesar di Indonesia dan menjadi destinasi wisata halal bagi wisatawan muslim. penelitian ingin memberikan deskripsi tentang garis besar konsep hotel islami melalui *brand identity*. Hotel Syariah Solo menampilkan nama *brand*, logo, *tagline*, dan kisah merek untuk mengomunikasikan konsep islmai yang diusung. Dari keseluruhan elemen *brand identity* tersebut telah mampu mewakili segala fasilitas dan pelayanan yang ada di Hotel Syariah Solo sehingga masyarakat dapat memahami pesan hendak disampaikan.

**Kata kunci:** *Hotel Syariah, Brand Identity, Wisata Halal*

### **Abstract**

*This research focused on Halal Toursim Acomodation Shari`a Hotel. Taking location in Shari`a Hotel Solo as The Biggest Shari`a Hotel in Indonesia and also become a halal tourism destination for moeslem foreigners, this research wants to tell the descriptions of the big line of islamic hotel concept through brand identity. Shari`a Hotel Solo perform a brand name, logo, tagline and merk story to communicate Islamic concept of its. All of the elemens of brand identity have been respresented the whole of facilities and services in Shari`a Hotel Solo so that the public are able to understand the messages have been told.*

**Keywords :** *Shari`a Hotel, Brand Identity, Halal Tourism*

---

<sup>1</sup> Universitas Sebelas Maret (UNS), email: andreyuda@gmail.com

<sup>2</sup> Universitas Boyolali (UBY), email: dedemanieztenan87@gmail.com

## Pendahuluan

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata telah melakukan gebrakan baru dalam industri pariwisata Indonesia yakni pariwisata halal. Dalam Jurnal Internasional berjudul Lombok: Halal Tourism as a New Indonesia Tourism Strategy (2017:53), Firdausi dkk menyatakan bahwa alasan dari kebijakan ini adalah pemerintah menyadari adanya gelombang baru dalam industri pariwisata yang disebut *Halal Tourism* atau *Sharia Tourism* yang menarik bagi wisatawan muslim dari berbagai negara seperti Saudi Arabia, Brunei Darusalam, Mesir dan negara-negara lain yang berpenduduk mayoritas muslim. Hal ini tentu saja menjadi angin segar atau peluang besar bagi Indonesia untuk mengembangkan potensi wisata halal yang dimiliki.

Pemerintah tidak main-main dalam hal ini dan telah menggarap dengan serius dalam memperkenalkan pesona Indonesia melalui halal tourism. Seperti yang telah dilakukan sampai saat ini, Pemerintah telah menentukan 10 wilayah di Indonesia sebagai destinasi halal tourism yaitu Lombok, Sumatera Barat, Aceh, Jawa Barat, Jakarta, Kepulauan Riau, Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta dan Sulawesi Selatan. Untuk wilayah-wilayah lain di Indonesia yang berpotensi menjadi wisata halal pun telah dipertimbangkan oleh Pemerintah. Tidak menutup kemungkinan, wilayah-wilayah tersebut akan segera menyusul untuk diresmikan sebagai wisata halal Indonesia selanjutnya.

Wisata halal telah menjadi bisnis yang tengah naik daun saat ini. Negara Indonesia dengan

populasi muslim terbesar di dunia telah mengambil peranan penting dalam perkembangan dunia pariwisata halal. Nyatanya, Indonesia telah menjelma menjadi salah satu negara tujuan wisata halal yang tak bisa dikesampingkan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kenaikan kunjungan wisatawan muslim mancanegara ke Indonesia.

Kunjungan wisatawan muslim mancanegara ke Indonesia pada tahun 2018 mengalami kenaikan yakni 3.8 juta wisatawan muslim dibandingkan tahun 2017 sebanyak 2.8 juta wisatawan muslim mancanegara (**Gatra.com, 09 Juni 2018**).

Menilik dari data yang ada, maka Indonesia bahkan siap bersaing dengan negara-negara lain didunia melalui halal tourism. CNN Indonesia (21 Oktober 2015) melansir dalam ajang penghargaan bergengsi *The World Halal Travel Summit 2015* yang digelar di Abu Dhabi, Indonesia menyabet tiga penghargaan seklaigus yakni *World's Best Halal Tourism Destination* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination* untuk Lombok serta *World's Best Family Friendly Hotel* yang diraih oleh Hotel Sofyan Jakarta.

Yang terbaru, situs tirto.id edisi 19 Juni 2018 mencatat pada tahun 2018, berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) Indonesia menempati posisi kedua sebagai destinasi utama bagi wisatawan muslim sejajar dengan Uni Emirat Arab. Dengan demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa tahun 2019 Indonesia akan mampu menggeser Malaysia yang kini menempati posisi pertama sebagai destinasi wisata halal dunia.

Wisata Halal merupakan semua objek atau tindakan yang diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk digunakan atau dilibati oleh orang muslim dalam dunia pariwisata (M. Battour dan M,Nazari Ismail, 2017). Dari definisi ini kemudian dapat dikatakan bahwa wisata halal tidak terbatas pada wisata religi saja, namun pengertian semua objek memberikan makna yang lebih luas bahwa wisata halal juga mencakup akomodasi hotel, fasilitas perjalanan dan juga termasuk restoran dimana semua itu diadakan sesuai dengan hukum syariah.

Artinya, wisata halal harus didukung dengan segala aspek dimana produk, fasilitas dan pelayanan menjadi fokus yang harus digarap dan dikembangkan secara serius. Karena akan menjadi pincang jika produk wisata sudah dikemas secara syariah, tetapi fasilitas dan pelayanan tidak mendukung secara hukum syariah.

Tempat-tempat wisata yang menjadi wisata halal harus memberikan fasilitas kemudahan bagi wisatawan muslim dalam menjalankan ibadahnya meskipun mereka sedang berlibur. Fasilitas berupa tempat-tempat ibadah harus disediakan dan mudah diakses. Restoran yang berada di kawasan wisata dengan *branding* halal juga harus menyediakan makanan dan minuman halal bagi wisatawan muslim.

Selain itu, tempat menginap atau hotel pun juga harus sejalan dengan misi wisata halal atau dengan kata lain, harus ada hotel berkonsep islami di kawasan wisata halal tersebut. Segala hal yang berkaitan dengan akomodasi hotel dan fasilitas syariah harus betul-betul nyata adanya. Dan yang

tidak kalah penting adalah pelayanan yang diberikan juga harus ramah dan bernuansa islami.

Banyak sekiranya yang bisa dibahas dalam konteks wisata halal, namun dalam penelitian ini penulis akan menfokuskan pada wisata halal akomodasi syariah dimana penulis akan membahas tentang hotel syariah. Hotel syariah menjadi ladang bisnis yang ramai peminat saat ini. Maraknya hotel syariah saat ini bak jamur di musim hujan.

Pertumbuhan hotel syariah yang tersu menggeliat bukan tanpa alasan. Hal ini dikarenakan pasar syariah saat ini menjadi tren baru dalam dunia bisnis. Apalagi pariwisata halal yang digaungkan oleh pemerintah saat ini semakin membuat hotel syariah kian menjamur. Di Indonesia, hotel syariah tumbuh semakin pesat, bahkan di setiap wilayah di Indonesia telah berdiri hotel dengan konsep Islami termasuk di Kota Solo yang merupakan kota budaya di Jawa Tengah.

Telah tumbuh beberapa hotel syariah di Solo, bahkan ada beberapa hotel konvensional yang telah melakukan *rebranding* dari hotel konvensional menjadi hotel syariah. Hotel syariah menjadi peluang besar bagi para pebisnis untuk meraup keuntungan.

Dari beberapa hotel syariah yang ada di Solo seperti Hotel Aziza, Hotel Zaen Syariah, Hotel Syariah Solo, Hotel Amrani Syariah, Hotel Arini Syariah, Hotel Al Madina dan beberapa guest house syariah seperti Kartika, Rumah Kita, Rumah Teras, Waluyo, penulis akan membahas salah satu hotel yaitu Hotel Syariah Solo (HSS) yang merupakan Hotel Syariah terbesar di Indonesia.

Hotel Syariah Solo berdiri dibawah payung manajemen konvensional. Namun demikian, Hotel Syariah Solo dibangun atas keinginan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan lebih bermanfaat kepada masyarakat dan tentu saja tuntutan pasar syariah yang terus berkembang saat ini.

Hotel Syariah Solo mampu menunjukkan eksistensinya sebagai hotel berkonsep islami di Solo. Bagaimana tidak, *brand* syariah yang melekat pada Hotel Syariah Solo mampu membawanya meraih penghargaan *brand* terbaik. Hotel Syariah Solo bahkan kembali mendapatkan penghargaan *brand* terbaik dalam ajang *Solo Best Brand Index* (SSBI) tahun 2018 setelah tahun sebelumnya juga meraihnya.

Hotel Syariah Solo terbukti tidak main-main dengan *brand* yang diusung. Bagaimanapun, *brand* syariah yang melekat pada nama hotel ini memiliki makna yang juga tergambar melalui visi misi perusahaan. Sebagai salah satu aspek dari wisata halal, maka hotel syariah menjadi salah satu objek yang menarik untuk dikaji dalam sebuah penelitian.

Penulis tertarik mendeskripsikan tentang shari`a *branding* pada Hotel Syariah Solo ini. Melihat dari latar belakang hotel ini didirikan, maka *branding* syariah menjadi fokus utama sebagai identitas yang ditampilkan. Kotler (2002: 460) menjelaskan merek atau *brand* merupakan nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau sekelompok

penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing.

Dari paparan definisi tersebut, maka *brand* menjadi pembeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Apalagi Hotel Syariah Solo merupakan hotel berkonsep islami, maka *brand* yang diciptakan tentu saja sangat berbeda dengan hotel berkonsep konvensional. sehingga melalui *brand* yang ditampilkan dapat diketahui dengan jelas bagaimana gambaran tentang hotel berkonsep islami.

Melalui *brand* yang telah dibangun, Hotel Syariah Solo yang telah beroperasi sejak 2014 ini telah sukses mengantongi Sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai Hotel Syariah Hilal 2. *Brand* syariah yang melekat pada Hotel Syariah Solo nyatanya tidak hanya formalitas label. Hal tersebut ditunjukkan dengan prestasi dimana Hotel Syariah Solo diakui dan layak menyandang status sebagai Hotel Syariah Hilal 2.

Bukan hal yang mudah untuk mendapatkan pengakuan sebagai Hotel Syariah Hilal 2. Begitu banyak proses yang harus dilalui oleh Hotel Syariah Solo untuk sampai pada titik tersebut. Karena dengan berpredikat Hilal 2 maka Hotel Syariah Solo telah memenuhi kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim.

Pada artikel ini penulis akan fokus pada *brand identity* atau identitas merek Hotel Syariah Solo. Peneliti akan mengkaji bagaimana Hotel Syariah Solo mengemas *brand identity* syariah sebagai destinasi halal *tourism* di Solo.

## Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Hotel Syariah Solo, dimana Hotel Syariah Solo merupakan hotel syariah terbesar di Indonesia, sehingga akan menarik sebagai objek penelitian dengan melihat *brand identity* yang dibangun oleh Hotel Syariah Solo.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data-data yang berasal dari lapangan berupa observasi dan juga wawancara secara langsung dengan pihak terkait seperti Public Relations Officer. Selain itu, data pendukung juga digunakan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini, yang didapatkan dari dokumen-dokumen terkait.

## Pembahasan

### Hotel Syariah Solo (HSS) sebagai Destinasi Wisata Halal

*Halal Tourism* telah menjadi *branding* Pemerintah dalam mengembangkan potensi destinasi wisata di Indonesia. Beberapa wilayah yang memang memiliki potensi di Indonesia disulap menjadi destinasi wisata halal dan menjadi destinasi wisata bagi wisatawan muslim mancanegara maupun wisatawan muslim domestik. Gaya hidup masyarakat yang mengalami perubahan turut membawa perubahan yang signifikan terhadap selera berwisata.

Tempat-tempat wisata yang menawarkan Kenyamanan dan keamanan selama berlibur adalah yang dicari. Kemudahan dalam mengakses tempat ibadah dan berkuliner halal menjadi tujuan mereka

selama menghabiskan waktu liburan. Hal-hal tersebut tidak dapat lagi dipungkiri.

Wisatawan akan mencoba mencari informasi tentang wisata halal termasuk didalamnya akomodasi hotel yang halal sebagai destinasi mereka. Bagi para wisatawan yang akan mengunjungi suatu wilayah untuk pertama kalinya, adalah hal baru bagi mereka ketika mereka harus disibukkan dengan mencari akomodasi hotel. Mereka tentu akan mengalami kebingungan untuk memilih akomodasi hotel yang mana yang akan mereka singgahi selama berwisata, karena banyaknya pilihan hotel yang tersedia.

Untuk itulah, sebuah perusahaan menciptakan sebuah *brand*. *Brand* diciptakan agar sebuah perusahaan dapat dikenali dengan mudah identitasnya sebagai perusahaan apa dan bagaimana. *Brand* atau merek akan menjadi hal pertama yang diingat oleh masyarakat terhadap sebuah produk atau jasa. Melalui sebuah *brand*, masyarakat dapat mendapatkan gambaran tentang perusahaan. Kehadiran *brand* mampu membias masyarakat hingga membuat penasaran.

Seperti halnya *brand* wisata halal yang ramai menjadi perbincangan dikalangan masyarakat awam saat ini. Mereka ingin tahu seperti apa wisata halal itu. Apakah wisata halal berbeda dengan wisata lainnya? Dimana perbedaannya? Beberapa pertanyaan kemudian muncul dibenak masyarakat tentang *brand* yang baru saja dikenalnya.

Artinya, melalui sebuah *brand* masyarakat akan mengingat nama dari sebuah perusahaan atau nama dari sebuah produk kecantikan yang dilabeli

halal. Seperti halnya, *brand* syariah yang menempel pada nama hotel. Masyarakat akan berpikir dana mengingat nama hotel syariah. Apakah hotel syariah berbeda dengan hotel yang bukan syariah? Dimana perbedaannya? Pertanyaan tersebut juga akan muncul dalam benak masyarakat saat pertama kali mengetahui *brand* syariah.

Dalam penelitian ini, akan mengupas *brand identity* atau identitas merek Hotel Syariah Solo. Hotel Syariah merupakan bagian dari usaha pariwisata yang tengah naik daun saat ini. Hotel Syariah juga menjadi bagian dari halal *tourism* yang merupakan destinasi wisata halal dalam hal akomodasi sebagaimana dinyatakan Sofyan (2011:65) bahwa hotel syariah merupakan hotel yang dalam penyediaan, pengadaan, penggunaan produk, fasilitas dalam operasionalnya harus memenuhi ketetentuan aturan syariah.

Hotel Syariah Solo pun telah menerapkan operasionalisasi hotel dengan sistem syariah seperti produk dan fasilitas hotel. Segala fasilitas Hotel Syariah Solo ditujukan utamanya untuk wisatawan muslim yaitu memberikan kenyamanan selama menginap di Hotel Syariah Solo baik dalam beribadah maupun kegiatan lainnya.

Lokasi yang sangat strategis dengan Bandara Adi Sumarmo Solo juga menjadikan Hotel Syariah Solo sebagai pilihan destinasi menginap bagi orang-orang yang melakukan perjalanan jauh maupun yang ingin berwisata di Kota Solo. Sebagai Hotel Syariah terbesar di Indonesia, Hotel Syariah Solo tentu saja dipandang sebagai hotel syariah

yang memiliki fasilitas lengkap bagi wisatawan muslim.

Hotel Syariah Solo sebagai destinasi wisata halal diharapkan mampu memberikan kenyamanan dalam pelayanan seperti yang diinginkan oleh para tamu yang menginap. Mereka yang ingin menginap tidak perlu khawatir terhadap keamanan hotel karena tidak mungkin ada kasus penggerebekan atau razia atas tindakan asusila di Hotel Solo seperti mabuk-mabukan, praktik prostitusi, maupun transaksi narkoba. Hal ini dikarenakan Hotel Syariah Solo telah melakukan filterisasi terhadap tamu-tamu yang akan menginap pada saat proses *check in*. Sebagai hotel yang menjalankan kaidah agama Islam, Hotel Syariah Solo melarang dengan keras tamu-tamu yang bukan muhrim untuk menginap.

Mereka juga terjamin dengan makanan dan minuman halal tanpa mengandung babi dan alkohol. Dalam melakukan ibadah pun, mereka juga bisa melakukannya di mushola yang sudah disediakan bahkan disetiap koridor lantai atau di setiap kamar yang juga sudah disediakan perlengkapan sholat. Bahkan, disetiap kamarnya, Hotel Syariah Solo menyediakan alat *reminder adzan* yang akan secara otomatis berbunyi saat waktu sholat tiba. Para tamu bisa mengatur sendiri besar kecilnya volume alat tersebut.

#### **Mengemas *Brand Identity* Hotel Syariah Solo**

Dalam memperkenalkan hotel syariah kepada masyarakat, maka Hotel Syariah Solo membangun *brand identity* mereka agar mudah dikenali sebagai hotel berkonsep islami. Hotel

Syariah Solo muncul dengan identitas yang berbeda yaitu hotel dengan konsep islami dimana operasionalisasi hotel dijalankan dalam koridor atau aturan-aturan agama Islam. Dari sini dapat dipahami bahwa HSS berharap masyarakat akan dengan mudah jatuh cinta pada *brand* syariah dan akhirnya percaya pada *brand* tersebut karena mereka berpikir bahwa hotel syariah adalah hotel yang menjalankan aturan-aturan agama Islam.

*Brand identity* dipandang mampu mencerminkan realita Hotel Syariah karena makna tentang kesyariahan itu telah tercermin didalam identitas merek yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Mereka mampu menangkap makna merek syariah itu dengan baik. Mereka dapat melihatnya, menyentuhnya dan mendengarnya lalu memaknainya. Misalnya saja label syariah yang melekat pada nama hotel sudah cukup untuk memberikan pengertian kepada masyarakat bahwa Hotel Syariah Solo bukanlah hotel konvensional. Kemudian simbol yang ditampilkan Hotel Syariah berupa Kubah pun juga sudah mampu menjelaskan tentang konsep islami Hotel Syariah.

Tidak cukup sampai disitu, Hotel Syariah Solo harus benar-benar membangun *brand identity* syariah lebih dalam dan detail dalam mengomunikasikan kesyariahannya. Label syariah dan simbol kubah tidaklah cukup untuk menjelaskan konsep islami. Untuk itu Hotel Syariah Solo secara konsisten membangun *brand identity* dengan menggunakan beberapa elemen yaitu meliputi:

#### a. Nama Brand

Mengomunikasikan sebuah *brand* adalah sebuah pekerjaan yang sulit. Untuk itulah menentukan dan mengemas sebuah nama perusahaan harus benar-benar dapat mewakili realita perusahaan. Nama merek perusahaan menjadi salah satu elemen identitas yang sangat menentukan bagi citra perusahaan. Perusahaan yang melabeli dirinya sebagai perusahaan syariah hanya untuk meraup keuntungan tidaklah etis karena label syariah itu membawa pesan moral yang luar biasa terhadap masyarakat. Konsep hotel bersih dan aman dari segala tindakan negatif diyakini masyarakat tidak mungkin terjadi di hotel islami. Label syariah pada penamaan hotel syariah sesungguhnya telah menunjukkan identitasnya sebagai hotel islami. Label syariah yang menempel sebagai *brand* sebuah perusahaan tertentu memang mampu memberikan deskripsi secara jelas tentang konsep agama Islam.

Ada beberapa perusahaan atau hotel berkonsep islami yang memilih menggunakan nama-nama islami untuk perusahaannya tanpa menempel label syariah. Dengan memilih nama-nama berbau islami, mereka ingin menunjukkan bahwa tidak selalu sebuah perusahaan islami harus membawa label syariah dalam penamaan *brand* perusahaannya. Tapi, bagi masyarakat awam yang tidak memahami bahasa Arab tentu akan kesulitan menangkap makna tersebut. Berbeda ketika masyarakat membaca nama syariah, maka masyarakat sudah lebih paham memaknainya.

Maka Hotel Syariah Solo yang memilih menggunakan label “syariah” pada nama hotelnya itu menggambarkan secara gamblang kepada

masyarakat awam bahwa Hotel Syariah Solo merupakan hotel islami yang aman, bersih dan menjalankan aturan-aturan dalam ajaran Islam. Masyarakat bisa dengan mudah menangkap makna yang tersirat melalui label syariah tersebut baik dalam pelayanan maupun fasilitas hotelnya. Dari sini dapat dipahami bahwa pemberian nama pada merek hotel menjadi hal yang sangat vital mengingat nama merek adalah hal yang pertama kali dilihat, dibaca, didengar dan kemudian menempel diingatan masyarakat.

#### b. Logo

Mengemas identitas merek melalui logo sama halnya menyelaraskan lagu dan irama. Logo tersusun dari nama perusahaan atau merek dagang yang ditulis dalam bentuk berbeda, dimana secara keseluruhan logo itu berhubungan dengan nilai kata, nama perusahaan atau kegiatan perusahaan. Jadi, dalam prakteknya di Hotel Syariah Solo, logo dinilai mengambil peran yang tak kalah penting karena diyakini mampu menggambarkan tampilan fisik identitas hotel syariah. Logo harus menarik dan kreatif sehingga mudah diingat oleh masyarakat sehingga tidak boleh dianggap remeh. Logo dan nama layaknya dua pasang sepatu yang selalu berdampingan saling melengkapi.

Untuk itulah, Hotel Syariah Solo sangat memperhatikan pentingnya sebuah logo perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari tampilan logo **Hotel Syariah Solo (gambar 1)** yang didesain secara tak biasa yaitu dengan menampilkan bentuk kubah. Makna yang hendak disampaikan Hotel Syariah Solo dengan logo berbentuk kubah tersebut adalah

ingin menggambarkan bahwa Hotel Syariah Solo tidak hanya sebagai tempat singgah saja tetapi juga sebagai rumah Allah SWT dimana para tamu dapat menjalankan ibadahnya dengan tenang.



Gambar 1. Logo Hotel Syariah Solo (HSS)

Selanjutnya, warna juga merupakan elemen visual yang vital yang berfungsi untuk menarik perhatian, membangun identitas merek, membangun citra sebagai hotel syariah, dan mempertegas identitas sebagai hotel halal.

Hotel Syariah Solo menampilkannya melalui ciri khas warna yang dipilih. Hotel Syariah Solo memilih warna hijau dan putih sebagai simbol ciri khas muslim. Warna hijau dan putih diyakini memiliki nilai tersendiri dalam islam. Warna hijau diyakini melambangkan kesejukan dan kenyamanan sedangkan warna putih melambangkan kebersihan dan kesucian.

Pilihan warna yang melambangkan ciri khas muslim kemudian diaplikasikan pada konsep islami itu sendiri berupa fasilitas hotel. Logo Kubah yang

terpampang jelas itu kemudian ditunjukkan oleh Hotel Syariah Solo melalui fasilitas mushola yang mudah diakses disetiap koridornya sehingga memudahkan para tamu untuk melakukan ibadah. Bagi mereka yang ingin melakukan ibadah didalam kamar, Hotel Syariah Solo pun memberikan kemudahan dengan memfasilitasi peralatan sholat. Semua dilakukan Hotel Syariah Solo demi kenyamanan para tamu. Suasana islami yang kentara sekali mampu memberikan atmosfer yang berbeda. Para tamu merasa berada di rumahnya sendiri ketika menginap di Hotel Syariah Solo karena pelayanannya yang *homey* dan *friendly*.

#### c. Slogan (*Tagline*)

Sebuah perusahaan dapat mengungkapkan identitas mereka melalui penggunaan simbol/lambang visual dan *audio* yang dapat didengar oleh masyarakat. Logo, lambang, suara, dan *tagline* menjadi alat perusahaan untuk mengharmoniskan ekspresi yang lain pada identitas perusahaan dan menciptakan identifikasi untuk apa perusahaan itu berdiri. Dapat penulis katakan bahwa slogan (*tagline*) merupakan kalimat yang mudah dikenal dan diingat yang mencerminkan identitas perusahaan secara garis besar. *Tagline* dibuat untuk menyertai nama *brand* dalam upaya mendukung citra *brand* tersebut yang diproyeksikan oleh nama dan logo perusahaan.

Hotel Syariah Solo yang resmi beroperasi pada tanggal 11 Maret 2014 dan meruapakan Hotel Syariah terbesar di Indonesia ini mengusung *tagline* “**A Modern Clean Hotel For Everyone**”. Jika dikupas satu per satu, Hotel Syariah Solo ini

merupakan hotel dengan konsep bangunan yang modern, bukan hotel klasik. Hotel Syariah Solo mengutamakan kebersihan seperti yang tercermin juga dalam logonya. Selanjutnya, Hotel Syariah Solo ini diperuntukkan untuk siapa saja artinya tidak ditujukan pada kalangan tertentu.

Maka melalui *tagline* “*A Modern Clean Hotel For Everyone*” ini, Hotel Syariah Solo ingin menunjukkan meskipun Hotel Syariah Solo merupakan Hotel Hilal 2 yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim namun Hotel Syariah Solo diperuntukkan untuk semua kalangan baik muslim maupun non muslim, dan tidak hanya terpangang pada orang muslim saja. Artinya, label syariah yang melekat pada nama perusahaannya tidak bermakna membatasi tamu yang beragama islam saja untuk berkunjung atau bahkan menginap.

#### d. Kisah Merek

Berita merupakan strategi komunikasi pemasaran yang mungkin jarang dilakukan oleh beberapa perusahaan karena mereka lebih fokus pada iklan visual maupun audio visual. Namun kisah yang dimiliki oleh Hotel Syariah Solo menjadi sangat menarik untuk diceritakan ketika Hotel Syariah Solo ini berdiri, yaitu tentang bagaimana kisah Hotel Syariah terbesar di Indonesia ini didirikan di Kota Solo. Siapa pendirinya dan bagaimana konsep syariah yang ditawarkan? Mengapa Kota Solo yang dipilih? Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan ini akan menjadi kisah yang ketika dibagikan ke masyarakat dapat menjadi strategi pemasaran secara langsung yang mampu mengingatkan orang kepada *brand* HSS.

Menjawab pertanyaan tersebut, maka cerita tentang berdirinya Hotel Syariah Solo dimulai dari pendiri Hotel Syariah Solo oleh Hutomo Mandala Putra atau yang akrab dikenal dengan nama Tomy Soeharto. Latar belakang didirikannya Hotel Syariah Solo adalah ingin memberikan pelayanan jasa akomodasi yang lebih baik dengan konsep islami. Dengan latar belakang tersebut, maka telah memberikan kesan yang positif terhadap masyarakat sehingga masyarakat memahami betapa Hotel Syariah Solo peduli terhadap keamanan dan kenyamanan masyarakat dalam menikmati wisata halal di hotel.

Berdiri dengan label syariah dan membidik mayoritas pasar kaum muslim di Indonesia, yang saat ini justru menjadi tujuan wisatawan muslim mancanegara juga, cerita terus dibangun Hotel Syariah Solo melalui *tagline* nya “*A Modern Clean Hotel for Everyone*” yang bermakna terbuka bagi semua kalangan tanpa memandang latar belakang agama. Bahkan telah diwujudkan dengan mengakomodir kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition*) yang berlangsung di Kota Solo. Dengan demikian, maka semua kalangan yang terlibat dalam kegiatan MICE dapat menggunakan Hotel Syariah Solo tanpa membedakan apa agama dan latar belakang mereka. Pemilihan lokasi hotel dengan letak yang sangat strategis juga menjadi kisah tersendiri tentang *brand* HSS dimana memberikan kemudahan bagi para tamu dalam melakukan akses baik dari segi transportasi, tujuan wisata maupun kegiatan yang lainnya. Dalam hal ini tentu efisiensi waktu yang

ditempuh akan menjadi pertimbangan bagi para tamu dalam menentukan destinasi wisatanya.

## Kesimpulan

Hotel Syariah Solo sebagai salah satu pelopor hotel Syariah di Solo mendukung pertumbuhan pariwisata halal khususnya di kota Solo. Hal ini dilakukan dengan upaya membangun branding syariah melalui aspek nama brand, logo, tagline dan kisah merek. Aspek tersebut secara lengkap sesuai dengan elemen brand identity menurut Kotler & Pfoertsch (2008). Dengan brand identity yang dibangun HSS telah menciptakan diferensiasi atau perbedaan dengan hotel lain di kota Solo, sebagai hotel dengan komitmen menerapkan bisnis layanan hotel dengan kosep islami. Hal ini sesuai dengan pendapat Kathryn Woodward (1997: 2) dalam bukunya berjudul *Identity and Difference* yang menyatakan bahwa identitas brand itu menekankan pada adanya perbedaan.

Tentu saja HSS tidak cukup berhenti pada *brand identity* yang dibangun namun menjadi janji yang kemudian harus dibuktikan pada realitas operasional bisnis dan layanan yang diimplementasikan di hotel tersebut. Hotel Syariah Solo dengan kisah *branding*-nya meyakinkan masyarakat sebagai destinasi hotel syariah yang layak dijadikan tempat singgah. Selain memiliki fasilitas yang lengkap untuk wisatawan muslim, Hotel Syariah Solo juga memberikan jaminan keamanan bagi para pengunjung mulai filteriasi tamu yang akan menginap sampai dengan penyajian makanan dan minuman yang sudah berlabel halal.

*brand*, perusahaan mencari jalan untuk berhubungan secara emosional dengan khalayaknya sehingga konsumen jatuh cinta pada *brand* dan mempercayainya.

Salah satu temuan yang menarik pada riset ini adalah meskipun HSS menggunakan nama merek dan logo yang sangat identik dengan islam, namun pada aspek *Tagline* dan Kisah Merek, HSS lebih memilih menggunakan idiom serta narasi yang lebih umum. Hal ini dapat dimaknai sebagai upaya menjangkau segmen khalayak yang lebih luas. Hotel Syariah Solo dalam hal ini ingin mengkomunikasikan bahwa meskipun namanya hotel syariah dan menerapkan konsep syariah tetapi tidak hanya untuk mereka yang muslim saja tetapi bisa digunakan untuk semua kalangan (termasuk non muslim).

## Daftar Pustaka

- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2008). In *B2B Brand Management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Sofyan, R. (2011). Bisnis Syariah Mengapa Tidak: Pengalaman Penerapan pada Bisnis Hotel. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Wheeler, Alina. (2018). *Designing Brand Identity Simultaneously*: Canada.
- Woodward, Kathryn. 1997. *Identity and Difference*. London: Sage Publication,Ltd.
- Firdausi, I, dkk. 2017. Lombok: Halal Tourism as a New Indonesia Tourism Strategy. International Journal on Humanities, Social Science and Education (ICH SSE-17): Dubai.

Purnama, Dara (rep). (2018). "Populasi Muslim Menjadi Pasar Utama dalam Mendongkrak Ekonomi Dunia." Diakses 09 Juni 2018 melalui <https://tinyurl.com/y2fq7r8r>

Sumber internet

<https://www.kompasiana.com/noviasyahidah/588872073097731407c94ce7/apa-sih-wisata-halal?page=all>

<https://swa.co.id/swa/trends/marketing/syariah-hotel-solo-hotel-syariah-terbesar-di-indonesia/>

<https://tirto.id/peluang-indonesia-menggaet-pasar-wisata-ramah-muslim-cMxq>