

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

A. Informan 1

1. Identitas Informan

Nama : Reyhan Janitra

Jabatan : Assisten Manager dan Dewan Kualiti kontrol Syariah

2. Transkrip Wawancara

a. Konsep *Brand*

1)P: Apa alasan pemilik hotel mengambil hotel dengan konsep syariah?

R: Dafam itu ada lima *brand*, bintang satu ada dafam ekspres, bintang dua meotel, bintang tiga hotel dafam, bintang empat grand dafam, dan bintang lima royal dafam. Itu brand, diantara lima hotel ini bisa dijalankan dengan dua konsep yaitu konsep konvensional ataupun syariahi. Mau bintang berapa pun bisa konsep syariah. Jadi ketika investor mau bangun hotel otomatis akan punya pilihan tuh, mau brand yang mana bintang satu, dua atau berapa. Kemudian pilih lagi mau konsep yang apa konvensional atau syariah? Nah itu sangat berpengaruh pada kecenderungan si owner itu sendiri. Karena alhamdulillah ownernya adalah muslim, muslimah taat dan seorang

pengusaha. Jadi basisnya juga Islami. Maka ketika berbisnis, itu kan pilihan juga dengan konsekuensi stigma hotel itu pasti ya negatif, kebanyakan negatif. Ya disana ada alkohol, disana ada club, ada hal-hal yang tidak halal.

2)P: Apa yang membedakan Grand Dafam Rohan dengan hotel lain?

R: kita kan membandingkan itu apple to apple yang memang pantas untuk dibandingkan. Persaingan produknya itu sangat sulit di Jogja. Kalau boleh saya katakan penolong terbaik kita dengan hampir dua tahun berdiri itu dominannya ada di konsep syariah justru. Karena kalau produk saingannya banyak, kamar yang bagus banyak, makanan yang bagus banyak, kalau konsep gak ada yang nandingin kita. Hotel mana yang masjidnya ada di tengah tangan lobby ? Gak ada, justru itu yang paling luar biasanya orang temui disini. Ada fasilitas ibadah di kamar, hotel lain mungkin ada yang provide tapi gak semua kamar kayak kita, takut nanti kalau ada yang protes gimana mungkin karena basis tamu mereka tamu dari eropa jadi gak berani, jadi justru kita disitu menangnya. Dibanding unti dafam lain, di empat bulan pertama tahun ini, itu komen excelent terbanyak se-unit dafam itu kita malah grand dafam rohan jogja, padahal unit lain banyak yang berdiri paling lama. Jadi konsep syariah itu sangat bisa diterima oleh masyarakat. Tinggal kitanya bisa atau nggk seriusin itu.

3) P: apakah keunikan yang dimiliki oleh Grand Dafam Rohan?

R: konsep syariahnya sendiri sudah menjadi nilai plus tersendiri di jogja. Karena di jogja sendiri gak ada bintang empat syariah di jogja. Kalau dibanding di indonesia itu lokasinya jelas kita di jogja, jogja itu wisata. Dibanding hotel syariah lainnya, kita itu letaknya di daerah wisata. Ini bandingan dengan hotel syariah lain di kota lain, kita akan lebih dipilih, karena di Jogja. Lebih akan jadi pilihan utama karena di tempat utama. Kemudian yang menjadi penting juga, kita hotel bintang syariah yang konsepnya mice(meeting, insentive, conference, exhibhition) hotel. Jadi, banyak ruang meetingnya. Jadi orang goverment untuk meeting dia akan nyari hotel. Kita hotel syariah yang bisa bersaing dengan hotel-hotel meeting lainnya juga. Nilai plusnya, kita punya konsep syariah di meetingnya juga. Anda (tamu) akan tidak akan sulit solat kalau meeting disini, karena masjidnya dekat, nah pengalaman itu yang ingin kita berikan. Experiencenya di kasih lebih kalau di hotel kita.

4) P: Adakah nilai *brand* khusus yang dikomunikasikan sebagai identitas hotel?

R: nilai kerahmatamahan, basicnya syariah. Jadi bukan kerahmatamahan ala mana, tapi keramahtamahan ala syariah. Islamic hospitality. Keramahtamahan khas islami. Karena di dalam islam itu kita diperintahkan untuk menghormati tamu, memuliakan tamu,

gimana caranya? Khususnya tamu yang beragam muslim, kita permudah ibadahnya, kegiatan apapun yang dilakukan disini dinigatkan untuk solat. Jadi sebisa mungkin kita blend, apa yang ada dalam islam kita masukan ke hospotalitynya hotel. Jadi apa yang islam punya kita masukan dalam hotel. Misalkan islam punya doa penutup majelis, nah itu kita masukann untuk himbauan kepada tamu, kalau habis meeting baca doa itu. Itu kita sampaikan pada safety breafing, itu diselipkan untuk waktu solat, lokasi solatnya dimana, dan himbauan untuk membaca doa penutup.

5)P: Bagaimana pengaplikasian tagline dan apa makna dari tagline tersebut?

R: Luxuriousnya itu ya produknya karena itu menyentuh ke bintang empat ekonomi menengah keatas karena kamarnya aja kita buka rate nya di ota 600an. Jadi luxuriousnya itu ditampakkan di produknya, sedangkan dalam islam itu dijelaskan jangan bermewah-mewahan berbanding terbalik to? Makannya kita gak berani membranding luxurious experience meet stylenya kita branding dhm syariahnya. Nah kalau yang pake tagline itu kita tawarkan ke target tertentu seperti ke client meeting, nah kalau di sosmed itu nggak. Jadi kalau bagi mereka yang ditawarkan tagline itu bagi mereka yang memiliki budget tinggi kelas bintang empat, mereka tidak terlalu mempermasalahkan konsep, yang terpenting ya memang kebutuhan

mereka kelas bintang empat. Ketika sampai sini baru mereka akan merasakan hotel syariah tuh gimana, pengalamannya dapet. Harus dapet pengalamannya kalau diluar kita gembar-gembor tagline tapi di dalemnya belum siap kan gak bisa.

b. Mengidentifikasi dan Membangun Rencana Merek (Perencanaan)

1) P: Bagaimana proses perencanaan branding yang dilakukan?

R: positioning dimulai saat kita mau membangun hotel apa, bahkan dimulai saat kita ingin membangun hotel apa. Di jogja belum ada hotel bintang empat syariah, nah kita memposisikan diri disitu. Jadi dhm yang menyarankan ke owner tentang posisi bisnis hotel yang tepat di sini, kadi seperti ini, karena owner pengennya syariah ya bisa diakomodasi oleh dhm. Kemudian saat hotel sudah berjalan, positioning market segmen itu dilakukan, market kita ya semua masyarakat, tidak hanya umat muslim, jadi semua market baik muslim maupun non muslim itu merupakan market primer kita, nanti tinggal marketnya mau kesini atau nggk ya tinggal milih merekanya yang dateng sudah akan tersegmen, jadi ya kita grab semua. Dari sisi lokasi, kita memposisikan diri kita dengan point of interest itu kan juga secara letak geografis kita dekat dengan apa point of interest disini, kemudian kita juga petakankompetitor, kita petalan kompetitor kita siapa, yang kamarnya banyak seperti kita siapa, yang meetingnya roomnya yang banyak kayak kita itu siapa, itu bisa menjadi second

option untuk tamu ketika ingin ke jogja. Kemudian rate, posisi di harga, harga itu menentukan posisi atau posisi itu menentukan harga. Karena posisi kita bintang empat maka gak mungkin rendah, kalau kita rendah itu akan menghancurkan marketnya bintang tiga. Kemudian positioning di publikasi, branding kita sebagai hotel syariah itu selalu disebut di paragraf pertama disetiap rilis “hotel bintang empat berkonsep syariah di jogja”, kemudian orateral, printing-printing itu ada dhm syariah juga.

c. Merancang dan Menerapkan Program Pemasaran Merek (pelaksanaan)

1)P: Bagaimana cara mengkomunikasikan brand Grand Dafam Rohan?

R: nah dari sisi media ya, di medsos itu setiap postingan kita selalu menyertakan dhm syariah, kemudian di setiap foto kita juga ada dhm syariah, disetiap rilis berita kita sebutkan bahwa kita hotel syariah bintang empat. Apalagi kemarin baru pertama kali mendapat sertifikasi halal, itu kita branding habi-habisan kesemua media kita sebar. Hasilnya tahun kemarin kita hampir 8000 lebih yang buka puasa disini, tahun ini udah 13000. Jadi meningkat hampir dua kali lipat. Naik 5000an orang kan. Jadi sehari kita ngelayanin 400an orang. Kalo ke klient ya kita jelawaskan secara verbal lewat sales tentang apa yang kita tawarkan sebagai keunggulan dengan konsep ini. Kalau klien yang datang untuk meeting kita tawarkan bahwa

masjidnya tidak jauh dari ruang meeting, jadi orang datang ke hotel kita dapat experience baru dari yang kita tawarkan disini. Produk yang terlihat disini yaitu masjid, ada adzan berkemundang dan segala macam, dan layanannya kita ucapkan salam, jiwa memuliakan tamu itu sengaja dibentuk melalui training karena gak cuma di perhotelan di suruh, tapi dalam agama pun merupakan sunnah rasul untuk memuliakan tamu. Nah kalau jiwa itu tidak muncul dalam orang-orang perhotelan maka dia akan kerja ya sekedarnya kerja aja. Menganggap tamu itu sebagai orang yang harus dia layanin sebagai mitra kerja bukan sebagai tolak ukur seberapa sempurna ibadah kita.

2)P: Brand diaplikasikan dalam segi fisik seperti apa? Mengapa tidak menggunakan design ruang berbau syariah?

R: seragam yang cewek kan berjilbab. Fisik itu kan ada warna, bentuk dll. Tergantung kita mau nyasar siapa. Kalau kita mau nyasar market muslim doang, kita akan rubah semua interior ini semua interior yang bernuansa islami, kita kasih tulisan kaligrafi disitu, tapi muslim tok yang nyaman disana. Kira-kira non muslimnya nyaman gak? Atau muslim yang abangan yang gak sering kemasjid tapi usahanya gede gitu nyaman gak? Gak akan. Tujuan kita pengen semua orang ngerasain konsep syariah secara murni di hotel ini. Gak mau orang menjadi jauh dari sini. Kalau kita tampilkan hal tersebut,

nanti ndak semua orang mau kesini. Ini tugu misalnya, itu tugu kita sulap menjadi islami. Intinya hal-hal yang membawa syiar. Secara fisik itu tugu, tapi kita pingin orang membaca pesannya bukan tugunya. Secara fisik hotel ini tidak menampakkan Islami, tapi setiap orang yang datang kesini, Islam itu indah. Gimana caranya? Jangan cuma produk fisik tapi lewat layanan, pengalaman yang didapatkan ketika datang kesini. Jadi ini bisa jadi teori kepuasan, misal ketika orang masuk ke hotel sudah terlihat secara fisik ini hotel islmi banget tapi ketika masuk ada hal yang tidak sesuai ekspektasimu, jadi orang kan kecewa. Jadi kalo kita gak secara fisik tapi ketika oran dateng langsung ngerasain kenyamanan ada adzan fasilitas ibadah lengkap jadi orang bakal langsung bilang oh ini hotel islmai banget. Islaminya gak bakal kerasa kalau kamu gak dateng kesini, jadi tujuannya biar orang dateng kesini, biar gak berekspektasi tinggi.

3)P: Apa yang diharapkan dari pengkomunikasian brand hotel syariah ini?

R: semakin banyak yang kesini semakin banyak yang paham bahwa syariah itu bisa diterapkan di mana pun, termasuk hotel. Cuma kalau gak kesini gak paham to? Emang ada hotel syariah? Bedanya apa yo? Nah kalau dia udah merasakan langsung kan jadi dia bisa membedakan sendiri nanti. Jadi waktu itu pernah ada acara partai

gitu di jec yang ketua partainya itu non muslim dan anggotanya juga kebanyakan non muslim. Nah mereka nginep disini semua itu, tapi ya gitu kita biarin aja semua fasilitas yang ada seperti alat ibadah dan adzan tetap berkumandang, jadi justru kita perlihatkan bahwa hotel dengan konsep syariah itu kayak gini. Siapa tau dengan dai liat al-quran dapet hidayah kan? Cuma juga gak ada kompln. Jadi sekarang bukan masalah konsepnya. Tapi orang mau menerima atau nggak. Makannya kita komunikasikan secara luas, jangan disembunyi-sembunyiin. Kalau serius di syariah ya kita bilang ini hotel syariah, nanti malah kalau setengah-setengah malah orang menganggap kita gak serius. Jadi kalau ada hotel yang setengah-setengah misal ada karyawannya yang menggunakan jilbab ada yang nggk jadi kan mereka bingung ini hotel halal tapi kok ada yang gak berjilbab karyawannya. Karena mereka belum banyak yang paham tentang perbedaan antara jenis hotel halal, syariah dan lain lain. Makannya harus konsisten kalau mau syariah ya semua harus syariah harus serius.

B. Informan 2

1. Identitas Informan

Nama : Visca Yolanda

Jabatan : Asst, Manager Publis Relations

2. Transkrip Wawancara

a. Konsep Brand

1) P: identitas apa yang ingin dikomunikasikan?

V: ok baik, jadi gini.. Dafam itu kantor pusatnya ada di Semarang, terus dafam ada sekitar 25 properti di seluruh Indonesia. Nah dafam itu terbagi ada beberapa, salah satunya itu ada dhm dan dhm syariah, tapi kita semua di bawah dafam hotel management (dhm) gitu. Perbedaannya kalo dhm syariah itu logonya warnanya hijau, kalo dafam hotel itu warnanya biru, tapi kita dibawah naungan dafam hotel management. Nah di Indonesia dafam syariah itu atau grand dafam yang syariah itu ada dua di Jogja dan di Banjarbaru. Itu sih mbaaa.. Nah untuk logo, warna, kemudian desain, kita ada namanya ibm. Jadi semua itu sudah punya standarnya. Nah standar itu dibikin oleh tim manajemen kami, dimarkom kami... di Semarang pusat. Jadi kita sudah tinggal ngikutin aja yang sudah ada gitu. Kalau grand dafam itu cenderung warnanya hitam keabu-abuan, kemudian untuk yang lain lainnya itu ke biru-biruan jadi sudah ada standarnya. Baik warna, desain, logo, sampai pun font itu pun sudah ada.. Bahkan kalau kita membuat template pun itu sudah ada standarnya. Contoh seperti ini (informan menunjukkan flyer di Instagram) jadi template untuk promo-promo kita pun sudah ada, yang sudah mendapat izin atau pun profel dari dhm,

gitu untuk promo-promo kita yaa.. Termasuk font-fontnya juga..

Jadi ya memang sudah ada acuannya, ibm kalo bahasnya kita.

2) P: apakah makna warna dari logo?

V: standarisasi itu dari pihak dhm itu untuk membedakan kelas.

Untuk kalo grand dafam itu bintang empat, kalo dafam hotel itu bintang tiga, ada juga yang bintang duanya kita juga ada sih mba sebenarnya ada, ada bintang duanya.. Yang untuk kelas bisnis juga ada seperti hotel ekspres dan lain sebagainya itu juga ada. Itu sih untuk membedakan itu aja

3) P: Nilai apa yang sengaja dibentuk oleh Dafam Rohan sekarang ini?

V: Nilai yang ingin kami, benar-benar ingin kami ee apa ya terapkan, ingin kami aplikasikan dan memberikan kelayanan ketamu tuh bener-bener ikhlas, tulus, dan ini kami memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya supaya berkah gitu poinnya buat karyawannya dan juga buat tamunya gitu sih. Dan itu gak mudah loh mba, nilai kayak gitu gak mudah loh mba. Untuk membentuk nilai syariah itu ya berawal dari kitanya dulu, dari karyawannya dulu gitu.. Baru nanti kita bisa keluar bisa dengan tulus layanan ke tamu-tamunya gitu sih. Karena justru kenyamanannya disitu. Jadi misal ya mba, ada dari kementrian apa gitu menginap disini bapak-bapaknya, ya istrinya di rumah gak usah khawatir suaminya

menginap di sini bawa cewek gitu, karena di kita gak boleh di peraturannya. secara psikologis itu kita memberikan ketenangan.

4) P: sebuah brand pasti memberikan asosiasi khusus, asosiasi apa yang diberikan oleh Brand Grand Dafam Rohan?

V: pengalaman yang ditawarkan bukan hanya pengalaman menginap, tapi pengalaman religi gitu mba disini yang mereka dapatkan. Saya menerima banyak sales marketing dari hotel lain yang sengaja berkunjung atau biasanya kita namakan hotel inspection jadi mereka liat “hotelmu ki koyok opo sih sakjane ki, nonton dong liat dong” “ih ada adzannya ya ih ini ya” jadi yang kita harapkan bisa mereka bawa walaupun mereka tidak menginap mba, karena disini memang banyak menyediakan kajian-kajian rutin sampai kajian besar seperti manghadirkan ustad-utastad nasional kayakn waktu itu ustad hanan atakki, itu saya juga waktu itu yang menghandle. Jadi ya yang saya harapkan yang bisa mereka bawa ketika masuk atau datang kehotel kita walaupun tidak menginap ya mendapatkan sesuatu yang berbeda yang mereka tidak dapatkan di hotel-hotel konvensional, secara furniturnya banyak hotel lain yang lebih bagus tapi apakah memiliki konsep yang sama seperti kami, konsep kami ini yang kami bukan kami jual loh mba tapi kami tawarkan kemasyarakat ada pilihan, pilihan ini silahkan masyarakat sangat mereka pintar,

jadi sekarang tinggal pilihan anda apa yang anda pilih, mau hotel yang seperti ini atau seperti ini silahkan di pertimbangkan.

5) P: apa yang membedakan hotel ini berbeda dengan hotel lain?

V: secara syariah produk-produknya yang halal. Memang sih sudah ada beberapa hotel yang sudah halal konsep ya seperti pesonna tugu dan eastpark tapi kan belum banyak, nah itu selling poin kita. Kemudian itu fasilitas, nah fasilitasnya itu ee setiap kamar itu sudah dilengkapi dengan peralatan beribadah, ada keran wudhu khusus di kamar, kemudian kita juga ada naura spa khusus muslimah, kemudian itu ya seluruh karyawan itu ya yang putri mengenakan hijab kemudian juga aturan-aturan yang sudah dibentuk ya harus dipatuhi, contoh ya mba kita itu di internal kita ada kajian khusus karyawan ada ngaji khusus karyawan gitu, ada olahraga, pengajian dan ngaji baca al-quran khusus karyawan, belajar menghafal al-quran itu juga ada. Nah hal hal kayak gitu apa ya sebenarnya saya beruntunglah ada disini itu poinnya, alhamdulillah. Gak banyak hotel kyk gini cuma satu-satunya yang ada disini, alhamdulillah.

6) P: Mengapa ada penyebutan nama “Rohan” pada brand?

V: jadi kalau di dhm semua hotelnya itu yang bintang empat namanya grand dafam, nah rohan itu nama owner kita, Ibu Rohan.

7) P: Apakah tujuan melakuakn branding?

V: tujuannya agar orang itu tahu kita, kembalinya kemana? Ke revenue. Tujuannya kalau orang sudah tahu kita salesnya gak capek kerjanya. Kalau banyak orang yang sudah tahu kita itu bukan pr nya yang bicara tapi produknya yang bicara. Jadi setelah mereka tahu kemudian mencoba, dan memiliki pengalaman setelah menginap disini. Targetnya apa ya semua masyarakat, dan tujuannya apa? Tujuannya kembali ke revenue.

8) P: Bagaimana respon pihak hotel jika ada tamu yang berpakaian sexy?

V: seronok ya mba? Ya kalau dari kami itu menghimbau sih untuk bajunya menyesuaikan lebih sopan lagi karena kita itu hotel syariah gitu sih mba. Lebih menghimbau, nah yang menghimbau itu ya siapa aja dari pihak hotel, bisa *front office* atau MOD yaitu *manager on duty* saat itu.

b. Mengidentifikasi dan Membangun Rencana Merek (Perencanaan)

1) P: Siapakah target pasar Grand Dafam Rohan?

V: segmentasinya itu semua lini, seperti government, corporate, BUMN, travel agent, tamu (longstay, in bon, domestic), eo, provider, otomotif, edukasi, military banyak sih mba karena semua kita grab

2) P: pada saat proses perencanaan adakah melakukan riset atau survei untuk mengetahui kebutuhan akan target sasaran?

V: oh nggak sih kita gak melakukan itu. Jadi gini mba di sales marketing itu kita punya beberapa sales. Dimasing-masing sales itu sudah punya bagiannya atau segmennya sendiri misal adalah yang ke government, ada yang ke travel agent untuk apa, ya untuk membranding eeh bukan membranding sih lebih tepatnya mempresentasikan terkait hotel ini. Jadi kalau saya semua yang mengerjakan seluruh corporate itu government itu kyknya saya gak punya waktu untuk itu. Jadi sales marketing itu, sales itu temen-temen saya, kemudian marketingnya adalah saya. Nah sales ini selain punya tugas mencari revenue mendapat production, nah dia juga harus membantu mempresentasikan memperkenalkan hotel ini. Jadi saya terbantu sih dengan adanya mereka ini.

c. Merancang dan Menerapkan Program Pemasaran Merek (pelaksanaan)

1) P: bagaiman cara mengkomunikasikan brand?

V: untuk menginformasikannya kita punya segmen tersendiri otomatis mba, jadi.. Tapi bukan berarti kita tidak membuka untuk umum.. Tidak sama sekali.. Tapi kita buka untuk umum, tapi penyesuaian dari pihak umumnya. Contoh yah kita menyediakan untuk *wedding* disini, ballroom kita bisa untuk *wedding*.. Ya silahkan saja siapapun bisa menggunakannya, akan tetapi penggunaan busana internasional pun tidak terlalu mencolok. Misalnya diadakan entertain misalnya mereka bikin event,

eventnya itu ternyata ada musiknya yaa itu disesuaikan.. Karena kita adalah hotel syariah ya busana harus yang sopan.. Paling tidak kalau dia non muslim ya sopan tertutup gitu ya.. Maksudnya jangan sampai yang sronok karena kan kita hotel syariah. Nah untuk mengkomunikasikannya sendiri ya yang tadi saya bilang mba karena kita kan sudah berlabel syariah.. Sebenarnya segmen kita sih sudah ada mba dengan sendirinya.. Apalagi yang kita branding-brandingkan ini adalah lewat satu arah ataupun satu line dengan kita. Contoh yah... karena kita syariah yang kita grab adalah para ustad-ustad nasional, ustad-ustad lokal untuk menginap disini untuk memperkuat *branding*. Kemudian sering diadakan kajian-kajian juga disini, kemudian bekerja sama dengan bank-bank syariah juga, hal hal yang berkaitan dengan syariah itu kita semakin perkuat lagi mba. Nah untuk tamu-tamunya pun kita grabnya itu dari Malaysia, dari arab saudi dari sana. Tapi bukan berarti diluar dari sana tidak menginap disini loh mba... kita terakhir kemarin tanggal 21 longstay kita dari kanada itu baru check out satu tahun setengah disini orang amerika. Jadi sebenarnya kita sangat *welcome* akan tetapi ya saling menghormati, saling mengerti yahh karena kita hotel syariah secara otomatis mereka harusnya bisa memahami oh ini syariah.. Ya kita harus tau penyesuaian gitu. Seperti itu sih mba... jadi yang

saya lakukan adalah branding bagaimana orang mengingat ini hotel syariah.. Kita istiqomah dengan promo-promo dan ketentuan atau pun rule yang kita buat. Itu sih, saya penekanannya disitu.

2) P: bagaimana cara mengkomunikasikan brand syariah?

V: semua media itu adalah teman saya, mereka itu seperti perpanjangan tangan saya jadi kalau saya gerak sendiri saya gak bisa. Saya dibantu sama mereka, dari media cetak, online, televisi, radio. Nah caranya ya kita harus maintenance relationship sama mereka, kita kerjasama sama mereka. Nah kalau untuk media sosial, media sosial yang kita gunakan itu youtube, google ads, bisnisku, facebook dan instagram. Nah untuk media sosial ini kita sesuaikan, karena kan sekarang ini masyarakat lebih senang dengan instagram, jadi lebih banyak kita promo ke instagram

3) P: bagaimana konsen yang ada pad media sosial Instagram?

V: lebih banyak hotel promo, sesekali testimoni tapi lebih banyak hotel promo. Sesekali aktivitas. Jadi kalau hotel lain itu kan estetika ya mba, nah kalau kita activity. Termasuk yang ada di ig story, biasanya kalau ada tamu yang men-tag gitu ya biasanya saya repost untuk memberikan apresiasi juga untuk mereka terima kasih gitu

4) P: adakah pelibatan event sebagai salah satu alat branding?

V: iya mba jadi semua kita ikuti. Dari bikin event dan ikut atau join event sama pihak goverment, cooperate, media gettering kita juga bikin, travel agent gettering kita juga ada.

5) P: bagaimana sales terlibat dalam branding?

V: Jadi pada saat pertama kali bertemu sama klien itu harus memeperkenalkan produk, terus memperkenalkan diri, memperkenalkan hotel hotel ini ada dimana kemudian hotel ini bintang berapa, bergerak dalam bidang apa dan apa konsep yang diusung dan yang kedua itu fasilitas atau selling poinnya apa. Kemudian baru ditanya kebutuhannya apa kemudian kita lanjutkan dengan harga, nanti kalau mereka sudah ingin mempertimbangkan nah baru kita buatkan offering gitu.

6) P: adakah menggunakan bauran komunikasi yaitu direct marketing sebagai salah satu alat branding?

V: oh iya ada. Jadi gini, tamu-tamu yang sudah pernah menginap disini biasanya ada pengisian biodata nah disitu biasanya salah satunya ada email pemberian email. Nah dari situ biasanya kita compile datanya termasuk email oleh bagian reservasi terus dikirim ke sales marketing. Jadi nanti di Blas oleh PR ke email, yang di blas itu adalah promo-promo dibulan ini atau ditiga bulan kedepan. Promonya itu promo kamar kemudian food dan beverage ataupun ada event apa yang saat ini berlangsung itu juga di blas.

Tapi gak Cuma email sih di wa juga iya. Di wa group kitab las ke group karyawan agar karyawan juga ikut bantu publikasikan begitu.

7) P: event apa saja yang sudah dibuat dan apa tujuan dari event tersebut?

V: oh banyak mba seperti fashion show pakaian batik muslim, pameran, donasi, oh banyak sih mba. Tujuannya diadakan event itu ya CSR terus kedua karena itu melibatkan masyarakat umum jd kita branding. Tidak ada disana kita cari revenue tidak ada cari profit disana. Jadi kadang gini ya kita gak harus melulu cari profit. Jdi harapannya tidak hanya profit tapi csrnya dan juga sekalian branding.

8) P: Bagaimana merancang pesan syariah dan bagaimana sih mba mengkomunikasikannya?

V: pertama itu konsep dulu, kita mau membangun hotel apa, bintang berapa dengan target sasaran siapa. Kemudian konsep yang ternyata ingin dibuat dari owner itu yang syariah kemudian hotel dengan bintang empat, dimana memberikan kenyamanan bagi umat muslim maupun umat non muslim, tapi tetap target utama kita ya muslim. Yang dilakukan adalah ya memperkenalkan, membranding dhm syariah situ. Jadi kami benar-benar

mempublishkan mengutarakan kesemua media bahwa kami dhm syariah. Kata kata diimbangi dengan perbuatan, kata diikuti diikuti oleh perbuatannya. Jadi kami menyatakan bahwa kami dhm syariah bahwa hotel grand dafam ini adalah hotel syariah. Nah begitu ditanya sama orangapa saja upaya yang dilakukan sebagai hotel syariah? Nah itu baru kita jelaskan. Pada saat perekrutan itu yang dilakukan adalah mengaji, ditanyakan ibadahnya bagaimana. Kemudian karena kita hotel syariah kita tidak mushola yang ditempatkan di lobby area tapi masjid yang memang sengaja ditempatkan ditempat yang mudah dikases oleh semua tamu dan karyawan. Dan tidka ada pembatasan loh mba misal karyawan tidak boleh solat disitu itu tidak ada. Karyawan harus solat disana. Walaupun kita juga ada mushola dibawah tapi ya tidak ada batasan, kalau saatnya solat ya solat dulu pekerjaan di tinggalkan. Jadi yang pertama itu menentukan konsep dulu, mempublikasikan/menyatakan ke media, ke masyarakat ke hal layak umum bahwa kita hotel syariah diringi dengan sikap dan perbuatan yang nyata dari apa saja yaitu dari fasilitas yang kita tunjukan, dari karyawannya, dari konten yang kita buat dari event-event yang kita siapkan terus dari sop untuk menginap disini terskruktur semuanya harus mendukung ke syariah. Salah satu hotel syariah itu kita punya dewan pengawas syariah juga mba.

d. Mengukur Dan Mengidentifikasi Kinerja Merek (evaluasi)

1) **P: sudah seberapa aware masyarakat terhadap grand dafam rohan?**

V: untuk seaware apa saya masih terus branding mba dan saya tidak ingin cepat berpuas diri yahh gitu yaahh. Walaupun yahh ustad-ustad itu sudah banyak memberikan testimoni bahkan yang memang menggunkan.. Ini contoh yah target keberhasilan bahwa branding kita berhasil gitu yaaa.. Kayak Felix Y Siauw itu tau yah ustad Felix Y Siauw yaa? Nah dia itu pesennya gak lewat apa namanya asistennya, gak lewat orang yang berada di jogja walaupun dia mampu, dia punya komunitas dan dia punya orang banyak di jogja yah banyak ini. Tapi dia pesannya lewat apa? Lewat ota, tau ota itu apa? Pemesanan seperti lewat online, contoh kayak traveloka, pegi-peggi, terus agoda.. Berartikan pemahamannya dia sudah cukup baik. Memang sih di promo kita di ota tersebut tertulis hotel syariah tapi dia memilih dan dia mengetahui bahwa ini hotel syariah gitu. Artinya bismillah mudah-mudah bahwa sudah mulai nih tidak hanya lingkup jogja saja tapi orang pihak luar jogja mengetahui, di jogja ada loh syariah berbintang gitu, begitu sih mba

2) P : bagaimana posisi hotel saat ini?

V: production, bulan ini kita over budget. Dari target kita itu sekian m itu hamper dua kali lipat. Jadi artinya sangat diterima dengan baik, dikenal dengan baik, dan alhamdulillah diminati. Dari situ aja tolak ukurnya, gampang kalau mau dilihat dikenal atau nggk, itu laku apa nggak. Jadi gampang kalau mau liat branding kita diterima atau nggak, diterima atau nggk itu ya setiap bulan aja kita lihat kalau production kita bagus ya sudah berarti masyarakat sudah aware. Itu cara bodohnya

3) P: sudahkah melakukan evaluasi terhadap brand dan proses branding?

V: evaluasi untuk secara detailnya itu belum ada sih mba. Kalau data analistiknya itu ada saya bikin perbulan. Nah itu saya buat untuk dilaporkan kepusat. Nah saya buat itu seperti ini kenaikan dari semua media sosial, kemudian apa saja yang sudah keluar promonya, bagaimana reponnya, yang didapat revenuenya.

C. Informan 3

1. Identitas Informan

Nama : Harsiwi Rahmawati

Umur : 22 tahun

Asal : Jakarta

2. Transkrip Wawancara

1) P: apa alasan anda memilih Grand Dafam Rohan? Mengetahui Grand Dafam Rohan dari mana? Dan melakukan reservasi melalui apa?

S: oke sebelumnya aku tahu dafam itu dari OTA, jadi aku mau pesen itu lewat OTA. Jadi waktu itu ratenya masih murah untuk harga hotel bintang empat, jadi aku memutuskan untuk di dafam rohan

2) P: jadi Anda pilihnya berdasarkan ratenya yang lebih murah juga ya dibandingkan dengan hotel bintang empat lain?

S: iya betul, karena beberapa hotel di Jogja yang bintang empat itu ratenya lumayan kan. Nah untuk di traveloka ini rate nya lebih murah terjangkau di banding hotel bintang empat lain di jogja

3) P: sebelum dari OTA, apakah anda sempet cari tau gak sih dari lini media lainnya seperti google, instagram gitu?

S: nggak sih cuma liat dari otanya aja sam liat-liat riview dari otanya aja. Terus setelah udah stay baru liat instagramnya doang

4) P: setelah anda dateng ke hotel itu, first impression anda tentang Dafam Rohan seperti apa?

S: kalau first impression aku liat dafam bagus, gimana ya bagus untuk hotel bintang empat di jogja itu udah termasuk bagus banget. Kalau disini hotel bintang empat malah mirip hotel bintang tiga. Kalau di dafam udah mirip bintang lima. Udh gitu juga pas pertama kali masuk

itu oh waw staffnya berhijab, oh iya aku lupa ternyata itu hotel syariah, alhamdulillahnya enakya gitu.

5) P: jadi anda sebelumnya sudah tahu belum kalau Grand Dafam Rohan hotel syariah?

S: udah. Karena kalau di traveloka ada keterangannya.

6) P: okedeh setelah siwi mengetahui kalau dafam itu hotel syariah, apa yang siwi dapetin? Apakah ada pengalaman yang siwi dapet ketika dibandingin dengan hotel konvensional?

S: oke yang pertama gak semua hotel greating dengan ucapan assalamualaikum, yang kedua staffnya, aku paling suka staff berhijab. Karena kebanyakan hotel kan susah kan untuk berhijab gitu. Untuk di front office itu kan kalau di hotel konvensional jarang ada yang berhijab, aku seneng liatnya. Ketiga di kamar juga ada arah kiblatnya, gak semua hotel bintang empat, bintang lima atau bahkan pun hotel bintangtiga ada arah kiblatnya.

7) P: kalo menurut anda konten medsos di IG nya Grand Dafam udah mencerminkan hotel Syariah bgt belum sih? Atau sama aja kayak hotel konvensional lain?

Siwi: emm menurut aku sama aja sih kayak hotel konvensional lain gak ada yang terlalu menonjol gitu dari syariahnya

