

Studi Implementasi dan Analisis SWOT Kepatuhan Syariah di Multazam Hotel Solo

Achmad Faruk^{1*}, Bambang Sukoco²⁾, Octiana Atika Qoway³⁾

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

*Email korespondensi: cahsolo87@gmail.com

Abstract

The implementation of sharia compliance results in obstacles that must be faced by management in the sharia hotel business. So far, sharia hotel management strategies in facing obstacles to the implementation of sharia compliance have not been studied much, the majority of studies that have been conducted have been to examine business strategies with the aim of profitability. The urgency of this research is to fill the gap in the literature on implementation case studies and SWOT analysis of sharia compliance in the hotel business. Implementing sharia compliance is the essence of sharia hotel operations, which is a differentiating factor from conventional hotels and is more important than profitability goals. The aim of this research is to determine the implementation of sharia compliance and the SWOT strategy for sharia compliance by conducting a case study analysis at the Multazam Syariah Hotel. Data analysis on the implementation of sharia compliance was carried out using an exploratory qualitative approach, while the sharia compliance strategy was carried out using SWOT analysis. The research results show that Multazam Syariah Hotel has implemented sharia compliance in the Human Resources (HR), Facilities and Business aspects, but there are several parts that need to be strengthened. SWOT analysis shows points of strength (such as: Sharia Brand Image and halal certification for food and beverage product management); weaknesses (such as: Not yet having a sharia supervisor and compatibility of facilities with sharia); opportunities (such as: The hotel environment is around Islamic educational institutions and the majority of guests are Muslim); as well as challenges (such as: Illegal couple guests and lack of public knowledge about sharia hotels).

Keywords: Sharia Compliance, SWOT, Strategy, Sharia Hotel

Saran sitasi: Faruk, A., Sukoco, B., & Qoway, O. A. (2024). Studi Implementasi dan Analisis SWOT Kepatuhan Syariah di Multazam Hotel Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2725-2733. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14271>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14271>

1. PENDAHULUAN

Kehadiran hotel syariah sebagai bagian industri halal tidak terlepas dari semakin meningkatnya populasi muslim. Berdasarkan Pew Research Center (2011), menunjukkan proyeksi populasi muslim di dunia akan mengalami peningkatan sebesar 35 persen dalam 20 tahun ke depan, dari 1,6 miliar di tahun 2010 menjadi 2,2 miliar orang di 2030 (Pew Research Center, 2012). Tingginya pertumbuhan populasi muslim ini secara alami berkontribusi terhadap permintaan hotel syariah. Selain itu, perlu digaris bawahi bahwa hotel syariah tidak hanya ditujukan pada muslim tetapi juga non-muslim. Fenomena ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi dunia

usaha perhotelan untuk mengarahkan ke industri halal sebagai upaya memenuhi permintaan tersebut.

Indonesia memiliki peluang besar dalam pengembangan hotel syariah. Alasan pertama adalah Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data dari The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) bertajuk The Muslim 500 edisi 2022, penduduk muslim di Indonesia sejumlah 231,06 juta jiwa dan berkontribusi 11,92% pada penduduk muslim di dunia (Al-Khraisha, Lamya, 2022). Besarnya jumlah muslim tersebut memberikan peluang besar bagi pasar dalam negeri. Alasan kedua, Indonesia merupakan negara yang ramah terhadap wisatawan muslim mancanegara. Berdasarkan publikasi dari

CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2022, posisi Indonesia diantara negara-negara OKI berada pada peringkat ke-2 (kedua) di bawah Malaysia yang berada di posisi pertama sebagai destinasi terbaik bagi pelancong muslim (Mastercard-Crescentrating, 2022). Selain itu, Indonesia memiliki banyak objek wisata berupa panorama alam yang indah, aneka situs sejarah dan atraksi kebudayaan yang menjadi potensi tambahan hotel syariah mengingat hotel syariah tidak hanya melayani masyarakat muslim tetapi juga non-muslim. Objek-objek wisata memberikan daya tarik bagi pelancong baik dari dalam dan luar negeri yang nantinya berimbas pada permintaan penginapan/hotel.

Pengembangan hotel syariah menghadapi tantangan baik eksternal maupun internal. Tantangan eksternal hotel syariah adalah persaingan bisnis baik dengan sesama hotel syariah maupun dengan hotel pada umumnya. Di mana masing-masing hotel berusaha menarik masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Sementara, tantangan internal hotel syariah utamanya ditunjukkan dalam pemenuhan kepatuhan syariah yang menjadi esensi operasional usaha. Beberapa peneliti menyebutkan tantangan pengembangan industri wisata syariah termasuk hotel adalah inkonsistensi definisi halal, masalah logo halal, anti dengan istilah dari Arab, dan kurangnya dukungan dari institusi masyarakat dan pemerintah (Shafie & Othman, 2006).

Secara regional, penyediaan hotel syariah di Kota Surakarta mengalami perkembangan dengan munculnya hotel-hotel syariah seperti: Syariah Hotel Solo, The Amrani Syariah Hotel, Horison Aziza Solo, Zaen Hotel Syariah, Grand Amira Hotel, Multazam Hotel, Rumah Kita Syariah Guest House, dan lainnya. Perkembangan ini tentunya patut diapresiasi, karena memberikan kemudahan bagi masyarakat muslim untuk mendapat layanan yang aman secara hukum Islam. Namun di sisi lain perlu diperhatikan aspek implementasi dan strategi kepatuhan syariah. Kepatuhan syariah sangat penting bagi hotel yang mengakui operasionalnya berdasarkan syariah, hal ini sebagai jaminan bagi konsumen masyarakat muslim sekaligus mempertegas perbedaan dengan hotel konvensional.

Penelitian Hana (2018), menganalisis konsep dan implementasi kepatuhan syariah di Namira hotel Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; pertama, implementasi konsep syariah di Hotel Namira Syariah Surabaya masih dalam tahap

penyesuaian diri terhadap peraturan yang ada yaitu Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Penyesuaian diri dilakukan sejak berdirinya hotel dengan harapan agar mempunyai kesiapan mulai dari produk, pelayanan, pengelolaan dalam proses sertifikasi yang dilakukan MUI untuk mendapatkan sertifikat. Dalam pengelolaan, DPS tidak masuk dalam struktur organisasi. Padahal DPS menjadi point penting untuk mengendalikan operasional Syariah sesuai peraturan di atas. Kedua, implementasi prinsip-prinsip Syariah yang diterapkan oleh manajemen Hotel Namira Syariah Surabaya tergolong dalam Kategori Hilal-1 berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usah Hotel Syariah.

Mansyurah (2018) meneliti tentang peluang dan tantangan hotel syariah dalam masyarakat kosmopolitan. Hasil dari penelitian ini terlihat peluang untuk hotel syariah yaitu; Jumlah umat Islam dunia terus meningkat, konsep syariah diterima oleh universalitas moral, dan layanan kualitas syariah. Tantangannya yaitu masih belum akrabnya orang-orang dengan hotel yang berbasis syariah dan pelatihan-pelatihan tentang konsep syariah harus dilakukan oleh pelaku bisnis untuk para staf yang bekerja di hotel syariah.

Penelitian Izza (2018) menganalisis Penerapan Manajemen pada Hotel Syariah dengan Pendekatan Maqasid al-Syariah. Lokasi penelitian ini di Hotel Syariah Kota Pekalongan. Hasil penelitian menunjukkan adanya penerapan manajemen berdasarkan prinsip-prinsip syariah muamalah dan penerapan manajemen berdasarkan fungsi manajemen syariah. Terdapat empat hal yang membedakan keunggulan manajemen pendekatan Maqasid al-Syariah dengan yang bukan yaitu sisi pelayanan (service), sisi fasilitas, sisi manfaat dan sisi tujuan.

Beberapa peneliti telah melakukan analisis penerapan kepatuhan syariah dalam bisnis hotel. Namun demikian terdapat perbedaan acuan dalam standar kepatuhan syariah yang digunakan, yakni acuan mengikuti Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan acuan menggunakan Fatwa DSN MUI. Kondisi terkini pihak hotel syariah masih bebas untuk memilih acuan. Di sisi lain, penerapan kepatuhan syariah di hotel pasti memiliki peluang dan tantangan tersendiri. Oleh karena itu, diperlukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi dan

merumuskan strategi agar perkembangan hotel syariah semakin baik.

Berdasarkan latar belakang di atas, muncul dua pertanyaan penelitian, yakni: bagaimana kepatuhan syariah pada bisnis hotel syariah di Kota Surakarta? dan bagaimana strategi menghadapi kendala kepatuhan syariah pada hotel syariah? Penelitian ini dilakukan dalam bentuk studi kasus di Multazam Hotel Solo guna menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari sisi teoritik dan praktik. Di sisi teoritik, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada keterbaharuan riset di mana akan ditemukan hasil implementasi dan analisis SWOT kepatuhan syariah di bisnis perhotelan. Sementara di sisi praktik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum bagi pihak-pihak pemangku kepentingan dalam hal ini manajemen hotel untuk dijadikan referensi dalam menyusun strategi implementasi kepatuhan syariah.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif. Ruang lingkup penelitian fokus pada pertanyaan penelitian dimana ada dua objek kajian yakni praktik kepatuhan syariah dan strategi menghadapi kendala kepatuhan syariah menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan di Multazam Syariah Hotel. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan manajer umum hotel syariah, apabila manajer umum tidak ada maka wawancara dilakukan dengan manajer hubungan masyarakat. Data sekunder dihimpun dari dokumen kebijakan manajemen hotel dan peraturan-peraturan terkait dari instansi luar.

2.2. Teknik Analisis

Analisis penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yakni:

Pertama, untuk mengetahui penerapan kepatuhan syariah dilakukan dengan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari sumber primer maupun sekunder. Selanjutnya temuan yang didapat dapat diinformasikan kepada pihak publik. Analisis data pada penelitian ini dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis yang dilakukan di lapangan

mengikuti model Miles dan Huberman yaitu dengan melakukan reduksi (merangkum) data, selanjutnya menyajikan data dan pada akhirnya memberikan kesimpulan. Acuan dasar kepatuhan syariah menggunakan konsep dari Stephenson (2014), di mana atribut-atribut dalam hotel syariah sebagai konsekuensi menjalankan kepatuhan syariah yang terdiri dari lima komponen, yakni:

- a. Sumber Daya Manusia: seragam tradisional untuk staf hotel; kode berpakaian untuk staf wanita; ketentuan waktu sholat bagi pegawai Muslim; jam kerja terbatas untuk staf Muslim selama bulan Ramadhan; staf (dan tamu) mematuhi kode etik moral; dan strategi sentris tamu yang mendasari penyampaian layanan;
- b. Kamar Pribadi (kamar tidur dan kamar mandi): lantai terpisah dengan kamar yang dialokasikan untuk wanita dan keluarga; penanda (stiker kiblat) yang menunjukkan arah Mekkah; sajadah sholat dan al-Qur'an; saluran televisi konservatif; pola dekorasi geometris dan non-figuratif (misalnya, kaligrafi); tempat tidur dan toilet ditempatkan jauh dari menghadap Mekah; Toilet dilengkapi dengan shower bidet atau kran kesehatan; dan perlengkapan kamar mandi yang ramah dan halal;
- c. Fasilitas Makan dan Perjamuan: makanan halal tanpa daging babi; minuman ringan saja (yaitu, tidak ada ketentuan atau konsumsi alkohol); selain penyediaan wilayah komunal; seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia dan hewan; dan tidak ada musik yang mengekspresikan pesan yang menggoda dan kontroversial;
- d. Fasilitas Umum Lainnya: tidak ada mesin kasino atau perjudian; fasilitas rekreasi terpisah (termasuk kolam renang dan spa) untuk kedua jenis kelamin; ruang sholat wanita dan pria dilengkapi dengan Alquran (juga tersedia di meja depan); fasilitas wudhu yang terletak di luar ruang sholat; toilet yang menghadap jauh dari Mekah; dan seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia dan hewan; dan
- e. Operasi Bisnis: pemasaran dan promosi etis; strategi tanggung jawab sosial perusahaan (terkait dengan nilai-nilai Islam) dan sumbangan dermawan; dan transaksi dan investasi sesuai dengan prinsip dan praktik yang terkait dengan perbankan syariah, akuntansi dan keuangan (Stephenson, 2014).

Kedua, analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi menghadapi kendala kepatuhan

syariah dilakukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT diawali dengan melihat kondisi lingkungan internal untuk menemukan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Selanjutnya melihat kondisi dari sisi lingkungan eksternalnya untuk menemukan peluang dan ancaman. Dari hasil analisis tersebut peneliti menyusun dalam matrik SWOT untuk menentukan pengembangan strategi Hotel Syariah menghadapi kendala kepatuhan syariah berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pada tahap perumusan strategi dilakukan Focus Grup Discussion (FGD) dengan stakeholder terkait berdasarkan matrik SWOT. Analisis matrik SWOT terdapat 4 (empat) strategi utama, yaitu:

- a. Strategi SO: Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
- b. Strategi WO: Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
- c. Strategi ST: Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
- d. Strategi WT: Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan hasil wawancara dan observasi di lapangan, kemudian menganalisis berdasarkan teori dan konsep terkait hotel syariah. Analisis dilakukan untuk melihat implementasi dan strategi SWOT untuk menjawab tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus, di mana subjek penelitian pada satu hotel yang mendeklarasikan sebagai hotel syariah, yakni Multazam Syariah Hotel.

Multazam Syariah Hotel berlokasi di Jl. Garuda Mas No.4B, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Hotel ini berdiri pada tanggal 4 Desember 2015 dengan menawarkan fasilitas seperti, kamar, loby, restoran, ruang pertemuan, ballroom. Multazam Syariah Hotel memiliki perizinan operasional hotel bintang 2 (dua). Hotel ini terus meningkatkan fasilitasnya dengan terutama dengan penambahan jumlah kamar dan luas loby. Di tahun 2024 ini telah memiliki 54 kamar dengan berbagai tipe seperti: Superior Room, Deluxe Room, dan President Suite Room. Secara jumlah kamar, hotel ini sudah memenuhi kategori untuk naik

klasifikasi hotel bintang 3 (tiga). Tentunya pihak manajemen masih melakukan peningkatan aspek layanan dan pengelolaan meningkatkan klasifikasi hotel dengan mengacu peraturan yang berlaku di Indonesia.

3.1.1. Implementasi Kepatuhan Syariah

Implementasi kepatuhan syariah di Multazam Syariah Hotel diuraikan dalam 3 (tiga) aspek, yakni: Sumber Daya Manusia (SDM), Fasilitas, dan Bisnis. Implementasi aspek SDM terkait tentang rekrutmen, pelatihan, dan *Standard Operating Procedure* (SOP). Implementasi aspek fasilitas terdiri dari fasilitas kamar, makanan/ restoran, dan fasilitas lain yang ditawarkan pihak hotel. Terakhir, implementasi aspek bisnis meliputi, pengelolaan keuangan dan pemasaran hotel. Adapun masing-masing aspek dijelaskan sebagai berikut.

3.1.1.1 Implementasi Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

a. Rekrutmen Karyawan

Rekrutmen memiliki kontribusi dalam pemenuhan SDM hotel. Multazam Syariah Hotel memiliki kriteria tertentu dalam rekrutem SDM, yakni muslim, bisa baca Al Quran, dan berhijab bagi wanita. Selanjutnya ada kriteria rekam jejak bagi calon karyawan yang sebelumnya telah bekerja di bidang perhotelan. Rekam jejak ini bisa dilihat dari biodatanya dan mengkonfirmasi di hotel yang menjadi tempat kerja sebelumnya. Sistem rekrutmen menggunakan standar internal di Multazam Syariah Hotel.

b. Pelatihan Karyawan

Pihak manajemen hotel melakukan pelatihan untuk meningkatkan *product knowledge*, *handling complain*, dan pelayanan ke tamu. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan 3 bulan sekali dalam rangka upgrading dan kondisional ketika penerimaan karyawan baru. Pada wawancara dengan narasumber menyebutkan untuk materi *product knowledge* adalah untuk hotel secara umum, tidak spesifik ke hotel syariah.

Pertanyaan:

Product knowledge yang syariahnya juga?

Jawaban narasumber:

Tidak sih, Pak. Kita sekarang general aja. Jadi sebenarnya meskipun kita syariah... ..tapi teknik masih universal.

Multazam Syariah Hotel juga mengadakan pengajian rutin yang dilaksanakan 2 (dua) kali dalam sebulan. Kajian ini dipertuntukan bagi

karyawan dan tamu untuk meningkatkan wawasan ke Islaman.

c. Standard Operating Procedure (SOP).

Multazam Syariah Hotel memiliki SOP di setiap departemen. Secara spesifik terkait kepatuhan syariah yakni SOP Penerimaan Tamu. SOP ini ditujukan ke resepsionis, di mana dalam penerimaan tamu berusaha untuk tidak menerima tamu pasangan yang belum menikah. Di sini dilakukan *screening* dengan meminta KTP pasangan yang akan menginap. KTP tersebut dideteksi kesamaan status dan alamat, apabila pasangan suami istri, maka status dan alamat di KTP harus sama. Apabila ada pasangan baru yang status dan alamat di KTP belum sama maka calon tamu harus menunjukkan bukti bahwa mereka pasangan sah, misal foto-foto saat akad atau resepsi pernikahan, bisa juga menunjukkan buku nikah. Pihak hotel akan menolak jika terdapat tamu terindikasi bukan pasangan suami istri yang sah. Pada calon pelanggan yang berencana mengadakan event di Multazam Syariah Hotel sejauh ini belum ada prosedur *screening* terkait jenis event apa yang boleh dan tidak.

Pertanyaan:

Kalau untuk event, screening-nya ada?

Jawaban:

Kalau untuk event sendiri kita nggak ada.

Umumnya calon pelanggan Multazam Syariah Hotel sudah tersegmentasi. Brand hotel yang Islami memberikan dampak pada calon pelanggan untuk menggunakan jasa hotel. Brand Islami ini secara tidak langsung menjadi *screening* untuk calon tamu dan penyelenggara event.

3.1.1.2 Implementasi Aspek Fasilitas

a. Fasilitas kamar

Multazam Syariah Hotel menawarkan fasilitas kamar hotel berupa sajadah, Al Quran, mukena, dan petunjuk arah kiblat. Fasilitas yang ditawarkan ini menjadi pembeda dengan hotel konvensional. Adanya fasilitas ini memberikan kenyamanan bagi pelanggan muslim, di sisi lain juga tidak mengganggu bagi umat agama lain.

b. Makanan/ restoran.

Makanan merupakan fasilitas yang ditawarkan pihak hotel ke tamu yang menginap dan pengunjung restoran. Multazam Syariah Hotel mengelola sendiri untuk makanan yang disajikan. Pengelolaan makanan dijamin ke-

halalannya ditunjukkan dengan pengelola telah mendapat sertifikasi halal. Adapun makanan saat event pihak hotel bekerjasama dengan vendor atau calon pelanggan membawa sendiri vendor dari luar. *Screening* vendor makanan yang dibawa oleh calon pelanggan belum ada SOP untuk memastikan kehalalannya.

Pertanyaan:

Tapi cateringnya dari luar. Itu juga di-screening tidak? Atau tidak bebas?

Jawaban:

Kalau di-screening, kita tidak ada. Nah itu tadi kembali lagi ke segmentasi hotel. Biasanya memang tamu kita memang secara otomatis menyesuaikan kita. Jadi sampai sejauh ini belum ada yang makanan tidak halal masuk.

c. Fasilitas lain yang ditawarkan.

Multazam Syariah Hotel menawarkan fasilitas-fasilitas lain yang menguatkan *brand image* sebagai hotel syariah dan menunjang layanan umat muslim, seperti mushala, shalat jamaah, suara adzan sholat 5 waktu di ruang kamar, suara murottal Al Quran. Hotel juga menawarkan ballroom untuk ruang pertemuan atau acara pernikahan. Aturan penggunaan ballroom secara umum masih sama dengan di hotel konvensional. Pasar Multazam Syariah Hotel memiliki segmen di kalangan muslim, sejauh ini belum ada penggunaan ballroom untuk kegiatan terlarang, seperti kegiatan pesta dengan minuman beralkohol. Mengingat belum adanya aturan kepatuhan syariah tentang penggunaan atau kegiatan di ballroom, maka untuk kegiatan event sepenuhnya dikelola oleh event organizer.

3.1.1.3 Implementasi Aspek Bisnis

a. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan ini fokuskan pada jenis bank yang digunakan untuk transaksi. Mengingat aspek keuangan merupakan bagian rahasia perusahaan, peneliti tidak mengungkap secara mendalam terkait alokasi portofolio dan sumber pendanaan. Adapun terkait transaksi keuangan di Multazam Syariah Hotel menggunakan dua jenis bank yakni bank syariah dan konvensional. Bank konvensional masih digunakan untuk memfasilitasi pelanggan atau mitra yang tidak memiliki bank syariah.

b. Pemasaran

Multazam Syariah Hotel memiliki target pasar universal, di mana hotel ini dapat di gunakan

untuk umat dari berbagai agama. Sama seperti hotel pada umumnya, pihak hotel menawarkan harga berbeda tergantung *high season* atau *low season*. *High season* di Multazam Syariah Hotel seperti kegiatan liburan semester, acara wisuda, kegiatan keagamaan di lingkungan dekat hotel. Hotel ini memiliki letak dekat dengan universitas swasta dan sekolah Islam terpadu, di mana *High season* di hotel ini juga tergantung pada kalender akademik di sekolah dan universitas terdekat. Sementara, letak hotel di yang berada di perbatasan kota Surakarta dan kabupaten Sukoharjo ini kadang juga mengikuti agenda di kota Surakarta untuk menentukan *high season rate*. Multazam Syariah Hotel sejauh ini tidak mengadakan event-event seperti *live party*, *live music*, dan menyambut tahun baru. Kegiatan tahunan yang dilakukan untuk meningkatkan tamu adalah *iftar* atau layanan menu buka puasa di restoran.

3.2. Analisis Strategi SWOT

Fokus analisis SWOT ini khusus pada kepatuhan syariah. Berbeda pada studi kasus SWOT umumnya dilakukan untuk strategi bisnis, namun pada penelitian ini digunakan untuk strategi kepatuhan syariah di hotel. Mengingat tujuan dari bisnis Islam adalah *falah* yakni keuntungan dunia dan akhirat. Strategi kepatuhan syariah ini perlu untuk dikaji dan tingkatkan di Multazam Syariah Hotel karena merupakan esensi dari bisnis hotel syariah. Informasi dari narasumber kami peroleh melalui wawancara terstruktur dengan daftar pertanyaan terkait tema kekuatan/ *strengths* (S), kelemahan/ *weaknesses* (W), peluang/ *opportunities* (O) dan tantangan/ *threats* (T).

3.2.1. Kekuatan/ Strengths (S)

- a. Multazam Syariah Hotel memiliki kekuatan brand dengan menggunakan label syariah. Operasional hotel menggunakan pedoman dari Kementerian Pariwisata. Ditinjau lebih lanjut untuk aturan dari Kementerian Pariwisata ada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah (Permenparekraf 2/2014).

Pertanyaan:

Kalau panduan yang terkait Syariah. Ada kendala acuannya tidak? Apa dari DSN atau dari kementerian pariwisata? Kan kalau dulu keliatannya DSN mengeluarkan sama peraturan Menteri Pariwisata.

Jawaban:

Kalau kita pakai dari Kementerian Pariwisata sih. Jadi kita mau ikuti dari sana. Balik lagi sih kita memang tidak. Masih universal. Jadi meskipun Syariah jadi pedoman kalau untuknya MUI kita di makanan aja sih.

Selanjutnya, Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pencabutan atas Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah dikarenakan Permenparekraf 2/2014 sudah tidak sesuai lagi dengan tuntutan dan perkembangan kepariwisataan saat ini. Maka peraturan dari Kementerian Pariwisata yang masih bisa digunakan adalah UU Kepariwisataan dan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tahun 2013 tentang Standar Usaha Perhotelan, dan perubahannya yakni: 1) Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 6 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel; dan 2) Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 12 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel. Peraturan Menteri Pariwisata ini bersifat universal pada penyelenggaraan hotel, sementara khusus pada syariah tidak ada. Sehingga aturan yang lama masih digunakan yakni Permenparekraf 2/2014, di mana aturan ini juga merujuk pada DSN MUI. Fatwa 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah menyebutkan bahwa ketentuan hotel syariah diantaranya:

- 1) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila;
- 2) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan lataat tindak asusila;
- 3) Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI;

- 4) Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci;
- 5) Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah;
- 6) Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan/atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah;
- 7) Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan.

Ketujuh poin ini menjadi rujukan utama dalam pelaksanaan hotel syariah.

- b. Pengelolaan makanan di Multazam Syariah Hotel telah tersertifikasi halal. Sertifikasi halal ini menjadi kekuatan karena menjamin produk bagi konsumen muslim. Di mana target pasar dari hotel ini adalah muslim. Makanan dan minuman halal berkontribusi pada status hotel syariah yang wajib menyediakan makanan dan minuman halal.

3.2.2. Kelemahan/ Weaknesses (W)

- a. Pihak hotel belum memiliki bagian pengawas syariah. Bisnis syariah rentan dengan penyimpangan syariah untuk mengejar profit. Maka bagian pengawas syariah sangat diperlukan untuk mengawasi, konsultasi dan membuat pedoman operasional syariah. Model struktur organisasi bagian pengawas syariah ini bisa mengikuti bank syariah.

Pertanyaan:

Kalau di sini, adanya apa? Ibaratnya kalau di lembaga kewangan itu DPS ya, Dewan Pengawasi Sharia. Yang mengawasi, ya Dewan Pengawasi Sharia lah. Di sini model seperti itu ada enggak? Yang jadi wasit. Pengawas. Pengawas dari bagian kesariahnya.

Jawaban:

Kalau kita nggak ada sih. Misalkan kalau untuk yang berhubungan dengan Sharia, kita biasanya memang itu tadi hanya di makanan. Kalau untuk sistem kewangan, kita malah lebih ke government ya. Maksudnya langsung ke dines pengawasan seperti PHRI tadi. Kita tidak terlalu yang ada. Bisa ada dari internal hotel sendiri nggak menyediakan.

- b. Dari sisi fasilitas letak tempat wudhu sering mendapat masukan dari pelanggan untuk

memisahkan dengan kamar mandi. Pada sebagian muslim memandang ini penting terkait kepatuhan syariah. Namun pihak hotel belum memungkinkan untuk melakukan perubahan. Di sisi lain, secara syariah bergabungnya tempat wudhu dan kamar mandi masih *debatable*.

Pertanyaan:

Fasilitas yang perlu diperbaiki, Dari sisi Syariahnya tadi, kiranya apa?

Jawaban:

Mungkin tempat wudu itu ya. Tempat wudu itu masih sering sekali kita menemui... Ada yang memberi masukan untuk... Sebaiknya tempat wudu itu di dalam kamar ada diadakan kayak gitu. Cuma karena memang misalnya kita menyesuaikan dari interior dan lain sebagainya... Memang belum memungkinkan. Karena kalau diadakan, kita otomatis akan ada perombakan di semua kamar.

3.2.3. Peluang/ Opportunities (O)

Lingkungan hotel disekitar lembaga pendidikan Islam merupakan peluang dalam implementasi kepatuhan syariah. Letak hotel berada di kampus swasta Islam dan pondok pesantren besar di kawasan Solo Raya. Masyarakat yang tereduksi pendidikan Islam akan memilih hotel syariah. Mereka memilih untuk kenyamanan baik sisi lingkungan, makanan, dan fasilitas ibadah yang ditawarkan. Di sisi lain, mereka yang tereduksi pendidikan Islam akan memberikan masukan terkait layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

3.2.4. Tantangan/ Threats (T)

- a. Di hotel ini masih ada pasangan tidak resmi untuk mencoba *booking* kamar. Biasanya ini terselubung dan menggunakan aplikasi pertemanan di handphone. Ada juga yang waktu masuknya berbeda antara calon pelanggan pria dan wanita. Hal ini menjadi tantangan utamanya bagi frontliner atau resepsionist dalam screening tamu.
- b. Pengetahuan masyarakat tentang hotel syariah masih perlu ditingkatkan. Indikasinya masih adanya pasangan tidak resmi yang mencoba *booking* kamar, padahal hotel telah berlabel syariah. Perlunya ada edukasi di masyarakat bahwa hotel syariah berbeda dengan hotel konvensional dalam segi layanan, fasilitas, dan operasional.

Pernyataan Narasumber:

kalau sebenarnya kalau menjauh, kan pun juga kadang datang sendiri jadi kita sering sekali

dianggap bukan hotel Syariah karena banyak yang tidak tahu misalnya pasangan yang tidak sah itu tadi masuk ke sini tapi setelah kita ada penolakan di Pronovis ya sudah selesai terkadang pun, mungkin juga pernah mendengar berita tentang Mechat. Nah itu juga sering kita menjadi korban fasilitas di sini.

Berdasarkan hasil identifikasi SWOT, selanjutnya dikembangkan dalam Matrik SWOT. Matriks ini dapat digunakan oleh pihak manajemen untuk menganalisis situasi dan mengembangkan strategi dan tindakan. Matriks SWOT difokuskan pada penguatan kepatuhan syariah, adapun tampilan matrik seperti di bawah ini:

Tabel 1 Matrik SWOT

IFAS = Internal Strategic Factors Analysis Summary (Analisis Faktor Strategi Internal)/ EFAS = External Strategic Factors Analysis Summary (Analisis Faktor Strategi Eksternal)	Kekuatan/ Strengths	Kelemahan/ Weaknesses
Peluang/ Opportunities <ul style="list-style-type: none"> Lingkungan hotel disekitar lembaga pendidikan Islam Mayoritas tamu adalah muslim 	Strategi Penguatan kepatuhan Syariah dengan menjalin kolaborasi pihak hotel dan lembaga pendidikan untuk membentuk komunitas Islami sebagai sarana umpan balik untuk meningkatkan kepatuhan syariah dan <i>brand image</i> .	Strategi Penguatan kepatuhan Syariah dengan menjalin kolaborasi pihak hotel dan lembaga pendidikan Islam di sekitar hotel untuk melengkapi struktur organisasi dan menerima masukan pihak luar.

Tantangan/ Threats	Strategi	Strategi
<ul style="list-style-type: none"> Tamu pasangan yang tidak sah Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang hotel syariah 	Penguatan kepatuhan Syariah dengan melakukan promosi sekaligus edukasi mengenalkan hotel syariah	Strategi Penguatan kepatuhan Syariah yang dapat dilakukan adalah penguatan internal SDM dan fasilitas untuk peningkatan layanan dikhususkan terkait kepatuhan syariah.

Sumber: Penulis (2024)

Tabel di atas menunjukkan acuan strategi dari hasil SWOT, di mana terangkum dalam 4 strategi, yakni:

- Strategi SO: Strategi Penguatan kepatuhan Syariah dengan menjalin kolaborasi pihak hotel dan lembaga pendidikan untuk membentuk komunitas Islami sebagai sarana umpan balik untuk meningkatkan kepatuhan syariah dan *brand image*. Bentuk kolaborasi berupa memberikan tanggung jawab sosial perusahaan dan *sponsorship* kepada mitra atau komunitas.
- Strategi WO: Strategi Penguatan kepatuhan Syariah dengan menjalin kolaborasi pihak hotel dan lembaga pendidikan Islam di sekitar hotel untuk melengkapi struktur organisasi dan menerima masukan pihak luar. Sebagai contoh membentuk pengawas syariah dengan mengambil dari ahli agama di lembaga pendidikan sekitar dan pihak hotel menerima masukan perbaikan layanan syariah dari tamu atau pihak yang berasal dari lembaga pendidikan Islam.
- Strategi ST: Strategi Penguatan kepatuhan Syariah dengan melakukan promosi sekaligus edukasi mengenalkan hotel syariah. Promosi sebaiknya tidak hanya menawarkan layanan hotel seperti pada umumnya namun juga memberikan edukasi kelebihan hotel syariah dan perbedaan hotel syariah dibandingkan hotel konvensional.
- Strategi WT: Strategi Penguatan kepatuhan Syariah yang dapat dilakukan adalah penguatan internal SDM dan fasilitas untuk peningkatan layanan dikhususkan terkait kepatuhan syariah. Peningkatkan SDM dikhususkan terkait pelatihan

layanan berbasis syariah, bisnis syariah, dan etika Islami bagi karyawan. Sementara pada perbaikan fasilitas dilakukan untuk meningkatkan detail-detail kepatuhan syariah seperti, SOP kepatuhan syariah untuk setiap layanan dan devisi, perbaikan tempat wudhu dan penyesuaian arah kiblat, serta menjalin kerjasama dengan vendor yang menenapkan prinsip syariah Islam.

4. KESIMPULAN

Multazam Syariah Hotel telah mengimplementasikan kepatuhan syariah pada aspek Sumber Daya Manusia (SDM), Fasilitas, dan Bisnis, namun terdapat beberapa bagian yang perlu diperkuat. Penguatan aspek kepatuhan syariah ini penting untuk menjadi komitmen hotel yang berlabel syariah. Dari sisi SDM perlu adanya pelatihan spesifik terkait layanan Islami, bisnis Islami, dan kepatuhan syariah bisnis hotel. Pada sisi fasilitas, perlu adanya SOP terkait penggunaan fasilitas yang sesuai dengan prinsip Islami, sebagai contoh untuk penggunaan layanan event dengan catering pihak luar wajib menggunakan sajian menu tersertifikasi halal. Pada sisi bisnis yang perlu evaluasi adalah penggunaan layanan perbankan konvensional, di mana penggunaan bank konvensional bertentangan dengan prinsip syariah.

Berdasarkan analisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, Multazam Syariah Hotel mempunyai banyak potensi untuk menguatkan kepatuhan syariah sekaligus menguatkan brand image sebagai hotel syariah. Strategi penguatan kepatuhan syariah dengan kekuatan yang dimiliki dengan menjalin kolaborasi dengan lingkungan pendidikan Islami di sekitar hotel. Selain itu juga memberikan promosi sekaligus edukasi bagi masyarakat tentang hotel syariah. Kelemahan hotel tentu harus diperbaiki dengan bertahap dengan melengkapi struktur pada pegawai syariah dan menerima masukan perbaikan, serta peningkatan (improvement) SDM dan fasilitas. Menjadi catatan penting bagi hotel syariah bahwa tujuan bisnis Islami adalah mencapai keuntungan dunia dan akhirat atau fallah. Di mana jika kepatuhan diterapkan akan mengurai atau menghilangkan keuntungan dunia. Di sisi lain penguatan kepatuhan syariah bisa menguntungkan dengan jumlah populasi muslim dan peningkatan kesadaran beragama Islam di Indonesia.

5. REFERENSI

- Catherine, M & Rossman, B. (1995). *Designing Qualitative Research*. California: Sage Publication, Inc.
- Cheng, D S Y, (2013) Faculty Business, Upper Iowa, and Kong Campus. Analyze the Hotel Industry in Porter Five Competitive Forces. 9(3): 52–57.
- Enz, Cathy A. (2011). Competing Successfully with Other Hotels : The Role of Strategy Competing Successfully with Other Hotels : The Role of Strategy.”
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syariah
- Hana, U. A. (2018). Konsep hotel Syariah dan implementasinya di Namira hotel Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- Izza, M. (2018). Penerapan manajemen hotel syariah dengan pendekatan maqasid as-syariah. Al Tijarah, 4(1), 19-34.
- Jais, A S. (2016). Shariah Compliance Hotel: Concept and Design. Merlimau Melaka: Politeknik Merimau Melaka.
- Mastercard & Crescentrating. 2017. Global Muslim Travel Index 2017
- Mansyuroh, F. A. (2018). Peluang Dan Tantangan Bisnis Hotel Syariah Pada Masyarakat Kosmopolitan. At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, 9(2), 91.
- Pew Research Center (2011), “The future of the global Muslim population: projections for 2010-2030”, available at: [www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF Feb10.pdf](http://www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF%20Feb10.pdf)
- Stephenson, Marcus L.. 2014 .*Deciphering ‘Islamic hospitality’: Developments, challenges and opportunities*. Tourism Management 40, hal. 155-164
- Rezeki S. & Reza I. 2011. Strategi Komunikasi “Change Management”. (*Studi Kasus: Perubahan Konsep Bisnis dari Hotel Konvensional ke Hotel Syariah*). Jurnal Semai Komunikasi Vol. II No. 1.
- Yuswohady MD, Herdiansyah IA., & Alim I. (2014). *Marketing To The Middle Class Muslim* kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya. Jakarta (Indonesia): PT Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI.
- 10 Countries With the Largest Muslim Populations, 2010-2050. http://www.pewforum.org/2015/04/02/muslims/pf_15-04-02_projectionstables74/, diakses tanggal 8 Januari 2018