

**PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL GRASIA SEMARANG
DALAM PERSPEKTIF DAKWAH**

SKRIPSI



**Diajukan untuk Memenuhi sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)**

Oleh:

Nadaa Masithah

1701036014

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022

NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405 Semarang
50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id, email: fakdakom.uinws@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di Semarang
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya,
maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : NADAA MASITHAH

NIM : 1701036014

Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul : **PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL BERBASIS SYARIAH DI
MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF DAKWAH
(Studi kasus Hotel Grasia Semarang)**

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya
kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 15 September 2022

Pembimbing,

Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.

NIP: 196708231993032003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

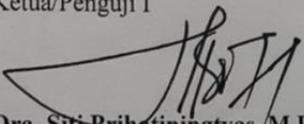
PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL GRASIA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF DAKWAH

Oleh:
NADAA MASITHAH
1701036014

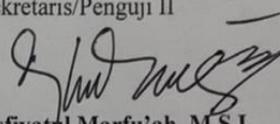
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Jum'at, 23 September 2022 dan dinyatakan telah LULUS memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

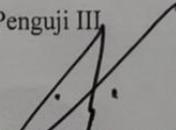
Ketua/Penguji I


Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.
NIP. 196708231993032003

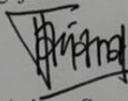
Sekretaris/Penguji II


Usfivatul Marfu'ah, M.S.I.
NIP. 2014058903

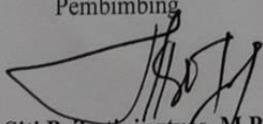
Penguji III


Drs. H. Kasmuri, M.Ag.
NIP. 196608221994031003

Penguji IV


Hj. Ariana Survorini, SE.MMSI.
NIP. 197709302005012002

Mengetahui,
Pembimbing


Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.
NIP. 196708231993032003

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 01 Desember 2022


Prof. Dr. H. Supena, M.Ag.
NIP. 197204102001121003

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 02 Februari 2022



Nadaa Masithah

NIM 1701036014

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin, puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah”.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan suri tauladan terbaik bagi umat manusia. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) program studi Manajemen Dakwah (MD) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK).

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. beserta para Wakil Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. beserta para Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M. Pd dan Bapak Dedi Susanto, M.S.I. selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M. Pd selaku wali studi dan juga pembimbing yang selalu memberi motivasi, bimbingan, arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap civitas akademik UIN Walisongo Semarang yang memberikan bekal ilmunya kepada penulis dengan ketulusan, semoga penulis menjadi orang yang bermanfaat bagi orang lain.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan.
7. Direktur Hotel Grasia Semarang dan para staff karyawan Hotel Grasia Semarang yang telah membantu memberikan informasi tentang data yang diperoleh penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta, (ayah Erizal Effendi dan Mamak Artati) yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk selalu sabar dalam menghadapi hidup serta mendoakan penulis agar selalu sabar dan menjadi orang yang sukses dunia maupun akhirat.
9. Abang dan adik tercinta (Berri Ilham dan Aurel Syhfara) yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk terselesaikannya skripsi ini.
10. Keluarga besar saya di kampung halaman yang telah memberikan semangat dan motivasi.
11. Sahabat-sahabat (Tria Wulandari dan Firda Nur Aeni) yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Teman-teman bermain (Tria Wulandari, Firda Nur Aeni, Adi Pujiarto, dan Muhammad Salman Alfarizi) yang selalu memberikan semangat dan menghibur dikala lelah dengan perskripsian.
13. Sahabat-sahabat yang jauh di Sumatera Barat (Lisa Maulina, Amitia Jesika, Putri Andhini, Rosa Gusharinarti, Diana Rizki Amelia, Nanda Putra, Septian Erdi Gunawan, Alif Fiddin Royan, Muhammad Wahyu Firdaus) yang selalu memberikan semangat agar skripsi ini cepat terselesaikan.
14. Teman-teman seperjuangan MD-A 17 yang berjuang bersama.
15. Teman-teman PPL dan KKN yang berjuang bersama.
16. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.

Kepada semua pihak yang terlibat dalam dalam pembuatan skripsi ini penulis ucapkan terima kasih banyak. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini baik secara materi ataupun secara penulisannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis

harapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Hanya kepada Allah subhanahu wata'alaah penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan pembaca. Semoga Allah subhanahu wata'alaah meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya.

Semarang 02 Februari 2022

Nadaa Masithah

NIM 1701036014

PERSEMBAHAN

Segala perjuangan hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita dari pada diri kita sendiri. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, (ayah Erizal Effendi dan Mamak Artati) yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk selalu sabar dalam menghadapi hidup serta mendoakan penulis agar selalu sabar dan menjadi orang yang sukses dunia maupun akhirat.
2. Abang dan adik tercinta (Berri Ilham dan Aurel Syhfara) yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Kepada keluarga besar saya, yang selalu memberikan perhatian dan dukungan tanpa henti dalam menyelesaikan pendidikan ini.
4. Kepada pembimbingku ibu Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd., yang selalu memberikan masukan dan nasehat dalam penulisan skripsi ini.
5. Almamater saya UIN Walisongo Semarang tercinta.

MOTTO

*“A good plan violently executed now is better than a perfect
plan executed next week”.*

George S. Patton

ABSTRAK

Nadaa Masithah. 1701036014. Penelitian ini berjudul “Perencanaan Strategi Hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah”. Peneliti memfokuskan penelitian pada perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dan konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan diperoleh dari HR Coordinator, Eksekutive cheff dan staff lain yang bekerja di Hotel Grasia Semarang yang terkait dengan judul skripsi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategis hotel Grasia Semarang telah merancang rencana jangka panjang yang tersusun dengan baik untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Langkah-langkah yang digunakan yaitu dengan cara penetapan visi, misi dan tujuan, analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal, identifikasi isu-isu strategis berkaitan dengan yang dihadapi organisasi dan mengembangkan strategi.

Konsep hotel Grasi Semarang telah menerapkan sesuai dengan kriteria-kriteria hotel syari’ah yaitu syiar dan tampilan, fasilitas, Ibadan dan dakwah, kebijakan dan peraturan, dan juga manajerial keuangan. Hotel Grasia Semarang juga sudah mengikuti aturan terkait ketentuan hotel syari’ah yaitu hotel syari’ah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila, tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan dan tindakan asusila, makanan dan minuman yang disediakan oleh hotel syari’ah wajib mendapatkan sertifikat halal dari MUI, serta pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib menggunakan pakaian sesuai dengan syari’ah.

Kata Kunci: Perencanaan Strategis, Hotel Syari’ah, Dakwah

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Metode Penelitian.....	11
F. Teknik Pengumpulan Data	12
G. Teknik Analisis Data.....	13
H. Keabsahan Data.....	15
I. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II : PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL SYARI'AH	18
A. Perencanaan Strategis.....	18
B. Hotel Syari'ah	24
C. Konsep Hotel Syari'ah	29
D. Dakwah.....	34
BAB III : GAMBARAN UMUM HOTEL GRASIA SEMARANG	40
A. Profil Hotel Grasia Semarang	40
B. konsep hotel Grasia Semarang sebagai hotel berbasis syariah	53
C. program kerja di hotel Grasia Semarang.....	58
D. perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah	60

BAB IV : ANALISIS PERENCANAAN STRATEGI HOTEL GRASIA	
SEMARANG DALAM PERSPEKTIF DAKWAH	67
A. Analisis perencanaan strategis hotel Grasia Semarang	67
B. Analisis konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah	69
BAB V : PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78
BIODATA	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perencanaan sebagai suatu proses penentuan tujuan dan tindakan yang sesuai guna mencapai tujuan tersebut. Terry (2013:173) menyebutkan, perencanaan adalah menyeleksi dan menghubungkan fakta-fakta, membuat dan menggunakan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan penggambaran dan penyusunan kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan merupakan rangkaian kegiatan secara bertahap. *Pertama*, melakukan kegiatan yang meliputi analisis pihak-pihak berkepentingan, kemudian merumuskan visi misi dan tujuan serta merumuskan hasil utama. *Kedua*, melakukan kegiatan yang meliputi analisis posisi yang mengkaji faktor-faktor eksternal dan internal serta pembahasan analisis kekuatan dan kelemahan. *Ketiga*, penyusunan rencana dengan merumuskan sasaran baik berupa asumsi maupun kebijakan tertentu, kemudian menentukan strategi dan membuat program kerja. *Keempat*, implementasi rencana dan *Kelima*, evaluasi dan umpan balik melalui kegiatan pengendalian dan evaluasi (Syamsuddin, 1996: 4).

Setiap kegiatan yang memiliki arah dan tujuan, memerlukan suatu perencanaan. Tanpa perencanaan yang tepat, tujuan tidak dapat dicapai seefektif dan seefisien mungkin. Perencanaan bertujuan untuk menjamin agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan tingkat kepastian yang tinggi dan dengan resiko yang kecil. Perencanaan merupakan tahap paling penting dalam fungsi manajemen, terutama dalam menghadapi lingkungan eksternal. Perencanaan merupakan proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana kerja organisasi.

Dalam suatu perencanaan terdapat tiga langkah yang terkait dengan proses perencanaan, yaitu memutuskan tujuan dan atau sasaran yang akan ditetapkan dan dicapai oleh organisasi, memutuskan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran, memutuskan cara

mengalokasikan sumber daya organisasi yang akan digunakan dalam strategi untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Tingkat kinerja atau seberapa efektif dan efisien suatu organisasi ditentukan oleh seberapa baik manajer merencanakan dan mengembangkan strategi.

Dalam strategi perencanaan pariwisata syari'ah, pengenalan pasar pariwisata syari'ah yang jelas sangat penting untuk memancing para pelaku bisnis wisata untuk terjun ke industri pariwisata. Selain itu, destinasi wisata di Indonesia juga beragam, mendukung pariwisata syari'ah walaupun destinasi yang difokuskan disini masih terfokus pada wisata religi dan destinasi wisata lainnya yang juga didukung dengan fasilitas ibadah. Pariwisata syari'ah di Jawa Tengah dapat dikembangkan dengan mengoptimalkan industri kreatif karena pariwisata sendiri memerlukan proses-proses kreatif tersebut dalam pengembangannya. Di daerah-daerah tertentu banyak ditemui yang sudah memiliki fasilitas berbasis syari'ah. Restoran yang bersertifikat halal pun dapat ditemui di Jawa Tengah.

Hotel merupakan salah satu fasilitas dari industri besar pariwisata, keberadaannya menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam pengembangan industri pariwisata. Daerah-daerah yang menjadi tujuan wisata menempatkan fasilitas penginapan ini menjadi bagian prioritas setelah pengembangan destinasi pariwisata. Pertumbuhan fasilitas hotel di Indonesia terus meningkat seiring dengan pengembangan destinasi pariwisata di tanah air. Perkembangan hotel modern yang dibangun dan dikelola dengan menggunakan konsep-konsep manajemen hotel modern. Keputusan Menparpostel menyebutkan sebagai suatu usaha akomodasi yang dikomersilkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut: kamar tidur (kamar tamu), makanan dan minuman, dan pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti, tempat-tempat rekreasi, fasilitas olahraga, *laundry* dan lain sebagainya (Sulastiyono, 2010: 3).

Pengembangan destinasi wisata masih menjadikan destinasi budaya sebagai prioritas utama, disamping itu prioritas pengembangan destinasi juga diarahkan pada pengembangan ekowisata sungai dan maritim. Arah

pengembangan pariwisata tersebut diikuti dengan pengembangan pariwisata berbasis syari'ah, pariwisata berbasis syari'ah adalah konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syari'ah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariat islam. Fasilitas dalam pariwisata Islam syari'ah salah satunya adalah tersedianya hotel syari'ah.

Unsur halal sangat memegang peran penting dalam skala kehidupan saat ini, yang dimana di sisi lain merupakan suatu pendukung komoditi ekuitas pasar yang potensial. Berbagai segmen pasar kehidupan ini sudah melirik pada basis syari'ah, melihat potensi kedepannya semakin menjanjikan. Halal tidak hanya dari segi zat barangnya namun cara pengelolaannya bisa diperhitungkan untuk menentukan halal tidaknya suatu barang/jasa. Di bidang jasa mulai terlihat segmen pasar yang signifikan dalam melirik unsur halal ini seperti jasa perhotelan (Falsah, 2016: 4).

Nilai-nilai syari'ah yang ada dalam usaha hotel syari'ah taat pada peraturan pengaturannya yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014. Peraturan ini mencakup beberapa aspek dalam penyelenggaraan usaha hotel syari'ah, diantaranya adalah penggolongan usaha hotel syari'ah, pelaksanaan sertifikasi usaha hotel berbasis syari'ah, namun melalui Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 6 Tahun 2016 tentang penyabutan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2014. Dasar penyabutan tersebut menyebutkan bahwa pengaturannya yang ada dalam Peraturan Menteri Pariwisata sebelumnya sudah tidak sesuai dengan perkembangan yang ada. Dengan demikian penyelenggaraan usaha hotel syari'ah taat pada pengaturannya dan pedoman pengelolaan hotel yaitu Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013. Tentang Standar Usaha Perhotelan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI No 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Hotel Syari'ah).

Pariwisata syari'ah merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syari'ah kedalam kegiatan-kegiatan pariwisata dengan menyediakan

fasilitas dan layanan yang sesuai dengan ketentuan syari'ah. Hotel syari'ah sebagai salah satu bentuk fasilitas layanan dalam pariwisata syari'ah memberikan bentuk layanan *hospitality* dengan mengintegrasikan nilai-nilai syari'ah dalam segala bentuk layanan dan fasilitas yang dikelola. Kriteria-kriteria dalam lingkup usaha hotel syari'ah yang saat ini diterapkan terkesan sangat eksklusif, dari sisi segment yang dituju yaitu wisatawan muslim. Untuk mengidentifikasi pariwisata dengan aktivitas kehidupan masyarakat dapat diwujudkan atau dihubungkan dengan segala aspek kehidupan masyarakat seperti wisata dikaitkan dengan kegiatan penunaian ibadah khusus Islam yaitu seperti menunaikan ibadah haji dan umrah bagi yang mampu. Di samping itu, wisata juga dapat dikaitkan dengan pengambilan pembelajaran dan peringatan disetiap perjalanan kehidupan manusia, karena setiap perjalanan kehidupan manusia terdapat pelajaran sebagai peringatan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik. Seperti, dalam Al-Qur'an surat Al-Ankabut ayat 20:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ
كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : *Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*

Ayat ini diturunkan kepada seluruh umat manusia untuk melakukan segala sesuatu harus selalu didasarkan kepada niat awal dari pekerjaan tersebut untuk menuju/ melihat bagaimana pelajaran-pelajaran dan peringatan bagi orang-orang yang lalai siapa akan dirinya.

Kementrian Pariwisata dan Eknomi Kreatif bersama MUI telah meluncurkan wisata Syari'ah di Indonesia. Ada empat produk dalam wisata syari'ah yang diprioritaskan, yaitu hotel, restoran, *travel agent* dan usaha SPA. Potensi wisata syari'ah sangat besar, sebuah terobosan studi baru, "*Global Muslim Lifestyle Travel Market: Landscape & Consumer Needs*", menunjukkan bahwa belanja wisatawan Muslim senilai 126.1 juta dolar AS (sekitar 1.53 triliun rupiah) pada 2011 dan diperkirakan terus meningkat 4.8

persen hingga saat ini. Ini merupakan perkembangan ekonomi dan bisnis syari'ah kontemporer yang semakin meningkat (Alma, 2014: 5).

Pendirian hotel berbasis syari'ah dapat dikatakan mampu membawa misi untuk membersihkan jiwa masyarakat baik secara kolektif maupun individual dari adanya fitnah, maksiat dan lain sebagainya sehingga mampu mewujudkan terciptanya ketertiban masyarakat, dan aspek-aspek lainnya. Hotel syari'ah adalah hotel yang operasional dan pelayanannya sudah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah atau pedoman ajaran Islam. hotel syari'ah secara umum tidak berbeda dengan hotel-hotel lainnya, tetap tunduk pada peraturan pemerintah, tetap buka 24 jam. Pemasarannya pun terbuka bagi semua kalangan baik muslim ataupun non muslim. Penyajian makanan dan minuman menggunakan bahan-bahan halal yang berguna bagi kesehatan dan sajian minuman dihindarkan dari kandungan alcohol. Pengembangan wisata syari'ah yang dirintis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif layak didukung. Untuk itu dukungan dari masyarakat sangat diperlukan karena konsep hotel syari'ah ini bisa menjadi sesuai dengan yang diharapkan dan keinginan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai luhur agama dan adat.

Dari sekian banyak Hotel Syari'ah yang ada di Semarang, seperti hotel Ibrahim syari'ah Simpang Lima, hotel syari'ah Laris Manis, hotel Tiara syari'ah Semarang, dan hotel syari'ah King Garden, penulis hanya memfokuskan penelitian pada satu hotel syari'ah yaitu : Hotel Grasia Semarang, karena setelah peneliti melakukan observasi pada hotel Grasia Semarang ada hal menarik yaitu hotel Grasia Semarang ini merupakan hotel yang menerapkan konsep hotel syari'ah tetapi nama hotel tersebut tidak disertai dengan adanya kata hotel syari'ah, adapun dari hasil observasi yang sudah peneliti lakukan hotel-hotel syari'ah yang ada di Semarang rata-rata menggunakan kata syari'ah pada logo *brand* hotelnya tersebut. Selanjutnya terdapat banyak kegiatan-kegiatan dakwah yang dilakukan di hotel Grasia Semarang yang diadakan untuk staff yang bekerja di hotel Grasia Semarang tersebut. Salah satu contoh kegiatan dakwah yang dilakukan adalah belajar

membaca Al-Qur'an, pengajian dan kegiatan rohis. Hotel Grasia merupakan perkembangan dari Hotel Muria yang sudah berdiri sejak tahun 1985 yang berlokasi di Jl. Letnan Jendral S Parman No 29 Gajahmungkur Semarang. Pada mulanya hotel tersebut adalah hotel Melati yang mana seiring dengan perkembangannya pada tahun 1991 Hotel Muria menjadi hotel berbintang. Nama Grasia diambil dari kepanjangan Graha Saubari dan Putra yang artinya bahwa kepemilikan saham Hotel Grasia adalah Bapak H. Saubari, SH dan putra-putrinya. Tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam arti lain visi merupakan kemampuan untuk melihat pada inti persoalan pandangan dan wawasan. Jadi visi hotel Grasia Semarang adalah : menjadikan Hotel Grasia sebagai Hotel pilihan utama dalam pelayanan dan produk sesuai syari'ah.

Berangkat dari pemaparan tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dan konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Perencanaan Strategis Hotel Grasia Semarang Dalam Perspektif dakwah".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan strategis hotel Grasia Semarang?
2. Bagaimana konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis paparkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perencanaan strategis hotel Grasia Semarang.

- b. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu:

- a. Secara Teoritis, yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan baru dalam disiplin ilmu manajemen dakwah khususnya dalam bidang ilmu pariwisata islam dengan pembahasan strategi perencanaan perhotelan berbasis syariah dimasa pandemi covid-19
- b. Secara Praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan oleh:
 - 1) Bagi Hotel Grasia Semarang diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan tentang pentingnya strategi perencanaan yang ditinjau dari segi konsep pariwisata Islami.
 - 2) Bagi masyarakat diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan tentang strategi perencanaan yang ditinjau dari segi konsep pariwisata islami.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari terjadinya plagiasi atas temuan penelitian orang lain, maka penulis akan memaparkan beberapa bentuk hasil penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian yang penulis lakukan. Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian Lisa Gusmita Sari yang berjudul "*Manajemen Strategi Bisnis Islam (studi kasus pada hotel Desa Puri Syari'ah Yogyakarta)*". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yang bersifat deskripsi kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan metode wawancara, obseravsi, dan dokumentasi langsung kepada Manajer Hotel Desa Puri Syari'ah Yogyakarta, staff, dan tamu. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa

manajemen strategi bisnis islam sudah diterapkan di Hotel Desa Puri Syari'ah Yogyakarta, akan tetapi masih belum ditingkatkan. Kriteria hotel syari'ah dari permen parekraf dan MUI juga sudah diterapkan, tetapi masih ada aspek yang belum terpenuhi.

Perbedaan antara skripsi Lisa Gusmita Sari dengan skripsi yang penulis akan buat adalah pada skripsi Lisa Gusmita Sari memfokuskan pada manajemen strategi bisnis islam serta kriteria hotel syari'ah menurut permen parekraf dan menurut MUI D.I.Y yang diterapkan pada Hotel Desa Puri Syari'ah Yogyakarta hadir untuk menawarkan perbedaan antara hotel syari'ah dan konvensional. Pada skripsi yang akan dibuat penulis lebih memfokuskan pada konsep hotel Grasia Semarang dan perencanaan strategis hotel Grasia Semarang.

2. Penelitian Suci Amelia Batubara yang berjudul "*Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah Pada Hotel Transit Syariah Medan*". Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif, prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, melukiskan keadaan objek pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan sebagaimana adanya dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dalam penelitian ini adalah bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah sudah diterapkan termasuk di dalamnya aturan-aturan dan kebijakan-kebijakan hotel pada keseluruhannya. Akan tetapi masih ada kekurangan dalam hal kebersihan dan fasilitas untuk itu perlu ditingkatkan lagi. Dan model hotel semacam ini pada kenyataannya banyak diminati masyarakat khususnya muslim dikarenakan aspek kenyamanan, keamanan, dan pelayanan yang diberikan.

Perbedaan antara skripsi Suci Amelia Batubara dengan skripsi yang penulis akan buat adalah pada skripsi Suci Amelia Batubara memfokuskan pada prinsip-prinsip syari'ah pada Hotel Transit Syari'ah Medan. Pada skripsi yang akan dibuat penulis lebih memfokuskan pada program kerja yang ada di Hotel Grasia Semarang.

3. Penelitian Wulandari yang berjudul “*Analisis Penerapan Prinsip Hotel syari’ah (studi kasus pada Namira Syari’ah Hotel Pekalongan)*”. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini adalah operasional hotel Namira Syari’ah Pekalongan dapat dilihat dari segi fasilitas dan operasional yang disediakan oleh pihak lebih menghindarkan kepada hal-hal yang dilarang oleh syari’ah seperti adanya seleksi ketat ketika menerima tamu yang berpasangan beda jenis kelamin. Sedangkan untuk penerapan prinsip hotel syari’ah, Namira Syari’ah belum sepenuhnya bisa dikatakan sudah sesuai dengan prinsip syari’ah karena belum adanya DPS yang mengawasi jalannya operasional hotel tersebut dan menurut peraturan menteri Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syari’ah, Namira syari’ah belum bisa dikategorikan kedalam usaha bisnis syari’ah secara resmi atau legal dikarenakan belum mendapatkan sertifikat syari’ah untuk usaha hotel tersebut.

Perbedaan antara skripsi Wulandari dengan skripsi yang penulis akan buat adalah pada skripsi Wulandari memfokuskan pada operasional hotel Namira Syari’ah Pekalongan dapat dilihat dari segi fasilitas dan operasional yang disediakan oleh pihak lebih menghindarkan kepada hal-hal yang dilarang oleh syari’ah seperti adanya seleksi ketat ketika menerima tamu yang berpasangan beda jenis kelamin. Pada skripsi yang akan dibuat penulis lebih memfokuskan pada konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

4. Penelitian Siti Rohmah yang berjudul “*Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syari’ah Yogyakarta*”. Penelitian ini dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan

penelitian kualitatif, pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan, tentang etika bisnis Islam dan kriteria hotel syari'ah yang telah ditentukan oleh menteri pariwisata dan ekonomi Republik Indonesia. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syari'ah Yogyakarta akan tetapi masih perlu ditingkatkan lagi. Kriteria hotel syari'ah *standard* nasional kategori hilal 1 juga sudah diterapkan tetapi masih ada aspek yang belum terpenuhi.

Perbedaan antara skripsi Siti Rohmah dengan skripsi yang penulis akan buat adalah pada skripsi Siti Rohmah memfokuskan pada penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam serta kriteria hotel syari'ah standar nasional kategori hilal 1 di hotel Madani Syari'ah Yogyakarta. Pada skripsi yang akan dibuat penulis lebih memfokuskan pada konsep hotel berbasis syari'ah dan perencanaan strategis yang di lakukan Hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

5. Penelitian Ubaid Aisyul Hana yang berjudul "*Konsep Hotel Syari'ah Dan Implementasinya Di Namira Hotel Surabaya*". Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan sumber primer dan sekunder yang selanjutnya dipaparkan dan dianalisis antara teori yang diangkat dengan pelaksanaan dan data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi konsep syari'ah di Hotel Namira Syari'ah Surabaya masih dalam tahap penyesuaian diri terhadap peraturan yang ada yaitu Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syari'ah. 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. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar

bagi pihak manajemen Hotel Namira Syari'ah Surabaya agar segera mengajukan sertifikasi kepada MUI untuk mendapat sertifikat usaha hotel syari'ah.

Perbedaan antara skripsi Ubaid Aisyul Hana dengan skripsi yang penulis akan buat adalah pada skripsi Ubaid Aisyul Hana memfokuskan pada implementasi konsep syari'ah di Hotel Namira Syari'ah Surabaya. Pada skripsi yang akan dibuat penulis lebih memfokuskan pada konsep hotel berbasis syari'ah dan perencanaan strategis yang di laukan Hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan penelitian di tempat terjadinya gejala-gejala yang diselidiki (Hadi, 2004: 10).

Metodologi penelitian yang akan digunakan adalah metodologi deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk mengkaji atau menangkap keadaan masyarakat secara rinci dan menyeluruh (Sugiyono, 2018: 209).

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti mencoba memahami dan menggambarkan keadaan subjek yang diteliti terkait dengan perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dalam Perspektif dakwah.

2. Data dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan fakta yang diperlukan dalam kegiatan penelitian, yang tersedia di lingkungan obyek dan lokasi penelitian. Tempat pengumpulan data penelitian disebut sebagai sumber data. Data yang tidak dinyatakan sebagai angka atau nominal tertentu melainkan sebagai gambaran dengan arti dan nilai tertentu disebut sebagai data kualitatif. Instrumen penelitian kualitatif meliputi wawancara, observasi, analisis dokumentasi, dan metode lainnya (Herdiansyah, 2013: 10).

Penulis menggunakan data dari penelitian lapangan (*field research*) dan data penelitian kepustakaan (*library research*) untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, yang digunakan untuk mengumpulkan data teoritis yang dinyatakan. Sumber data dalam penelitian merupakan sumber subjek dari mana data dapat diperoleh. Data-data yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini diambil dari berbagai sumber diantaranya adalah:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari obyek penelitian. Sumber data primer ini adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung yaitu berupa dokumen dan wawancara dengan staf HR Coordinator Hotel Grasia Semarang yaitu ibu Tiara Ayu Putriana, bapak Agus Wahid, dan staf yang bekerja di hotel Grasia Semarang dan konsumen yang berkunjung ke hotel Grasia Semarang.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subyek penelitiannya. Buku-buku, artikel, jurnal, file-file komputer, dan item-item perpustakaan lainnya yang relevan dengan penelitian ini dan berfungsi sebagai arsip resmi dan data sekunder untuk penelitian ini (Idrus, 2009:86). Jenis datanya berupa dokumen yang berkaitan dengan perencanaan strategis hotel Grasia Semarang.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2016: 154). Jenis observasi dalam penelitian ini adalah observasi nonpartisipan, yaitu peneliti tidak turut aktif setiap hari berada di Hotel

Grasia Semarang. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan dan kegiatan-kegiatan apa saja yang ada di hotel Grasia Semarang.

2. Interview (Wawancara)

Interview atau wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewed*) (Arikunto, 2002: 132). Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi yang terjadi, dimana hal tersebut tidak bisa ditemukan dalam observasi (Sugiyono, 2016: 231-232). Wawancara akan dilakukan dengan staf HR Coordinator Hotel Grasia Semarang, *Executive Cheff*, dan staff lainnya yang bekerja di hotel Grasia Semarang terkait: *pertama*, Hotel Grasia Semarang; *kedua*, konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah; *ketiga*, perencanaan strategis hotel Grasia Semarang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dari dokumen-dokumen atau foto-foto kegiatan, termasuk buku-buku tentang teori yang berhubungan dengan masalah penelitian yang akan diteliti.

Dokumentasi ini digunakan peneliti untuk mengetahui data-data yang berkaitan dengan gambaran umum, visi misi dan perencanaan tertulis Hotel Grasia Semarang.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif

dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data diantaranya (Sugiyono, 2016: 246):

1. Data *Reductoin* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2016: 247). Data yang penulis dapatkan adalah dari hasil pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Semua data dipilih sesuai dengan masalah penelitian yang diteliti.

2. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami (Sugiyono, 2016: 249). Data yang peneliti sajikan adalah dari pengumpulan data kemudian dipilih mana data yang berkaitan dengan masalah penelitian, selanjutnya data disajikan (penyajian data).

3. *Conclusion Drawing/ Verivication Data*

Menurut Miles dan Huberman *conclusion drawing/ veruvication data* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan pada tahap awal masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2016: 252).

Data yang didapat merupakan kesimpulan dari berbagai proses dalam penelitian kualitatif, seperti pengumpulan data kemudian dipilih-pilih data yang sesuai, kemudian disajikan, setelah itu proses menyimpulkan, setelah disimpulkan, ada hasil penelitian yaitu temuan baru berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas (Sugiyono, 2016: 253).

H. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian sering halnya ditekankan pada uji validasi dan reliabilitas. Dalam penelitian kualitatif, data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2016 : 267). Keabsahan data dimaksud untuk memperoleh tingkat kepercayaan yang berkaitan dengan seberapa jauh kebenaran hasil penelitian. Pada penelitian kualitatif, keabsahan data lebih bersifat seiring dengan proses penelitian itu berlangsung. Keabsahan data kualitatif harus dilakukan sejak awal pengambilan data, yaitu sejak melakukan reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Moleong, 2010 : 329).

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu pengumpulan data (Sugiyono, 2016 : 273). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi yang memanfaatkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber dengan menggunakan metode atau teknik yang berbeda.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi digunakan dengan tujuan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunan dari masing-masing bab yang memiliki keterkaitan. Penulis membagi penyusunan menjadi 5 bab, diantaranya yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian yang mendasari penelitian yang dilakukan, diantaranya yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL SYARI'AH

Bab kedua ini akan menjelaskan tentang konsep perencanaan (pengertian perencanaan, manfaat perencanaan, tujuan perencanaan, dan tahapan perencanaan); hotel (pengertian hotel, fungsi hotel, karakteristik hotel, jenis hotel dan klasifikasi hotel).

BAB III : PERENCANAAN STRATEGI HOTEL GRASIA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF DAKWAH

Bab ketiga ini akan menjelaskan tentang: gambaran umum Hotel Grasia Semarang, sejarah singkat berdirinya Hotel Grasia Semarang, Visi dan Misi, Tujuan Hotel Grasia Semarang, Struktur Organisasi, tugas dan fungsi struktur Hotel Grasia Semarang; selanjutnya akan menjelaskan tentang bagaimana perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dan konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

BAB IV : ANALISIS PERENCANAAN STRATEGI HOTEL GRASIA SEMARANG DALAM PERSPEKIF DAKWAH

Bab ini menjelaskan tentang analisis perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dan analisis konsep hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

BAB V : PENUTUP

Bab yang terakhir ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian ini, saran serta penutup. Penulis menyimpulkan tulisan pada bab-bab sebelumnya mengenai perencanaan strategis hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah.

BAB II

PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL SYARI'AH

A. Perencanaan Strategis

1. Pengertian Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis merupakan rencana jangka panjang yang bersifat menyeluruh, memberikan rumusan dalam sebuah organisasi. Perencanaan strategis juga merupakan proses pemilihan tujuan-tujuan, penentuan strategis, kebijaksanaan, program-program strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Pengertian tentang perencanaan strategis juga dikemukakan oleh Handoko (2009: 92) yang menyatakan bahwa perencanaan strategik (*strategic planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi dan penetapan metode-metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan.

Perencanaan strategis juga dikatakan memiliki peran penting guna memastikan agar semua anggota organisasi bekerja ke arah tujuan yang sama. Peran perencanaan strategispun menjadi semakin diperlukan dalam organisasi. (Handoko, 2009 : 99) menyatakan bahwa kebaikan utama perencanaan strategi adalah dalam memberikan pedoman yang konsisten bagi kegiatan-kegiatan organisasi.

Peneliti menyimpulkan bahwasannya perencanaan strategi dirancang dalam rangka menghasilkan rencana jangka panjang yang tersusun dengan baik. Rencana tersebut digunakan untuk menentukan tujuan organisasi serta mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, kemampuan membuat perencanaan strategi yang baik dan keberhasilan mengimplementasikan perencanaan strategi tersebut memegang peran penting dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Rencana strategi adalah rencana yang didesain untuk memenuhi sasaran organisasi secara luas. Rencana strategi ada enam tahap yaitu sebagai berikut (Wahjono, 2019: 65-66).

a. Penentuan visi, misi, dan tujuan

Tahap ini merupakan tanggung jawab top manajemen. Pada tahap ini yang diuji adalah kemampuan top manajemen dalam mengimplementasikan nilai-nilai dan norma-norma (tentang baik-buruk, salah-benar, boleh-tidak boleh, halal-haram, sah-tidak sah).

b. Evaluasi diri

Langkah ini bertujuan untuk membentuk profil perusahaan dengan mengenali diri dengan mengidentifikasi tujuan-tujuan dan strategi yang telah diterapkan saat ini.

c. Analisis lingkungan eksternal

Setelah faktor-faktor internal perusahaan dievaluasi, maka faktor-faktor eksternal seperti pemasok, pesaing, pemerintah, pelanggan, dan media sebagai faktor eksternal untuk diidentifikasi satu per satu untuk dicarikan antisipasinya sebagai faktor yang mempengaruhi kegiatan perusahaan. Hasil akhir tahap ini adalah terjawabnya pertanyaan tentang *Opportunity dan Threat* (peluang dan ancaman).

d. Pembuatan keputusan strategik

Setelah terkumpul dan terjawab masalah-masalah tentang *Strength- Weakness dan Opportunity-Threat* (SWOT), maka tibalah dipilih alternatif strategik yang terbaik dalam arti pilihan strategik yang mendapat manfaat yang paling besar tetapi mengandung mudharat (resiko) yang paling kecil.

e. Implementasi strategi

Implementasi berarti meletakkan strategi menjadi kegiatan. Implementasi melibatkan penugasan dan pendelegasian wewenang ke tingkat manajemen di bawahnya.

f. Evaluasi

Tahap ini perlu dikemukakan dua pertanyaan mendasar yaitu, (a) apakah strategi diimplementasikan sesuai dengan rencana? (b) apakah strategi mencapai hasil yang diharapkan?

2. Langkah-langkah Perencanaan Strategis

Adapun pencapaian keberhasilan tujuan yang dicapai, perlu adanya langkah-langkah perencanaan strategis sebagai berikut;

a. Teori Bryson yang dikutip oleh Setya Haksama Nurhapna tentang penyusunan perencanaan strategi terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut (Nurhapna, 2014: 92).

- 1) Penetapan visi, misi dan tujuan organisasi, merupakan tindakan mengembangkan dan mengklarifikasi tanggung jawab sosial dari perusahaan yang berkaitan dengan pernyataan visi, misi, tujuan organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi.
- 2) Analisis lingkungan eksternal, yaitu mengungkapkan lingkungan luar yang dimaksud untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan, berkaitan dengan factor politik, ekonomi, sosial. Arah perkembangan teknologi merupakan bagian dari aktivitas analisis luar.
- 3) Analisis lingkungan internal, merupakan langkah yang digunakan untuk menganalisis kedalam organisasi itu sendiri, dengan menilai sumberdaya organisasi. Indikator dalam analisis lingkungan internal hanya berfokus pada kekuatan dan kelemahan organisasi itu sendiri.
- 4) Identifikasi isu-isu strategis berkaitan dengan yang dihadapi organisasi, merupakan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kebijakan fundamental tentang pengaruh mandat organisasi, visi, misi, pelayanan biaya, pendanaan, maupun rencana organisasi atau manajemen.

- 5) Mengembangkan strategi, yaitu melaksanakan tindakan-tindakan dari keputusan atas dasar isu-isu strategis yang telah diidentifikasi pada langkah sebelumnya, untuk mengelola isu strategis dan penetapan visi organisasi yang efektif dan efisien.
- b. Teori Jhon A. Pearce II yang dikutip oleh T. Hani Handoko tentang penyusunan perencanaan strategis terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut (Handoko, 2009: 94).
- 1) Penentuan misi dan tujuan. Perumusan misi dan tujuan merupakan tanggung jawab kunci bagi manajer puncak. Perumusan ini dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dibawakan manajer.
 - 2) Pengembangan profil perusahaan. Profil perusahaan menunjukkan kesuksesan perusahaan diwaktu yang lalu dan kemampuannya untuk mendukung pelaksanaan kegiatan sebagai implementasi strategi dalam pencapaian tujuan diwaktu yang akan datang.
 - 3) Analisis lingkungan eksternal. Mengidentifikasi cara-cara dalam perubahan-perubahan lingkungan ekonomi, teknologi, soaial/budaya, dan politik dapat secara tidak langsung mempengaruhi organisasi.
 - 4) Analisis internal perusahaan. Analisa ini dilakukan dengan membandingkan profil perusahaan lingkungan eksternal.
 - 5) Pengembangan strategi perusahaan. Setelah tujuan jangka panjang dan strategi dipilih dan ditetapkan, organisasi perlu menjabarkannya ke dalam sasaran-sasaran jangka pendek (tahunan) dan strategi-strategi operasional.
 - 6) Peninjauan kembali dan evaluasi. Adapaun dua pertanyaan utama dalam proses peninjauan kembali dan evaluasi strategi adalah: (a) apakah strategi diimplementasikan

sesuai dengan rencana? (b) apakah strategi mencapai hasil yang diharapkan?

Dalam proses perencanaan strategis, bertujuan untuk tujuan yang hendak dicapai bisa sesuai dengan rencana.

3. Unsur-unsur Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis memiliki unsur-unsur yang dibutuhkan dalam pencapaian tujuan. Unsur-unsur perencanaan strategis yaitu sebagai berikut (Isabela, 2015: 7).

- a. Dipisahkan antara rencana strategis dan rencana operasional. Rencana strategis memuat antara lain visi, misi, dan strategi (arah kebijakan); sedangkan rencana operasional memuat program dan rencana tindakan.
- b. Penyusunan rencana strategik melibatkan secara aktif semua stakeholders di masyarakat (dengan kata lain, pemerintah adalah satu-satunya pemeran dalam proses perencanaan strategik).
- c. Tidak semua isu atau masalah dipilih untuk ditangani. Dalam proses perencanaan strategik, ditetapkan isu-isu yang dianggap paling strategis atau fokus terhadap masalah yang paling diprioritaskan untuk ditangani.
- d. Kajian lingkungan internal dan eksternal dilakukan agar pemilihan strategi selalu diperbarui terkait dengan peluang dan ancaman di lingkungan luar, dan mempertimbangkan kekuatan serta kelemahan yang ada di lingkungan internal.

Unsur sentral perencanaan strategi di bidang publik terdapat pada akronim SWOT, yang diingat dari kebijakan Harvard. SWOT merupakan kepanjangan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) (Djuaidi, 2002: 3). Masyarakat menjadikan kajian ini sebagai dasar dari penyusunan strategi untuk mencapai tujuan dan sasaran dalam bidang isu-isu kunci.

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) dalam suatu spekulasi bisnis. Tujuan SWOT dalam proses perencanaan strategis adalah menyediakan informasi tentang kekuatan dan kelemahan (factor internal) organisasi sehubungan dengan peluang dan ancaman (factor eksternal) yang sedang atau akan dihadapi.

a. Penilaian lingkungan eksternal (peluang dan ancaman)

Tujuan dari langkah penilaian lingkungan eksternal adalah menggali informasi lingkungan diluar organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi.

b. Penilaian lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan)

Tujuan dari penilain lingkungan internal adalah untuk menilai lingkungan internal organisasi guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, aspek-aspek yang membantu atau merintangi pencapaian misi organisasi dan pemenuhan mandatnya.

4. Manfaat Perencanaan Strategis

Dalam pengelolaan suatu organisasi perlu adanya *planning* (perencanaan), karena dengan adanya perencanaan dapat membantu dalam pengembangan organisasi tersebut dan mempunyai manfaat yang besar sekali.

Manfaat perencanaan menurut Susatyo Herlambang dalam buku Pengantar Manajemen, adalah sebagai berikut (Herlambang, 2013: 46).

- a. Tujuan yang ingin dicapai
- b. Jenis dan struktur organisasi yang dibutuhkan
- c. Jenis dan jumlah staf yang diinginkan dan uraian tugasnya
- d. Sejauh mana efektivitas kepemimpinan dan pengarahan yang diperlukan
- e. Bentuk dan standar pengawasan yang akan dilakukan

Berbagai manfaat tersebut, maka dapat diuraikan bahwasannya dengan adanya perencanaan maka:

- a. Semua aktifitas dalam suatu organisasi itu akan terarah, teratur dan tertib
- b. Semua tindakan ditujukan kepada hasil yang diinginkan bersama disertai tindakan yang efektif dan efisien
- c. Semua aktifitas terkoordinir sehingga terlaksana secara harmonis dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu
- d. Pelaksanaan pekerjaan dalam rangka mencapai tujuan akan lebih teratur dan terarah
- e. Pelaksanaan tindakan yang acak-acakan dan tidak produktif akan dihindari, dengan adanya perencanaan tersebut
- f. Semua aktivitas, motivasi, dan berkomunikasi akan lebih baik
- g. Tingkat hasil yang dicapai cenderung lebih berkualitas dari pada tanpa perencanaan

B. Pengertian Hotel Syari'ah

1. Pengertian Hotel

Pengertian hotel menurut *Hotel Proprietors Act, 1956*, hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Agus, 1999: 5).

Pemerintah menurunkan peraturan yang dituangkan dalam surat keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No. KM37/PW.340/MPPT-86, tentang peraturan usaha dan penggolongan hotel. Bab I, Pasal 1, ayat (b) dalam surat keputusan (SK) tersebut menyatakan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan,

makan dan minum serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial (Agus, 1999: 6).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi menggunakan bangunan fisik yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya diperuntukkan bagi umum dikelola secara komersial, yang dimaksud dengan dikelola secara komersial adalah dikelola dengan memperhitungkan untung dan ruginya, serta yang utama adalah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang sebagai tolak ukurnya (Agus, 1999:7).

Untuk dapat memberikan informasi kepada para tamu yang akan menginap di hotel tentang standar fasilitas yang dimiliki oleh masing-masing jenis dan tipe hotel, maka Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi melalui Direktorat Jendral Pariwisata mengeluarkan suatu peraturan usaha dan penggolongan hotel (SK. No. KM 37/PW.304/MPPT-86). Penggolongan hotel tersebut ditandai dengan bintang, yang disusun mulai dari hotel bintang 1 sampai dengan hotel bintang 5.

Jenis dan standar kamar tamu pada dasarnya dibedakan menjadi 4 bagian yaitu sebagai berikut:

- a. *Single Room* :Kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran *Single* (ukuran untuk satu orang).
- b. *Twin Room* :Kamar yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur dan masing-masing tempat tidur berukuran *Single* (untuk satu orang).
- c. *Double Room* :Kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran *Double* (ukuran untuk dua orang).
- d. *Double-Double Room* :Kamar yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur dan masing-masing tempat tidur berukuran *Double* (untuk dua orang) (Agus, 2010: 4).

Adapun standar fasilitas yang terdapat pada jenis-jenis kamar tersebut adalah:

- a. Kamar mandi pribadi (*bath room*)

- b. Tempat tidur (jumlah dan ukurannya sesuai dengan jenis kamar seperti yang sudah dijelaskan di atas)
- c. Almari pakaian (*cupboard*)
- d. Telpon
- e. Radio dan Televisi
- f. Meja rias/tulis (*dressing table*)
- g. Rak untuk menyimpan koper (*luggage rack*)
- h. Asbak, korek api, handuk, alat tulis (*stationaries*) (Sulastiyono Agus, 2010 :5).

Jenis kamar menurut fasilitas yang tersedia berbeda dari hotel satu dengan hotel yang lainnya, hal tersebut karena penggolongan jenis kamar dikaitkan dengan harga kamar. Semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin mahal harga kamarnya. Berikut contoh jenis kamar menurut fasilitasnya sebagai berikut:

- a. *Standard Room*
- b. *Superior*
- c. *Moderate*
- d. *Suite Room*
- e. *Executive Room*
- f. *Penthouse dan lain-lain*

2. Pengertian Hotel Syari'ah

Hotel syari'ah adalah hotel yang operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah atau ajaran Islam, guna memberikan suasana tenang, nyaman, sehat dan bersahabat yang dibutuhkan oleh tamu, baik muslim maupun non-muslim.

Hotel syari'ah adalah hotel dalam rangka penyediaan jasa pelayanan penginapan, makan, minuman serta jasa lainnya yang bukan saja memenuhi persyaratan yang ditetapkan tetapi juga memenuhi ketentuan Allah SWT. Hotel syari'ah merupakan salah satu bisnis Islam yang harus didasarkan atas nilai-nilai syari'ah, baik dalam segi pelayanan ataupun manajemennya.

Rambu-rambu islam yang dipakai di hotel syari'ah, terbukti semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang menginap di hotel syari'ah. Masalah yang diutamakan pada hotel syari'ah yakni, keamanan para wisatawan, kenyamanan dalam memilih makanan halal, kesucian dalam beribadah menunjukkan bahwa kepuasan seseorang mulai terbentuk. Fungsi utilitas atau kepuasan merupakan penentu apakah suatu barang lebih disukai atau tidak dibandingkan dengan barang lain (Ghufron, 2017: 134).

3. Pedoman Penyelenggaraan Hotel Syari'ah

Dalam peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif nomor 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syari'ah, pemerintah membagi golongan menjadi hotel syari'ah hilal satu dan hotel syari'ah hilal dua. Hilal satu adalah penggolongan untuk usaha hotel syari'ah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syari'ah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim, sedangkan hotel syari'ah hilal dua adalah penggolongan untuk usaha hotel syari'ah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syari'ah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syari'ah pasal 1 menetapkan bahwa dalam peraturan menteri ini yang dimaksud dengan:

- a. Usaha Hotel adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
- b. Syari'ah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia.
- c. Usaha hotel syari'ah adalah usaha hotel yang penyelenggarannya harus memenuhi kriteria usaha hotel syari'ah sebagaimana dimaksud dalam peraturan menteri ini.
- d. Kriteria usaha hotel syari'ah adalah rumusan kualifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan.

- e. Hotel syari'ah hilal satu adalah penggolongan untuk usaha hotel syari'ah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syari'ah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim.
- f. Hotel syari'ah hilal dua adalah penggolongan usaha hotel syari'ah yang dinilai untuk memenuhi seluruh kriteria usaha hotel syari'ah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan.
- g. Kriteria mutlak adalah ketentuan persyaratan minimal tentang produk, pelayanan, dan penggolongan yang wajib di penuhi dan dilaksanakan oleh pengusaha hotel sehingga dapat diakui sebagai usaha hotel syari'ah dan memproduksi sertifikat usaha hotel syari'ah.
- h. Kriteria tidak mutlak adalah ketentuan dan persyaratan tentang produk, pelayanan, pengelolaan yang dapat dilaksanakan oleh pengusaha hotel syari'ah guna memenuhi kebutuhan tertentu wisatawan muslim.
- i. Sertifikat usaha hotel syari'ah adalah proses pemberian sertifikat pada usaha hotel melalui audit untuk menilai kesesuaian produk, pelayanan dan pengelolaan usaha hotel dengan kriteria usaha hotel syari'ah.
- j. Sertifikat usaha hotel syari'ah adalah bukti tertulis yang diberikan oleh DSN-MUI pada usaha hotel yang telah memenuhi penilaian kesesuaian kriteria usaha hotel syari'ah.
- k. Majelis Ulama Indonesia, yang selanjutnya disebut MUI adalah wadah atau majelis yang menghimpun para ulama dan cendekiawan muslim Indonesia untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama.
- l. Dewan syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia, yang selanjutnya disebut DSN-MUI adalah bagian dari struktur kelembagaan MUI yang bertindak sebagai lembaga sertifikat di bidang usaha pariwisata syari'ah.
- m. Menteri adalah Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- n. Kementrian adalah Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syari'ah Pasal 1).

4. Ketentuan terkait Hotel Syari'ah

Mengingat hotel syari'ah merupakan hotel yang harus mengindahkan nilai-nilai Islami yang diatur dalam peraturan Dewan Syari'ah Nasional selaku Regulator hotel syari'ah yang memberikan aturan sebagai berikut:

- a. Hotel syari'ah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila
- b. Hotel syari'ah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan tindakan asusila
- c. Makanan dan minuman yang disediakan oleh hotel syari'ah wajib mendapatkan sertifikat halal dari MUI
- d. Menyediakan fasilitas, peralatan, dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci
- e. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib menggunakan pakaian sesuai dengan syari'ah
- f. Hotel syari'ah wajib memiliki pedoman atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syari'ah.
- g. Hotel syari'ah wajib menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah dalam melakukan pelayanan (Sumber: DSN MUI, "*Fatwa DSN No. 108/DSN-MUI/X/2016*").

C. Konsep Hotel Syari'ah

Syarat untuk mendapatkan sertifikasi hotel syari'ah adalah pihak hotel mengajukan permohonan ke DSN-MUI untuk legalitas atas usaha perhotelan. Kemudian pihak DSN-MUI akan melakukan penilaian terhadap aspek-aspek yang tertera pada hotel syari'ah hilal satu dan syari'ah hilal dua.

Proses sertifikasi meliputi sebagai berikut :

1. Konfirmasi
2. Pengajuan permohonan
3. Kesepakatan biaya
4. Kontrak
5. Audit tahap 1 (*Desk verification*)
6. Perbaikan hasil audit tahap 1
7. Audit tahap 2
8. Perbaikan hasil audit tahap 2
9. Penerbitan sertifikasi

Konsep hotel syari'ah terdapat dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syari'ah. Usaha hotel syari'ah digolongkan menjadi dua, yaitu : Hotel Syari'ah Hilal satu, dan Hotel Syari'ah Hilal dua. Dalam legalitas usaha hotel syariah tidak ada unsur pemaksaan, ini hanya tergantung kepada individu yang mengelola usaha syariah dan supaya mendapat kepercayaan lebih di mata masyarakat selaku konsumen. Tetapi pihak DSN-MUI menghimbau legalitas usaha syari'ah dan produk-produk halal.

Konsep hotel syari'ah yang harus digunakan atau diterapkan oleh hotel syari'ah adalah sebagai berikut:

1. Syiar dan Tampilan
 - a. Pakaian para pekerja dan karyawan adalah pakaian Islam dan menutup aurat, bukan hanya mereka yang di bagian depan sebagai *customer service* atau petugas reception saja, tetapi juga semua karyawan yang bekerja di hotel syari'ah tersebut. Ini menunjukkan semangat manajemen hotel dalam melaksanakan syari'ah bagi para karyawannya. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat Al-Ahzab ayat 59 :

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ۚ ذَٰلِكَ

أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا ٥٩

Artinya: *Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

- b. Interior hotel dan ruangan kamar berdesain islami, yang tidak harus selalu dikaitkan dengan budaya timur tengah. Namun bisa jadi ada gambar atau tulisan yang mengingatkan tentang sejarah Islam, kebudayaan Islam atau bahkan tokoh-tokoh Islam.
 - c. Membudayakan salam dimana-mana secara khusus kepada tamu. Berusaha dalam setiap kesempatan, dengan niatan memasukan kebahagiaan di hati saudaranya. Senyum tulus penuh makna sedekah.
 - d. Di *lobby* dan lorong-lorong hotel, jika diperlukan bisa dilantunkan tilawah pada saat-saat tertentu, atau *dzikur al matsurat*, ceramah keagamaan, atau setidaknya adalah nasyid dan lagu Islami yang menenangkan hati
2. Fasilitas
- a. Kamar yang difasilitasi peralatan ibadah seperti mukena, sarung, sajadah dan juga mushaf. Tidak lupa arah kiblat ditentukan dengan jelas.
 - b. Stasiun TV dan fasilitas *hot spot* diberikan filter pengaman yang baik, sehingga yang bisa diakses hanyalah stasiun yang tidak memunculkan gambar dan tanyangan negatif.
 - c. Hotel dilengkapi dengan masjid yang nyaman. Apalagi jika sejak awal memang akan diperuntukkan kegiatan-kegiatan besar seperti seminar, diklat, dan penataran yang mempunyai jadwal ibadah terelakkan. Bukan sekedar mushola kecil di pojok hotel, dan akan lebih baik jika

masjid tidak terlalu masuk ke dalam agar dapat dimanfaatkan oleh warga sekitar juga.

- d. Memiliki fasilitas kolam renang tertutup khusus buat muslimah. Jika tidak memungkinkan dibuat penjadwalan khusus waktu berenang khusus muslimah.
- e. Tidak ada fasilitas seperti *music room*, *night club*, pijat SPA yang plus-plus, dan tentu saja tidak tersedianya lagi makan dan minuman favorit di hotel kebanyakan seperti *wine* dan *wisky* (Dian, 2019: 19). Sebagaimana Allah SWT telah berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلٍ

الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ٩٠

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.*

3. Ibadah dan dakwah

- a. Masjid harus dilengkapi dengan sarana lain untuk menunjang kekhusyukan dan kelengkapan ibadah. Bisa dimulai dari karpet yang nyaman, pendingin ruangan, mukena yang bersih, dan tentu saja penyediaan mushaf dan buku-buku islami.
- b. Perlu adanya bagian khusus di Hotel yang mengurus masalah kecerdasan spiritual para karyawan. Maka perlu adanya pengajian rutin karyawan dan juga pelatihan-pelatihan islami untuk menambah penghayatan akan keindahan syari'ah.

4. Kebijakan dan Peraturan

- a. Dimuali dari peraturan khusus kepada para tamu untuk menjaga adab dan akhlak Islami. Dimulai dari aturan *check-in* yang harus dipastikan bahwa pasangan lawan jenis harus suami isteri sah, yang bisa dideteksi

dengan KTP atau bukti nikah lainnya. Begitu pula larangan untuk membawa hal-hal yang mengandung unsur pelanggaran.

- b. Peraturan untuk menciptakan kenyamanan dan keamanan harus diperjelas, sehingga tidak banyak yang berlalu-lalang tanpa tujuan di sebuah hotel, terlebih lagi jika sudah sampai mengganggu kenyamanan penghuni hotel.

5. Manajerial dan Keuangan

- a. Jajaran manajemen hotel harus dilengkapi dengan semacam konsultan syari'ah atau dewan pengawas syari'ah yang bertugas memberikan masukan baik diminta ataupun tidak tentang pengelolaan Hotel Syari'ah.
- b. Seluruh modal didapatkan harus dari pinjaman atau pembiayaan bank yang memenuhi unsur dan syarat syari'ah, baik dengan skema investasi *mudharabah* ataupun *murabahah*. Hal ini dilakukan untuk menghindari dana-dana yang sudah tercampur dengan riba.
- c. Gaji karyawan harus senantiasa dibayar tepat pada waktunya, dengan benar-benar memberikan gaji yang layak bahkan di atas standar lainnya jika diperlukan. Tidak lupa perlu juga ada pemotongan zakat bagi yang telah memenuhi syarat. Dari 'Abdullah bin 'Umar, Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda,

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

Artinya : “Berikanlah kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering” (HR. Ibnu Majah, *Shahih*).

- d. Manajemen hotel harus mengalokasikan dana khusus zakat dan sedekah dari penghasilan yang didapatkan, baik untuk kepentingan dakwah ataupun sosial (Dian, 2019: 20).

D. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab *da'wah*. Dakwah memiliki tiga huruf asal, yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan berbagai makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh dating, dan mendoakan (Aziz, 2009: 6).

Abdul Munir Mulkan mengemukakan bahwa dakwah adalah menyesuaikan cara pandang untuk melihat sesuatu secara lebih positif guna menerapkan ajaran Islam sebagai sistem koeksistensi yang holistic pada situasi dunia nyata (Sukayat, 2015: 9).

Perintah untuk mengajak orang ke jalan Allah SWT secara tegas sudah di jelaskan dalam al-qur'an surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۙ ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”(Q. S.. An-Nahl: 125).

Berdasarkan ayat di atas, selain merupakan bentuk perintah yang ditujukan kepada seluruh umat Islam untuk berdakwah secara *hikmah*, *mau'idzah hasanah* dan *mujadalah*, juga merupakan tuntunan cara dalam melaksanakan aktivitas dakwah yang relevan dengan petunjuk yang terdapat di dalam Al-qur'an. Berikut ini penjelasan tentang *hikmah*, *mau'idzah hasanah* dan *mujadalah* yaitu sebagai berikut:

a. Al-hikmah (bijaksana)

Berdakwah hendaknya memperhatikan suasana, situasi, dan kondisi *mad'u* dan dengan menggunakan metode yang relevan sesuai dengan tantangan dan kebutuhan *mad'u*. *Da'i* juga harus mempunyai cara

dan gaya menyampaikan materi dakwahnya, sehingga *mad'u* mudah dalam menerima dakwah yang disampaikan *d'ai*.

b. *Al-mau'idzah al-hasanah* (nasehat yang baik)

Memberikan nasehat yang baik kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu memberikan petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, menyentuh perasaan, menghindari sikap kasar, dan tidak menyebut kesalahan *mad'u* sehingga *mad'u* dengan hati yang tulus dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh *da'i* (Amin, 2009: 99).

c. *Mujadalah* (berdiskusi)

Metode ini diterapkan apabila kedua metode di atas tidak mampu diterapkan, dikarenakan objek dakwah yang mempunyai tingkat kekritisian tinggi seperti ahli kitab, filosof dan lain sebagainya. Dalam menerapkan metode ini ada beberapa hal yang perlu diterapkan yaitu tidak merendahkan pihak lawan atau menjelek-jelekkan, tujuan diskusi semata-mata untuk mencapai kebenaran dengan ajaran Allah SWT.

2. Macam-macam Dakwah

Menurut Amin (2009: 11), dakwah Islam dapat dikategorikan menjadi tiga macam, yaitu:

a. Dakwah *bi Al-Lisan*

Dakwah *bi Al-Lisan* adalah dakwah yang dilaksanakan dengan lisan, yang dilakukan dengan cara ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lainnya. Metode ini pada biasanya dilakukan oleh juru dakwah di majelis-majelis taklim atau pengajian-pengajian yang diundang oleh seseorang yang membutuhkan ceramahnya.

b. Dakwah *bi Al-Hal*

Dakwah *bi Al-Hal* adalah dakwah dengan melalui perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Contohnya dengan melakukan tindakan nyata yang dapat dirasakan oleh masyarakat luas yang sebagai objek dakwah.

c. Dakwah *bi Al-Qalam*

Dakwah *bi Al-Qalam* adalah dakwah dengan melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis surat kabar, buku, majalah, ataupun internet. Dakwah melalui internet ini jangkauannya lebih luas karena tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk melaksanakan kegiatannya.

3. Fungsi Dakwah

Fungsi dakwah diperlukan untuk membina mental dan spiritual manusia agar sesuai dengan ajaran Allah SWT. Ajaran Islam menyerukan berkembangnya manusia yang kuat iman, ibadah, muamalah, dan akhlaknya karena diyakini melalui hal tersebut akan muncul masyarakat yang sempurna di bawah bimbingan Allah SWT.

Fungsi dakwah adalah menyebarkan Islam kepada manusia sebagaimana individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan Islam benar-benar sebagai *rahmatan lil'alamiin* bagi seluruh makhluk Allah, melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi keeneraso kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi kegenerasi tidak terputus, dan berfungsi korektif, artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani (Saerozi, 2013, 26-27).

4. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah yaitu untuk mewujudkan masyarakat Islam yang merealisasikan ajaran Islam dengan cara yang benar dalam menghadapi tantangan zaman. Dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 82:

وَالَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ ۖ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu” (Q.S. Al-Baqarah ayat 82).

Menurut ayat di atas, dakwah bertujuan mewujudkan masyarakat Islam yang berserah diri kepada Allah SWT dalam segala aspek kehidupan mereka dengan sepenuh jiwa. Jadi, dakwah berusaha mewujudkan masyarakat beriman secara utuh dan sempurna, bukan masyarakat yang setengah-setengah atau masyarakat munafiq.

Dakwah bertujuan untuk memastikan bahwa Islam bermanfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan untuk menginspirasi perilaku yang sejalan dengan ajaran tersebut. Hukum Tuhan akan memberikan kemakmuran dan keselamatan bagi seluruh umat manusia (Saerozi, 2013: 27).

5. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut menurut Achmad adalah *dai* (pelaku dakwah), *mad'u* (penerima dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* dakwah (media dakwah), *thariqah* dakwah (metode dakwah) (Munir & Wahyu, 2009: 21). Unsur-unsur dakwah yang maksud sebagai berikut:"

a. Da'i (Pelaku dakwah)

“Secara umum kata da'i biasa disebut dengan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam) namun sebenarnya sebutan ini berkonotasi sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan bahwa mubaligh sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.”

Hasyimi mengatakan bahwa Pada dasarnya, setiap orang yang mengidentifikasi diri sebagai muslim secara inheren bertindak sebagai misionaris, seseorang yang berkomunikasi, atau seseorang yang berbicara dalam bahasa komunikasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setiap muslim dan muslimah yang mukhalaf (dewasa) adalah da'i, karena perannya sebagai muslim tidak lepas dari komitmen hakikinya untuk

menyebarkan agama Islam, sesuai dengan perintah yang ada pada H.R Bukhari yang berbunyi:

بلغوا عني ولو آية

Artinya: “*sampaikan dariku walaupun hanya satu ayat*” (Hasyimi, 1974: 162).

b. Mad'u (Penerima dakwah)

Mad'u adalah masyarakat atau orang yang menjadi penerima dakwah atau bisa disebut sasaran dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik yang beragama Islam maupun non Islam.

“Penerima dakwah terdiri dari atas beberapa macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan *mad'u* samaddengan menggolongkan manusia itu sendiri seperti profesi, status ekonomi dan lain sebagainya. Penggolongan *mad'u* tersebut sebagai berikut:

- 1) Sosiologis, masyarakat terasering, pedesaan, kota kecil, perkantoran, serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar.
- 2) Struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan dan santri, terutama pada masyarakat Jawa.
- 3) Tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja dan golongan orang tua.
- 4) Profesi, ada golongan petani, pedagang, seniman, buruh dan pegawai negeri.
- 5) Tingkat sosial ekonomi, ada golongan kaya, menengah, dan miskin.
- 6) Jenis kelamin, ada golongan laki-laki dan perempuan.
- 7) Golongan khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapiadana dan sebagainya (Saerozi, 2013: 35-37).”

c. *Maddah* Dakwah (Materi dakwah)

“Materi dakwah merupakan pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u* yang mengandung kebenaran dan kebaikan untuk umat manusia yang bersumber Al-Qur'an dan Hadits. Maka dari itu membahas materi dakwah berarti membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab ajaran Islam yang sangat luas, bisa dijadikan sebagai materi dakwah (Aziz, 2004: 194). Materi dakwah tidak lain adalah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits

sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariat dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. (Saerozi, 2013: 37).”

d. *Wasilah* (Media dakwah)

“Media dakwah merupakan media atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah (*mad'u*). Untuk menyampaikan materi dakwah Islam kepada umat, bisa menggunakan berbagai macam media. Ya'qub (1981: 86) membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yang pertama yaitu melalui lisan, lisan merupakan media dakwah yang sederhana dengan menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya. Media yang kedua yaitu melalui tulisan seperti, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk, flash-card, dan sebagainya. *Wasilah* yang ketiga Lukisan seperti, gambar, karikatur, dan sebagainya. Media yang keempat yaitu Audio visual, merupakan alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, slide, OHP, internet, dan sebagainya. Dan media yang terakhir adalah akhlaq, seperti perbuatan-perbuatan nyata yang dilakukan *da'i* dalam mencerminkan ajaran Islam yang dapat dijadikan contoh, serta didengarkan oleh penerima dakwah (*mad'u*) (Saerozi, 2013: 40).”

e. *Thariqah* (Metode)

“Metode Dakwah (*Thariqoh*) merupakan cara yang dilakukan oleh *da'i* secara teratur atau terkonsep dengan baik untuk mencapai perubahan yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Methoded dakwah dibagi menjadi beberapa bentuk yaitu, dakwah *bil lisan*, dakwah *bil qolam* dan dakwah *bil hal*.”

BAB III

GAMBARAN UMUM HOTEL GRASIA SEMARANG

A. Profil Hotel Grasia Semarang

1. Sejarah Hotel Grasia Semarang

Hotel Grasia merupakan salah satu hotel non alkohol di kota Semarang yang disediakan untuk tamu bisnis, keluarga dan konvensi. Secara geografis, hotel Grasia terletak di kota Semarang atas tepatnya di kawasan candi. Keunggulan lain adalah udaranya yang bebas polusi serta dikelilingi pemandangan yang masih alami.

Hotel Grasia merupakan perkembangan dari Hotel Muria yang sudah berdiri sejak tahun 1985 yang berlokasi di Jl. Dr. Cipto 73 Semarang. Pada mulanya hotel tersebut adalah hotel Melati dan dengan perkembangannya pada tahun 1991 Hotel Muria menjadi hotel berbintang. Melihat dan mencermati kebutuhan akomodasi di kota Semarang waktu itu yang masih sangat menjanjikan dari pemilik hotel Muria mempunyai sebidang tanah bangunan yang berlokasi di Jl. S. Parman n0 89 Semarang yang termasuk kawasan kota atas Semarang dan termasuk tempat yang sangat strategis.

Berikut ini perkiraan waktu yang ditempuh dari Hotel Grasia Semarang menuju pusat kota dan lainnya, yaitu:

Bandara A. Yani	6.0 Km	15 Menit
Stasiun KA Tawang	7.0 Km	20 Menit
Stasiun KA Poncol	5.5 Km	15 Menit
Shopping Mall Simpanglima	3.5 Km	10 Menit
Pusat Oleh-oleh Pandanaran	3.0 Km	5 Menit
Pusat Pemerintahan Kota Semarang	4.0 Km	10 Menit
Pusat Pemerintahan Provinsi Jawa Tengah	3.0 Km	5 Menit

Pada akhirnya pada bulan Februari 1994 dimulai pembangunan hotel Grasia, yang pelaksanaan pembangunan di kerjakan sendiri. Namun legkapnya adalah “PT Hotel Grasia Mulia Putra”. Pembangunan tersebut

membutuhkan waktu kurang lebih 11 bulan yang tepatnya pada tanggal 20 Desember 1994 Hotel Grasia “*Soft Opening*” dengan jumlah kamar 46 kamar dan 2 convention hall (Teratai dan Cempaka). Dengan fasilitas yang memadai Hotel Grasia memperoleh predikat bintang dua. Pada tahun 2003 Hotel Grasia mengadakan renovasi dan perubahan jumlah kamar menjadi 75 kamar dan 4 ruang pertemuan (Teraratai, Cempaka, Asoka, dan Dahlia) dan perubahan beberapa fasilitas lainnya seperti *café*, taman, *lift*, *hot spot* dan lainnya. Dengan penambahan dan penyesuaian fasilitas maka pada tahun 2008 Hotel Grasia menjadi hotel bintang tiga. Nama Grasia diambil dari kepanjangan Graha Saubari dan Putra yang artinya bahwa kepemilikan saham Hotel Grasia adalah Bapak H. Saubari, SH dan putra-putrinya.

Hotel Grasia Semarang ini merupakan hotel di Semarang yang fokus melayani segmen MICE (meeting, incentive, conference, exhibition) atau fokus pada tamu-tamu rombongan (grup) untuk mendukung segmen tersebut. *The Grasia Convention hall* menyediakan 12 ruang pertemuan dan 2 *ballroom* dengan kapasitas mulai dari 20 orang hingga 600 orang. Semua ruang didukung dengan fasilitas representatif mulai dari wifi, lcd *projector*, *whiteboard*, *flipchart*, dan *stage* serta *sound system*, meja dan kursi *meeting*, termasuk *round table*. *Grasia Convention* menjadi tempat favorit berbagai *event* keluarga, baik dari segi pesta pernikahan, ulang tahun, ataupun acara keluarga lainnya. Terdapat 2 *ballroom* yang tersedia yaitu Merapi *hall* dan Guntur *hall* dengan kapasitas mulai dari 300 orang sampai dengan 2.000 orang (Sumber: Profil hotel Grasia Semarang).

2. Visi dan Misi Hotel Grasia Semarang

Visi Hotel Grasia Semarang adalah: “menjadikan Hotel Grasia sebagai hotel pilihan utama dalam pelayanan dan produk sesuai syari’ah” adapun Misi dari Hotel Grasia Semarang (yang dikutip dari www.hotelgrasia.com) adalah sebagai berikut:

- a. Senantiasa memberikan manfaat kepada Stakeholder
- b. Senantiasa memberikan pelayanan prima dan produk inovatif untuk kepuasan pelanggan
- c. Senantiasa melayani dengan ikhlas dan menjunjung tinggi kejujuran
- d. Senantiasa tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan
- e. Senantiasa meningkatkan kompetensi SDM yang berstandar global
- f. Senantiasa menggunakan metode dan teknologi yang efektif dan efisien
- g. Senantiasa berperan terhadap perkembangan pariwisata
- h. Senantiasa meningkatkan kepedulian lingkungan
- i. Senantiasa memiliki tanggung jawab terhadap kondisi sosial

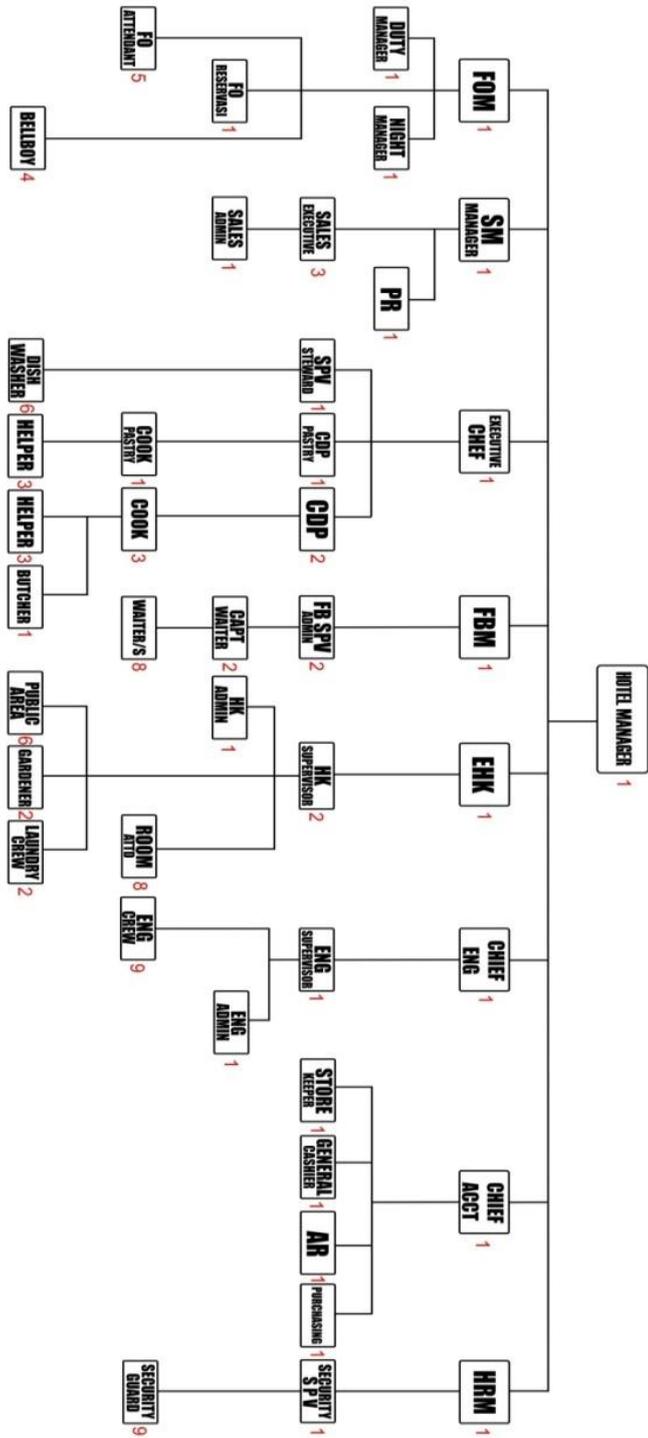
3. Logo Hotel Grasia Semarang



Filosofi atau makna yang terdapat dari sebuah logo Hotel Grasia Semarang yaitu nama Grasia tersebut diambil dari kepanjangan Graha Saubari dan Putra yang artinya bahwa kepemilikan saham Hotel Grasia Semarang adalah Bapak H. Saubari, SH dan putra-putrinya. Sedangkan bintang tiga tersebut melambangkan bahwa Hotel Grasia Semarang merupakan hotel yang berkelas bintang tiga. Kriteria yang dimiliki hotel bintang tiga ini adalah memiliki lobi berdesain apik, memiliki kamar standard minimal 30 dengan luas minimal 24 meter persegi, memiliki kamar suite minimal 2 dengan luas minimal 48 meter persegi, dan kamar mandi dalam.

Selain itu hotel bintang tiga juga harus memiliki restoran yang menyediakan sarapan pagi, makan siang dan juga dinner. Hotel bintang tiga juga memiliki valet parking (Sumber: Profil hotel Grasia Semarang).

STRUKTUR ORGANISASI HOTEL GRASIA SEMARANG 2018



4. Struktur Organisasi dan Job Description Hotel Grasia Semarang

a. Struktur Organisasi

Penjabaran struktur organisasi hotel Grasia Semarang

Hotel Manager

Front Office Manager : *Duty Manager – Night Manager*

Front Office Reservasi

Front Office Attendant

Bellboy

Sales Manager : *Public Relation (PR)*

Sales Executive

Sales Admin

Executive Chef : *Supervisor – CDP Pastry – CDP*

Dish Washer – Cook Pastry - Cook

Helper – Helper

Food & Beverage Manager : *FB Supervisor admin*

Capt Waiter

Waiters

Executive Housekeeper : *HK Supervisor*

HK Admin

Room Attd

Public Area

Laundry Crew

Chief Engineering : *Engineering Supervisor*

Engineering Admin

Engineering crew

Chief Accounting : *Store Keeper*

General Cashier

Account Receivable (AR)

HRM : *Security Supervisor*

Security Guard

b. Job Description

1. Bagian Kantor Depan/ *Front Office*

Hampir seluruh kegiatan yang ada di kantor depan berhubungan dengan tamu, baik yang akan melakukan *cek-in* ataupun *cek-out*. Selain itu kantor depan juga bertugas menjual kamar hotel dan fasilitas-fasilitas lain seperti ruang *meeting*, restoran, dan *caffe* serta bertanggung jawab atas seluruh *telephone, faximile*, dan surat masuk ataupun keluar.

2. Bagian HRD

Bagian yang berhubungan dengan kepegawaian, dan pengadaan kerja sama dengan pihak luar seperti perekrutan pegawai baru dan mengatur traineer. HRD juga bertugas melakukan persiapan dan seleksi tenaga kerja. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal melakukan persiapan, antarlain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu dalam persiapan meliputi jumlah kebutuhan karyawan baru, struktur organisasi, departemen terkait, dan lainnya. Sedangkan faktor eksternal yaitu dalam hal perisiapan meliputi hukum ketenagakerjaan, kondisi pangsa tenaga kerja, dan lainnya.

3. Bagian *Marketing*

Bagian yang bertanggung jawab untuk melakukan promosi baik keluar ataupun dalam negeri mengenai hotel dimana ia bekerja dan menjual ruang pertemuan, bertanggung jawab untuk mendapatkan pencapaian yang tinggi dalam keseluruhan proses sales marketing serta mengembangkan dan mempertahankan perusahaan yang baik dengan klien maupun departemen. Bagian marketing juga bertanggung jawab terhadap hubungan baik dengan *travel agents, commercial accounts*, dan pihak-pihak yang berhubungan dengan kerjasama hotel Grasia Semarang serta menjalankan kewajiban sebagai *Manager on Duty*.

4. Bagian *Engineering*

Bagian yang menangani perbaikan dan pemeliharaan semua fasilitas yang ada di dalam Hotel Grasia Semarang seperti AC, komputer, televisi, lampu, furniture, saluran air dan lainnya. Mengawasi operasional hotel dalam rangka untuk menjalankan seefisien mungkin. Meminimalkan biaya energi dari biaya facilities, meminimalkan kemungkinan masalah-masalah yang dapat menimbulkan kerugian, kecelakaan, dan kekacauan dalam kegiatan operasi hotel.

5. Bagian *Accounting*

Bagian yang membuat laporan pendapatan hotel dan menangani pembelian barang ataupun pengeluaran barang, dan penggajian staff hotel. Meneliti seluruh kepala seksi Accounting Department yang hadir sesuai jadwal waktu kerja yang berlaku. Meneliti dan menandatangani untuk persetujuan yang menyangkut semua pembayaran *advance payment, cash/check request, cash disbursement voucher* dan lainnya serta mengoordinir penyusunan laporan keuangan atau financial statement dan melakukan koreksi-koreksi yang diperlukan.

6. Bagian *Security*

Bagian yang bertanggung jawab atas keamanan di hotel dan keamanan tamu yang datang dan menginap di hotel Grasia Semarang. Selain itu security juga memiliki tugas tertentu dalam setiap event ataupun acara wedding, tidak hanya menjaga keamanan saja tetapi juga menunjukkan arah-arah ballroom dan juga menjaga ketertiban parkir.

7. Bagian Tata Graha/*Housekeeping*

Bagian yang bertugas menjaga kebersihan area hotel, baik didalam ataupun diluar hotel. Meyediakan perlengkapan keperluan tamu di dalam kamar serta ruang umum lainnya kecuali makanan dan minuman (Sumber: Profil hotel Grasia Semarang).

8. Bagian *Loundry Department*

Membantu department housekeeping dalam menyediakan kebutuhan linen (handuk, sprei, dan selimut) untuk kamar hotel dan seragam karyawan.

9. Bagian Department Personalia

Mengurus seluruh administrasi karyawan hotel dan memberikan penghargaan kepada karyawan hotel secara adil.

10. Bagian Department Pelatihan

Memberikan berbagai pelatihan bagi karyawan hotel baik yang baru ataupun yang lama dengan tujuan mengembangkan keterampilan karyawan.

11. Bagian *Food and Beverage*

Bagian *food and beverage* terbagi menjadi dua yaitu F&B product dan F&B service. Dimana keduanya memiliki fungsi yang berbeda yaitu sebagai berikut: F&B produk bagian yang mengelola makanan untuk breakfast dan mengolah makanan sesuai dengan pesanan tamu sedangkan F&B *service* bagian yang melayani tamu yang berada di restoran dan juga pemesanan makanan dan minuman di kamar. Selain itu juga menangani pembuatan *bill* makanan dan minuman yang dipesan tamu (Sumber: Profil hotel Grasia Semarang).

5. Fasilitas Hotel Grasia Semarang

Adapun fasilitas yang disediakan oleh Hotel Grasia Semarang adalah sebagai berikut:

a. Akomodasi

Hotel Grasia Semarang memiliki 75 kamar yang terdiri dari:

- 1) 1 kamar *family*
- 2) 6 kamar *suite A*
- 3) 2 kamar *suite B*
- 4) 13 kamar *deluxe*

- 5) 34 kamar *moderate*
- 6) 18 kamar *standart*
- 7) 1 kamar *driver*

b. Restoran

- 1) Melati Restoran adalah sebuah restoran dengan fasilitas yang komplit dan menyediakan berbagai jenis makanan yang berkualitas. Di restoran ini juga menyediakan menu yang berbeda-beda di setiap bulannya.
- 2) Banaran *Café* adalah sebuah *café* yang disediakan khusus untuk bersantai dan di *café* ini menyediakan berbagai jenis minuman dan yang menjadi menu utamanya yaitu: *Herbal parade* yang terdiri dari bahan seperti kunir asem, jahe wangi, jahe merah dan lainnya. Selain itu di Banaran *Café* juga menyediakan *afternoon tea* yang disajikan untuk tamu *regular* dan setiap harinya menu *afternoon tea* selalu ada.
- 3) Candi Resto adalah *uotlet* utama yang menyediakan menu makanan mulai dari sarapan, makan siang, sampai makan malam dengan aneka masakan Indonesia, China, dan Eropa dengan tetap berprinsip makanan halal. Buka mulai jam 06.00 – 22.00 WIB.
- 4) Lawang 1000 Coffe Shop adalah *outlet* yang disediakan untuk para penggemar kopi, tersedia kopi Medan dengan aneka jenis minuman mulai dari kopi herbal, *cappucino*, “*red ginger*”, serta aneka makanan ringan tradisional seperti kacang rebus, singkong goreng, pisang rebus dan lainnya. Buka mulai jam 10.00 – 22.00WIB.
- 5) Malam “ANGKRINGAN” adalah *event* yang diselenggarakan secara periode mingguan Kamis-Jum’at jam 18.00 – 22.00 WIB. Tersedia minuman dan cemilan tradisional seperti *ronde*, susu herbal, kopi herbal, *nogosari* dan berbagai minuman tradisonal lainnya.

c. Hiburan

- 1) *Live* musik jawa yang diberi nama Siteran, diadakan setiap hari Selasa dan Sabtu pada pukul 07.00 – 08.30WIB.
- 2) *Live* musik organ tunggal diadakan setiap
- 3) hari Rabu hingga Jum'at dimulai pukul 19.00 – 21.30 WIB.

d. Fasilitas *Meeting Room*

Hotel Grasia Semarang memiliki fasilitas *meeting room* dengan kapasitas yang bervariasi, mulai untuk 20 sampai dengan 300 pax diantaranya sebagai berikut:

- 1) Asoka *hall* adalah fasilitas *meeting room* yang memiliki kapasitas 20 sampai 50 orang.
- 2) Teratai *hall* adalah fasilitas *meeting room* yang memiliki kapasitas 100 orang.
- 3) Cempaka *hall* adalah fasilitas *meeting room* yang memiliki kapasitas 200 orang.
- 4) Dahlia *hall* adalah fasilitas *meeting room* yang memiliki kapasitas 300 orang.

Untuk melengkapi kegiatan meeting disetiap hall tersedia OHP, LCD (*on request*), *flipchart*, *white board*, *sound system*, *podium*, *table name*, *stage*, *mineral water*, *backdrop*, dan lainnya. Selain itu hotel Grasia juga memiliki business center dan hot spot (Sumber: Profil hotel Grasia Semarang).

Berikut daftar harga room di Hotel Grasia Semarang:

Nama Room	Fasilitas	Harga
<i>Suite Room</i>	<ul style="list-style-type: none">• Al-Qur'an• Sajadah• <i>Living room</i>• <i>Meeting room for 6-10 pax</i>• <i>Refrigerator</i>• <i>Bathub</i>• <i>Non smoking room</i>• <i>Desk</i>	Rp. 800.000/night

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dailyin-house breakfast included</i> • <i>Kamar ukuran 43m2</i> • <i>King size bed</i> 	
<i>Executive Room</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Al-Qur'an</i> • <i>Sajadah</i> • <i>Living room</i> • <i>Refrigerator</i> • <i>Bathub</i> • <i>Non smoking room</i> • <i>Desk</i> • <i>Dailyin-house breakfast included</i> • <i>Kamar ukuran 35m2</i> • <i>King size bed</i> 	<i>Rp. 600.000/night</i>
<i>New Deluxe Room</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Al-Qur'an</i> • <i>Sajadah</i> • <i>Hot & cold water</i> • <i>Standing shower bathroom</i> • <i>Non smoking room</i> • <i>Workdesk</i> • <i>Dailyin-house breakfast included</i> • <i>Kamar ukuran 25m2</i> • <i>Double dan twin bed</i> 	<i>Rp. 375.000/night</i>
<i>Superior Room</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Al-Qur'an</i> • <i>Sajadah</i> • <i>Hot & cold water</i> • <i>Bathub</i> • <i>Non smoking room</i> • <i>Workdesk</i> • <i>Dailyin-house breakfast included</i> • <i>Kamar ukuran 23m2</i> • <i>Double dan twin bed</i> 	<i>Rp. 350.000/night</i>

Berikut harga paket *wedding* di Hotel Grasia Semarang:

Nama Paket	Fasilitas	Harga
<i>Akad Package</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Standart decoration</i> • <i>Sound system</i> • <i>2 stall</i> • <i>Coffe break</i> • <i>Guest book</i> • <i>Executive room</i> • <i>Max 30 pax</i> 	Rp. 8.500.000/net
<i>Silver</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Venue</i> (Asoka, Teratai, Dahlia) • <i>Wedding decoration</i> • <i>Buffet 100 pax</i> • <i>Mineral water 300 pax</i> • <i>Test food 6 pax</i> • <i>Guest book 2 pcs</i> • <i>1x technical meeting 20 pax</i> • <i>1 stall A @300 pax</i> • <i>Standard electric power 10.000 watt</i> • <i>Standard sound system</i> • <i>Standard AC</i> • <i>Security guard</i> • <i>Parking crew</i> 	Rp. 27.500.000,-
<i>Gold</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Venue</i> (Guntur ballroom) • <i>1 executive room 1 night</i> • <i>Wedding decoration</i> • <i>Buffet 100 pax</i> • <i>Mineral water 500 pax</i> • <i>2 kinds of soft drinks @200 glass</i> • <i>Test food 6 pax</i> • <i>Guest book 2 pcs</i> • <i>1x technical meeting 20 pax</i> • <i>3 stall A @200 pax</i> 	

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Wedding X-Banner</i> • <i>Standard electric power 10.000 watt</i> • <i>Standard sound system</i> • <i>Standard AC</i> • <i>Security guard</i> • <i>Parking crew</i> 	Rp. 45.000.000,-
<i>Platinum</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Venue (Merapi ballroom)</i> • <i>1 suite room 1 night</i> • <i>Wedding decoration</i> • <i>Buffet 200 pax</i> • <i>Mineral water @500 pax</i> • <i>2 kinds of juice @350 glass</i> • <i>2 kinds of soft drinks @350 glass</i> • <i>Test food 6 pax</i> • <i>Guest book 2 pcs</i> • <i>1x technical meeting 20 pax</i> • <i>2 stall A @300 pax</i> • <i>1 stall B @300 pax</i> • <i>Ice carving</i> • <i>Standard electric power 10.000 watt</i> • <i>Standard sound system</i> • <i>Standard AC</i> • <i>Security guard</i> • <i>Parking crew</i> 	Rp. 65.000.000,-
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Venue (Merapi ballroom)</i> • <i>1 suite room 1 night</i> • <i>Wedding decoration</i> • <i>Buffet 250 pax</i> • <i>Mineral water @600 pax</i> • <i>2 kinds of juice @350 glass</i> • <i>2 kinds of coldbrew @350 glass</i> 	

<i>Diamond</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Test food 6 pax</i> • <i>Guest book 2 pcs</i> • <i>1x technical meeting 20 pax</i> • <i>2 stall A @350 pax</i> • <i>1 stall B @250 pax</i> • <i>Ice carving</i> • <i>Standard electric power 10.000 watt</i> • <i>Standard sound system</i> • <i>Standard AC</i> • <i>Security guard</i> • <i>Parking crew</i> 	Rp. 85.000.000,-
----------------	---	------------------

B. Konsep Hotel Grasia Semarang Dalam Perspektif Dakwah

Hotel Grasia Semarang ini menerapkan konsep hotel syari'ah yaitu menerima tamu yang menginap hanya pasangan suami istri yang sah. General manager hotel Grasia Semarang, bapak Noor Faiq mengatakan bahwa setiap pasangan pria dan wanita yang akan menginap terlebih dahulu dicek identitas kartu tanda penduduk (KTP). Apabila mereka adalah pasangan suami istri yang resmi dan tinggal dalam satu rumah, maka alamat yang tertera dalam KTP akan sama. Jika diketahui mereka bukan pasangan suami istri yang sah maka akan ditolak.

Lebih lanjut, bapak Noor Faiq (*Manager Hotel Grasia*) menyatakan bahwa semula hotel yang berdiri sejak 20 Desember 1994 tersebut menerima semua tamu yang ingin menginap. Namun, pemilik hotel bapak Heru Isnawan mengubah hotel tersebut menjadi hotel yang berkonsep syari'ah pada tahun 2013, dikarenakan ingin memiliki nilai ibadah dan syiar agamanya.

Untuk mendukung sebagai hotel syari'ah, maka semua makanan dan minuman yang disajikan kepada para tamu dijamin halal. Jaminan halal tersebut melalui sertifikasi dari lembaga pengkajian pangan, obat-obatan, dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia. Selain itu dalam setiap kamar yang berjumlah 116 kamar tersebut disediakan

penunjang ibadah bagi tamu yaitu sajadah, petunjuk arah kiblat, dan Al-Qur'an. Pada sejumlah sudut ruangan terpasang pengeras suara panggilan Adzan. Bagi para tamu yang ingin melaksanakan sholat *fardu* berjama'ah, juga tersedia masjid di lingkungan hotel yang dapat menampung 250 orang jamaah. Selain itu Hotel Grasia Semarang juga mengadakan pengajian rutin baik untuk *staff* hotel dan juga untuk umum. Pengajian tersebut terbagi menjadi beberapa bagian yaitu ada pengajian yang dilaksanakan setiap hari Rabu terkhusus untuk HOD atau kepala bagian setiap *departement*, selanjutnya pengajian umum yang dilaksanakan pada hari Senin dan Sabtu, dimana setiap hari Senin dilaksanakan belajar Al-Qur'an dan hari Sabtu dilaksanakan kajian umum untuk semua *staff* dan untuk umum, dan selanjutnya ada kegiatan rohis yang dilaksanakan 1 bulan sekali.

Berdasarkan kriteria-kriteria yang harus digunakan dan dilakukan oleh hotel syari'ah, maka identifikasi konsep hotel syari'ah pada hotel Grasia Semarang sebagai berikut:

1. Syiar dan Tampilan

- a. Pakaian seragam yang digunakan karyawan dan karyawan hotel Grasia Semarang sudah sesuai dengan kriteria hotel syari'ah. Karyawan laki-laki menggunakan pakaian sopan dan karyawan perempuan menggunakan jilbab. Semua karyawan seperti itu, baik sebagai *receptionist*, *housekeeping*, *kitchen section*, *laundry*, dan *security*. *Owner*, *controlling*, *manager*, dan *housekeeping superisor* di hotel Grasia Semarang sudah memenuhi kriteria hotel syari'ah.
- b. Interior hotel dan ruangan kamar hotel Grasia Semarang sudah memenuhi kriteria hotel syari'ah. Terdapat pajangan kaligrafi disetiap ruangan kamar, *lobby*, dan lorong hotel.
- c. Pada hotel Grasia Semarang, karyawan dan karyawan hotel sudah menerapkan budaya salam dimana-mana kepada para tamu ataupun sesama staff yang bekerja di hotel Grasia Semarang.

- d. Di *lobby* dan lorong-lorong hotel Grasia Semarang belum adanya lantunan tilawah, ceramah agama ringan, ataupun nasyid dan lagu islami (Sumber: observasi langsung di hotel Grasia Semarang)
2. Fasilitas
 - a. Setiap kamar hotel Grasia Semarang sudah terdapat arah kiblat. Untuk perlengkapan alat ibadah baru tersedia sajadah tetapi yang lainnya seperti mukena, sarung, dan juga mushaf belum tersedia di kamar hotel. Namun hanya tersedia di masjid hotel Grasia Semarang perlengkapan ibadah yang lainnya.
 - b. Stasiun TV dan fasilitas *free hot spot* hotel Grasia Semarang sudah diberikan filter pengaman yang baik sehingga para tamu hanya dapat menonton dan mengakses stasiun yang tidak dimunculkan gambar dan tanyangan yang negatif.
 - c. Hotel Grasia Semarang sudah dilengkapi masjid yang nyaman dan bersih. Masjid dapat digunakan oleh para tamu dan pihak luar hotel Grasia Semarang untuk melakukan ibadah di masjid tersebut.
 - d. Hotel Grasia Semarang tidak terdapat fasilitas *night club*, dan pijat SPA yang *plus-plus*. Dalam hal ini meyakinkan tidak adanya kegiatan yang dilarang agama. Di dalam hotel Grasia Semarang ini terdapat restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang halal (Sumber: wawancara dengan ibu Irmawati, tamu di hotel Grasia Semarang).
 3. Ibadah dan Dakwah.
 - a. Dalam masjid hotel Grasia Semarang terdapat alat ibadah yang disediakan pihak hotel.
 - b. Masjid hotel Grasia Semarang sering digunakan untuk pengajian rutin karyawan hotel, kegiatan rohani Islam dan kegiatan keagamaan lainnya. Dalam pengajian tersebut karyawan diberikan ilmu keagamaan.

4. Kebijakan dan Peraturan

- a. Hotel Grasia Semarang sudah menerapkan peraturan khusus kepada para tamu untuk senantiasa menjaga adab dan akhlak Islami. Seperti pasangan yang berbeda jenis kelamin yang ingin menginap di hotel Grasia Semarang harus menunjukkan KTP atau buku nikah.
- b. Di setiap kamar hotel Grasia Semarang terdapat peraturan yang harus dipatuhi oleh para tamu, mulai dari peraturan pendaftaran sampai dengan pembayaran dan juga penggunaan fasilitas.

5. Manajerial dan Keuangan

- a. Sumber modal pendirian hotel Grasia Semarang ini berasal dari dana pribadi yang dimiliki oleh sang pemilik, yaitu Bapak Herus Isnawan.
- b. Gaji karyawan dibayarkan secara tepat waktu setiap tanggal 1 pada setiap bulannya (Sumber: wawancara dengan ibu Tiara Ayu Putriana, *HR Coordinator* hotel Grasia Semarang).

Sebagai hotel syari'ah maka para pegawai menyapa setiap tamu yang datang dengan mengucapkan *assalamualaikum*. Meski tidak menerima setiap tamu yang akan menginap, hotel Grasia Semarang yang memiliki fasilitas kamar *superior* dengan tarif Rp.350 ribu per malam, *deluxe* dengan tarif Rp.375 ribu per malam, *eksekutif* dengan tarif Rp.600 ribu per malam, dan *suite room* dengan tarif Rp.800 ribu per malam, masih ramai .

Bapak Noor Faiq juga menjelaskan bahwa hotel Grasia Semarang tidak hanya mengandalkan pendapatan hanya dari kamar hotel saja, tetapi juga menyewakan *convention* untuk kegiatan seminar, resepsi pernikahan yang juga berkonsep syari'ah dan halal. Pasar hotel syari'ah ke depannya tetap cerah karena wisatawan yang menginap bersama keluarga lebih merasa nyaman dengan makanan dan minuman yang disajikan halal. Serta tidak khawatir melakukan perbuatan negatif karena hotel syariah juga tidak menyediakan minuman beralkohol serta tempat hiburan seperti karaoke dan

pijat. “hotel Grasia Semarang ini semua konsepnya halal, mulai dari berpakaian, makanan, minuman, peralatan, tata letak, dan juga fasilitasnya” (Wawancara ibu Tiara Ayu Putriana, *HR Coordinator*, pada tanggal 27 Juli 2022).

Gambar 1



Foto pegawai yang memakai pakaian syar'i

Sumber data: arsip hotel Grasia Semarang 2021

Gambar 2



Foto makanan dan minuman halal

Sumber data: arsip hotel Grasia Semarang 2021

C. Program Kerja Hotel Grasia Semarang

Program kerja yang terdapat di Hotel Grasia Semarang terbagi kedalam masing-masing departement. Program kerja tersebut dibuat untuk mencapai target kinerja selama setahun yang telah ditetapkan/ disetujui *owning company*. Program kerja tersebut dibagi kedalam masing-masing *departement* yaitu sebagai berikut :

1. *Front Office*

Well rooming procedure (CI & CO), yaitu mengacu pada pelayanan syari'ah yakni petugas berpakaian rapi dan tertutup, mengawali bicara dengan mengucapkan “*Assalamualaikum, Selamat Pagi/ Siang/ Sore/ Malam*”.

2. *Food & Beverage*

Good food/ promotion, Standard product & service, Innovation/ creation, yaitu menyediakan makanan yang memiliki rasa enak, lezat dan bergizi. Selain itu *food & beverage* juga memiliki program dimana membuat kreasi atau inovasi makanan dan minuman di setiap bulannya. Hal tersebut dibuat agar pengunjung yang berdatangan tidak bosan dengan menu-menu yang disediakan dan juga melaksanakan promosi makanan di setiap hari jum'at.

3. *House Keeping*

Schedule general cleaning, Maintaining sanitation & hygiene, Standard room maintenance, yaitu melakukan pembenahan dan perawatan sarana dan prasarana yang ada di hotel, seperti menjaga kebersihan hotel dan merawat kamar agar selalu terlihat bersih dan rapi. Selain itu *house keeping* juga memiliki program kerja bersih-bersih *departemen* 1x sebulan.

4. *Marketing & Sales*

Promotion schedule, Sales call & blitz program, Participation national & international tourism event, Pro-active to grab the market, Tele marketing, yaitu memiliki penjadwalan promosi, program panggilan dan kilat penjualan dan ikut serta dalam *event* pariwisata nasional dan

internasional. Selain itu bagian marketing dan sales ini juga menganalisis kepuasan tamu dengan cara tamu dapat memberikan *feedback* komentar yang sudah disediakan oleh pihak hotel. Marketing dan sales juga memasarkan melalui media sosial dan tetap mengedapkan konsep penjualan syari'ah.

5. *Accounting*

Maintaining standard report (on time), Aging ratio account receivable & payable, yaitu penyusunan laporan dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penyusunan laporan mengutamakan kejujuran dan tepat waktu.

6. *Engineering*

Repair & mintenance program, Renovation program, Energy conservation program, yaitu melakukan perbaikan dan pemeliharaan. Selain itu *engineering* juga memiliki program jangka panjang yaitu melakukan renovasi bagian yang benar-benar sudah tidak layak pakai lagi.

7. *Human Resources Development (HRD)*

Performance evaluation, Social well fare program, Training & development, Procurement policy (salary scale & wages), yaitu melaksanakan program pengembangan sumber daya manusia di Hotel Grasia Semarang. Hal tersebut berupa evaluasi kerja, mengadakan pelatihan-pelatihan dan adanya kebijakan pengadaan (skala gaji dan upah).

D. Perencanaan Strategis Hotel Grasia Semarang Dalam Perspektif Dakwah

Perencanaan strategis Hotel Grasia Semarang dengan menggunakan cara *budget plan* dan *management strategi* (Sumber: Hardfile dari hotel Grasia Semarang).

1. Budget Plan

Budget plan atau yang biasa disebut dengan RAPB (rencana anggaran pendapatan dan biaya). RAPB ini dipersiapkan, diolah, dan diajukan oleh *team management* kepada *owner* (direksi). *Budget plan* merupakan *figure* yang merupakan *marketing objective* (sasaran hasil usaha operasional dari kegiatan pemasaran & penjualan).

No	Discription	Year	
		Amount	%
STATISTIC			
1.	No of room		
2.	No of days		
3.	Room available		
4.	Room night available		
5.	Room night occupied		
6.	% of occupancy		
7.	% of double occupancy		
8.	No of guest		
9.	Average room rate US\$		
10.	Average room rate Rp.		
11.	Number of cover		
12.	Average check per cover Rp.		
13.	Sales coefficient		
14.	Total PT & ER		
15.	No of employees		

16.	<i>Ratio employees to room</i>		
17.	<i>Exchange rate US\$ 1</i>		
SALES			
1.	<i>Total sales</i>		
ROOM DEPARTEMENT			
1.	<i>Sales</i>		
2.	<i>PT & ER</i>		
3.	<i>Other expenses</i>		
4.	<i>Total expenses</i>		
5.	<i>Room profit</i>		
FOOD AND BEVERAGE DEPT			
1.	<i>Food sales</i>		
2.	<i>Beverage sales</i>		
3.	<i>Total F&B sales</i>		
4.	<i>Food cost</i>		
5.	<i>Beverage cost</i>		
6.	<i>Total F&B cost</i>		
7.	<i>Gross profit</i>		
8.	<i>Sundry income</i>		
9.	<i>Total gross profit & sundry income</i>		
10.	<i>PT & ER</i>		
11.	<i>Other expenses</i>		
12.	<i>Total expenses</i>		
13.	<i>Food & beverage profit</i>		
MINOR OPERATED DEPT (MOD)			
1.	<i>Sales</i>		
2.	<i>Cost</i>		
3.	<i>PT & ER</i>		

4.	<i>Other expenses</i>		
5.	<i>Total cost & expenses</i>		
6.	<i>MOD profit</i>		
	OTHER INCOME		
	GROSS OPERATING INCOME		
UNDISTRIBUTED EXPENSES			
1.	<i>Administration & general (A&G)</i>		
2.	<i>PT & ER</i>		
3.	<i>Other expenses</i>		
4.	<i>Quality circle fee</i>		
5.	<i>Total administrative & general</i>		
ADVERTISING & PROMOTION (A&P)			
1.	<i>PT & ER</i>		
2.	<i>Other expenses</i>		
3.	<i>Total advertising & promotion</i>		
PROPERTY OPERATIONS & MAINTENANCE EXPENSES (POMEX)			
1.	<i>PT & ER</i>		
2.	<i>Other expenses</i>		
3.	<i>Total pomex</i>		
4.	<i>Total deduction</i>		
5.	<i>House profit</i>		
6.	<i>Store rental</i>		
7.	<i>Gross operating profit</i>		

2. Management Strategi

Untuk mencapai target yang telah ditetapkan maka telah disusun beberapa strategi yaitu sebagai berikut :

a. Kebijakan Harga (*rate policy*)

- Harga kamar

(*superior* dengan tarif Rp.350.000,00/ malam, *deluxe* dengan tarif Rp.375.000,00/ malam, *eksekutif* dengan tarif Rp.600.000,00/ malam, dan *suite room* dengan tarif Rp.800.000,00/ malam)

- Menu list (F&B)

(MERAPAT (makan rame-rame berempat) hanya Rp. 207.700,00/ *nett*, *fusion food* Rp. 35.000,00/ *nett*, angkringan teras Grasia start from Rp. 3.000,00/ *item*, sego tampah Rp. 60.000,00/ *net*)

- *Discount rates*

(Penawaran diskon seperti: 1 malam menginap di *superior room* atau *deluxe room* akan mendapatkan *free tour* ke Lawang sewu dan Sam Poo Kong atau ke Kota Lama Semarang)

- *Meeting Package rates*

(Tarif paket *meeting*: *Halfday meeting* Rp. 200.000,00/ *net*, (1x *Coffee Break, lunch/ dinner*), *Fullday meeting* Rp. 265.000,00/ *net* (2x *Coffee Break, lunch/ dinner*), *Oneday meeting* Rp. 300.000,00/ *nett* (2x *Coffee Break, 2x Meals, lunch/ dinner*)

- *Published rates*

(Tarif yang dipublikasikan mulai dari tarif *wedding*, harga kamar, *meeting room*, dan lainnya)

b. Penetapan Target *Market*

- *Captive market*

(menentukan target pasaran hotel yang tepat)

c. *Support facilities*

- *Operating tool/ equipment 's*

(Fasilitas pendukung yang ada di hotel Grasia Semarang seperti: masjid, parkir, toilet dan lainnya)

- *Human resources*
(Peningkatan sumber daya manusia yang ada di hotel seperti: meningkatkan kualitas layanan, membangun kinerja yang positif, meningkatkan citra hotel dengan memberikan layanan yang baik, serta meningkatkan laba perusahaan)
 - *Marketing & sales budget*
(Pemasaran yang dilakukan oleh pihak hotel untuk meningkatkan ketertarikan produk, pemahaman merk dan meningkatkan penjualan)
- d. Peningkatan/ Pengembangan
- Kualitas produk
(Meningkatkan kualitas produk yang ada di hotel seperti kualitas pelayanan, makanan dan minuman dan lainnya)
 - Variasi produk
(memberikan inovasi baru seperti, inovasi pada makanan dan minuman yang diberikan inovasi-inovasi baru agar konsumen tidak bosan)
 - Kualitas *service*
(pencapaian dalam upaya menjawab semua kebutuhan konsumen. Pelayanan yang diberikan pihak hotel kepada konsumen tersebut agar bersedia membeli produk yang ditawarkan)
- e. Peningkatan wawasan keagamaan
- Pengajian mingguan (dilaksanakan 1 Minggu sekali pada hari Rabu untuk HOD/hade of departement)
 - Rohis/ Rohani Islam (dilaksanakan 1 bulan sekali)
 - Pengajian umum (setiap hari Senin dan Sabtu)
 - Belajar mengaji (setiap hari Senin)

Gambar 3



Pengajian umum

Sumber data: arsip hotel Grasia Semarang 2021

Gambar 4



Pengajian mingguan

Gambar 5



Belajar mengaji

Gambar 6



Kegiatan ROHIS

Sumber data: arsip hotel Grasia Semarang 2021

BAB IV

ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS HOTEL GRASIA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF DAKWAH

A. Analisis perencanaan strategis hotel Grasia Semarang

Berdasarkan hasil penelitian yakni dengan wawancara dan observasi di Hotel Grasia Semarang maka peneliti menganalisis bahwa perencanaan strategi yang diterapkan dalam pencapaian keberhasilan tujuan yang dicapai, telah dilaksanakan yakni berdasarkan pada teori Bryson yang dikutip oleh Setya Haksama Nurhapna tentang penyusunan perencanaan strategi, langkah-langkah perencanaan strategi adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis hotel Grasia Semarang dalam menetapkan visi, misi dan tujuan organisasi, telah melaksanakan tindakan mengembangkan dan mengklarifikasi tanggung jawab sosial dari dalam atau internal hotel Grasia Semarang sesuai dengan pernyataan visi, misi, tujuan organisasi untuk mencapai tujuan dari pendirian hotel Grasia Semarang yang berbasis atau berprinsip hotel syari'ah.
2. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal, terungkap bahwa lingkungan luar yang sebagian besar masyarakat adalah beragama Islam membuat peluang tersendiri bagi hotel Grasia Semarang dalam mendesain hotel berbasis hotel syari'ah. Adapun ancaman yang dihadapi oleh hotel Grasia Semarang adalah sebagaimana berikut ini:
 - a. Munculnya hotel-hotel baru dengan berbagai fasilitas modern yang lebih elit dan lengkap.
 - b. Munculnya *homestay* baru dengan penawaran harga yang lebih murah
 - c. *Munculnya* hotel-hotel non syari'ah dengan lokasi yang lebih strategis (penawaran aksesibilitas yang lebih mudah)
3. Berdasarkan hasil observasi lingkungan internal, sumberdaya manusia dalam hal ini adalah karyawan hotel Grasia Semarang, telah sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing seperti contoh, *security* harus bersertifikat dan sebagainya. Namun, ada satu kelemahan yakni kurang

maksimal dalam memanfaatkan teknologi informasi atau media massa dalam strategi branding hotel syari'ah.

4. Kebijakan hotel Grasia Semarang dalam melaksanakan operasional telah sesuai dengan visi dan misi. Dalam pelayanan, hotel Grasia Semarang menerapkan strategi pelayanan syari'ah dimana seluruh sistem pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen syariah. Biaya penginapan di hotel Grasia Semarang dapat terbilang standar dan terjangkau kalangan menengah. Dalam pendanaan operasional dan perawatan hotel bersumber dari hasil pemasukan yakni seperti *fee cek in*, *fee sewa hall*, dan sebagainya.
5. Dalam mengembangkan strategi, hotel Grasia Semarang telah melaksanakan tindakan-tindakan seperti dalam mengambil keputusan telah didasarkan terlebih dahulu pada isu-isu strategis yang telah diidentifikasi pada langkah sebelumnya. Hotel Grasia Semarang juga telah mengelola rencana strategis dan penetapan visi organisasi yang efektif dan efisien.

Dalam perspektif dakwah, hotel Grasia Semarang yang merupakan hotel dengan konsep syari'ah, menurut hasil analisis peneliti bahwa hotel ini telah melaksanakan prinsip-prinsip Islami diantaranya:

1. Mengadakan pengajian untuk para HOD (*head of department*) hal tersebut dilaksanakan seminggu 1x setiap hari rabu
2. Rohis (rohani Islam) dilaksanakan 1x sebulan untuk seluruh staff yang bekerja di hotel Grasia Semarang
3. Pengajian umum, dilaksanakan pada hari senin untuk umum dan juga staff yang bekerja.
4. Mengadakan pembelajaran mengaji yang dilaksanakan pada hari sabtu pagi untuk staff dan juga bisa untuk umum.

B. Analisis konsep hotel Grasia Semarang Dalam Perspektif Dakwah

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, maka peneliti menganalisis bahwa hotel Grasia Semarang telah menerapkan konsep syari'ah, yakni terbukti dari adanya penerapan sistem kerja hotel tersebut yang belandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits dalam segala kegiatan yang ada di hotel. Sebagai contoh sederhananya, dimulai dari proses *chek in* yaitu jika ada pasangan yang ingin menginap harus menunjukkan kartu identitas KTP atau surat nikah sebagai tanda pasangan tersebut sudah sah menjadi suami-istri, semua karyawan menggunakan busana yang tertutup, dan hotel juga menyediakan makanan dan minuman yang tentunya halal.

Adanya penerapan prinsip-prinsip syari'ah di hotel Grasia Semarang. Penerapan prinsip syari'ah di hotel Grasia Semarang. Prinsip-prinsip syari'ah, diantaranya:

1. Prinsip Kemitraan (Ta'awun)

Hotel Grasia Semarang dalam menjalin kemitraan atau kerjasama (*Ta'awun*) telah menerapkan prinsip syari'ah. Hal tersebut dilaksanakan dalam rangka menciptakan rasa peduli terhadap sesama partner atau mitra kerja dengan tujuan utama yakni dapat saling merasakan keuntungan dan menanggung beban kerugian bersama tanpa memberatkan salah satu pihak. Sebuah konsep kerjasama yang ingin menanamkan kepedulian, tidak mementingkan salah satu pihak namun harus berdasarkan pada kepentingan kedua belah pihak yang menjalin kemitraan dengan Hotel Grasia Semarang. Kedua belah pihak wajib bertanggungjawab atas hasil yang telah disepakati bersama saat rapat kemitraan. Hal tersebut sesuai dengan QS. Al Isra Ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ۚ ٣٦

Artinya: “Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.”

2. Prinsip Keadilan (Saling Ridho)

Berdasarkan hasil analisis peneliti, bahwa Hotel Grasia Semarang menerapkan konsep syariah yang berprinsip pada keadilan (Saling Ridho). Sebagaimana contoh konsep pelayanan yang diterapkan di Hotel Grasia Semarang bahwa setiap tamu hotel diperlakukan adil sesuai SOP yang berlaku dan fasilitas yang diberikan juga adil sesuai dengan pelayanan fasilitas yang didapatkan. Hal tersebut sangat sejalan dengan konsep tentang keadilan Allah SWT berfirman dalam QS Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ

أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ٨

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil”*.

3. Prinsip Kemanfaatan (Kemaslahatan)

Kosep hotel syariah yang diterapkan oleh Hotel Grasia Semarang menurut analisis peneliti bahwa telah berpedoman juga akan prinsip kemanfaatan (kemaslahatan). Hal tersebut terbukti bahwa Hotel Grasia Semarang tidak berorientasi pada keuntungan semata namun bertujuan juga agar sarana datau fasilitas hotel dapat memberikan manfaat bagi kemaslahatan masyarakat. Seperti adanya *hall* yang di konsep syari’ah dengan para pelayan hotel yang berpakaian menutup aurat sesuai dengan syariat Islam. Diharapkan *hall* dapat dimanfaatkan untuk menyelenggarakan acara-acara yang membawa manfaat bagi masyarakat. Masalah yang diutamakan pada hotel Grasia Semarang yakni, keamanan para wisatawan, kenyamanan dalam memilih makanan halal, kesucian dalam beribadah menunjukkan bahwa kepuasan tamu di hotel Grasia Semarang mulai terbentuk. Hal tersebut peneliti dapatkan dari analisis hasil wawancara dan observasi di lokasi secara langsung.

Konsep dengan menerapkan prinsip Maslahat jga sesuai dengan QS. Al-Anfal ayat 24:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ ۚ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ بِحَوْلِ بَيْنِ
الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ ۚ وَأَنَّهُ إِلَىٰ إِلَهِ يُخْشَوْنَ ۚ ٢٤

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan Rasul-Nya apabila menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, dan ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya dan sesungguhnya kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan”*.

4. Prinsip Keseimbangan (*Tawazun*)

Keseimbangan (*At Tawazun*) merupakan salah satu prinsip ajaran Islam. Keseimbangan membuka jalan bagi nilai-nilai kebenaran, kebaikan dan keindahan. Keseimbangan akan melahirkan kebahagiaan yang ditandai dengan adanya ketenteraman dan kesejahteraan yang merata, sebagaimana dalam QS. An Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ ۚ
لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ٧٨

Artinya: *“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur”*.

Menurut hasil wawancara dan observasi, peneliti menganalisis bahwa Hotel Grasia Semarang sangat memperhatikan konsep *Tawazun*. Hal tersebut terlihat dari data-data yang peneliti dapatkan merupakan informasi yang benar-benar diberikan sesuai dengan keadaan Hotel Grasia Semarang. Pelayanan dan informan sangat baik dalam melayani peneliti untuk mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan dan selalu bersikap santun sesuai syariat Islam. Hotel Grasia Semarang juga sangat memperhatikan kebersihan dan keindahan setiap sudut di lingkungan

Hotel. Hal tersebut terlihat dari petugas kebersihan yang sigap dan tanggap cepat saat bertugas.

5. Prinsip Keuniversalan (*Rahmatan lil 'Alamiin*)

Berdasarkan hasil analisis peneliti, penerapan konsep hotel syari'ah yang dilaksanakan oleh Hotel Grasia Semarang menjadi salah satu keunikan dibanding dengan hotel umum lain yang tidak menerapkan konsep syari'ah. Keunikan atau ciri khas hotel dengan konsep syari'ah tersebut diharapkan bisa menarik perhatian wisatawan khususnya wisatawan muslim, karena mereka seakan merasa berada di rumah sendiri, tempat untuk menginap yang diselimuti rasa aman karena kebersihan dan kesucian tempat, tidak khawatir akan melaksanakan sholat karena sudah ditunjukkan arah kiblat, kamar mandi yang airnya suci mensucikan, makanan yang disediakan adalah makanan halal yang ditunjukkan dengan sertifikat MUI bahkan pelayanan dari pihak hotel sangat mendahulukan kesopanan, tidak ada diskotik yang bisa menimbulkan efek samping.

Adanya konsep hotel syari'ah Islami yang dipakai di hotel Grasia Semarang, terbukti semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang menginap di hotel Grasia Semarang. Masalah yang diutamakan pada hotel syari'ah yakni, keamanan para wisatawan, kenyamanan dalam memilih makanan halal, kesucian dalam beribadah menunjukkan bahwa kepuasan seseorang mulai terbentuk. Jadi Hotel Grasia Semarang yang merupakan hotel dengan konsep syariah dan dalam perspektif dakwah hotel ini telah melaksanakan nilai-nilai dakwah dengan tetap mengadakan kegiatan-kegiatan islami dan dakwah sebagaimana di atas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis ajukan dalam penelitian mengenai “Perencanaan Strategis Hotel Grasia Semarang Dalam Perspektif Dakwah” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan strategis di hotel Grasia Semarang telah diterapkan sesuai dengan langkah-langkah perencanaan strategi yang dikemukakan oleh Bryson yaitu terkait dengan menetapkan visi, misi, dan tujuan organisasi, analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal, identifikasi isu-isu strategis, dan mengembangkan strategi. Selanjutnya pada pelaksanaan strategi hotel Grasia Semarang dalam perspektif dakwah, yakni hotel Grasia Semarang yang merupakan hotel dengan konsep syari’ah ini melakukan kegiatan yang bermanfaat dan telah melaksanakan nilai-nilai dakwah dengan tetap mengadakan kegiatan-kegiatan islami dan dakwah, baik untuk staf dan karyawan maupun untuk umum secara terbatas. Perencanaan strategis yang dilakukan Hotel Grasia Semarang yaitu Meningkatkan service dan pelayanan. Hotel Grasia Semarang dengan konsep hotel syari’ah, dalam peningkatan bidang pemasaran, hotel ini memberikan penawaran-penawaran yang menarik, seperti contoh memberikan diskon pada hari jum’at (Jum’at barokah). Selain itu juga terdapat kegiatan-kegiatan dakwah yang dilakukan yaitu seperti pengajian, rohani islam, dan juga belajar Al-Qur’an.
2. Konsep Hotel Grasia Semarang sebagai Hotel berbasis s syari’ah yaitu telah menerapkan konsep syari’ah, yakni terbukti dari adanya penerapan sistem kerja hotel tersebut yang belandaskan pada Al-Qur’an dan Hadits dalam segala kegiatan yang ada di hotel. Sebagai contoh sederhananya, dimulai dari proses *chek in* yaitu jika ada pasangan yang ingin menginap harus menunjukkan kartu identitas KTP atau surat nikah sebagai tanda pasangan tersebut sudah sah menjadi suami-istri, semua karyawan

menggunakan busana yang tertutup, dan hotel juga menyediakan makanan dan minuman yang tentunya halal.

Program kerja yang terdapat di Hotel Grasia Semarang terbagi menjadi beberapa *department* yaitu *front office*, *food & beverage*, *house keeping*, *marketing & sales*, *accounting*, *engineering* dan *human resources development* (HRD). Masing-masing *department* memiliki rencana kerja yang telah dibuat untuk dijalankan kedepannya dan memiliki target agar program kerja yang telah dibuat bisa dijalankan sesuai dengan yang diinginkan.

1. Saran

1. Untuk Pengusaha Hotel lain nya

Dalam skripsi ini telah dipaparkan secara gamblang yakni tentang kiat-kiat hotel. Sehingga untuk pengusaha hotel lainnya diharapkan dapat menjadikan hal tersebut sebagai motivasi dan mencontoh kegiatan-kegiatan positif yang ada.

2. Untuk Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap untuk peneliti selanjutnya dapat memberikan materi-materi penerapan alternatif dakwah dan hotel syariah yang lebih lengkap karena penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga berharap untuk peneliti selanjutnya untuk tidak menjiplak keseluruhan hasil skripsi ini.

2. Kata Penutup

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah*, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar.

Sebagai manusia yang tidak lepas dari kekhilafan, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan dan pengembangan lebih lanjut.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi penulis dan masyarakat pada umumnya. *Aamiin ya rabbal'alamin*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrauf al-manawi, Muhammad. 1972. *Faidul Qadir Syarah Al-Jami' Ash-Shoghir I*. Lebanon: Darul Ma'arifah.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: AMZAH.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Ali Moh. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Bryson, J. M., & Alston, F. K. 2005. *Creating and Implementing Your Strategic Plan : a Workbook for Public and Non Profit Organizatins*. San Fransisco: Jossey Bass.
- Buchari, Alma. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Cholih, Abdul. 2011. *Diskursus Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: TrustMedia.
- Cholih, Abdul. 2014. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Tarjamah. 2015. Jakarta: Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Penelitian Research*. Jakarta: Andi Offset.
- Hasibuan, Malayu. 2011. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handoko, Hani, Nurul Indarti & Rangga Almahendra. 2012. *Manajemen dalam berbagai Perspektif*. Jakarta: Erlangga.
- Ikfina, Chairani. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Gender di Indonesia*. Jurnal Kependudukan Indonesia.
- Ismail, A. Ilyas, Hotman Prio. 2011. *Filsafat Dakwah: Rekayasa membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana.
- Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum. *Analisis Terhadap Konsep Syariah*. Vol. 50, No. 2, Desember 2016.
- Jurnal INTEKNA. *Perencanaan Strategis Dalam Perspektif Organisasi*. Tahun XIV, No.2, November 2014.

- Jurnal Islam Nusantara. *Konsep Masalah Maximizer Pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam*. Vol. 01, No. 02, Juli-Desember 2017.
- Jurnal Pendidikan Tambusai. *Planning dala Al-Qur'an*. Vol. 5, No 3, 2021.
- Kementrian Kesehatan RI. 2020. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease. Direktorat Jendral Pencegahan dan Pengendalian Penyakit*.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari dan Hadari, Martini. 1996. *Instrument Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nazarudin. 2018. *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Nihayatul Mutholibayah. *Strategi Perencanaan Pramu wisata Berbasis Syariah di PT Citra Gilang Pariwisata Kota Semarang*. Skripsi (Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang, 2017).
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013. Tentang Standar Usaha Perhotelan.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI No 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Hotel Syariah.
- Putri, R.N. 2019. *Perbandingan Sistem Kesehatan di Negara Berkembang dan Negara Maju*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. 19(1).
- Ririn, Noviyanti Putri. 2020. *Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Ccovid-19*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. 20(2).
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Sedjati, Retina Sri. 2015. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, Cv.
- Sulastiyono, Agus. 1999. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi, Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: ALFABETA.
- Sutarno. 2012. *Serba-Serbi Manajemen*. Yogyakarta: PT. Cendikia.

Syamsuddin. 1996. *Manajemen Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Syamsudin. 2016. *Sejarah Dakwah*. Bandung: Simbiosis . Rekatama Media.

Di kutip dari website www.hotelgrasia.com. juli. (2022 juli 17).

Wahjono, Sentot Imam. 2019. *Pengantar Manajemen*. Depok: PT Raja Grasindo Persada.

Wawancara dengan ibu Tiara Ayu Putriana. HR Coordinator Hotel Grasia Semarang.

Wawancara dengan bapak Agus Wahid. Exsecutive Chef Hotel Grasia Semarang.

Wawancara dengan ibu Irmawati. Tamu hotel Grasia Semarang.

Lampiran 1

Wawancara

I. Pertanyaan umum terkait Hotel Grasia Semarang

1. Bagaimana sejarah berdirinya Hotel Grasia Semarang?
2. Apa visi, misi Hotel Grasia Semarang?
3. Bagaimana struktur organisasi Hotel Grasia Semarang?
4. Apa saja fasilitas yang terdapat di Hotel Grasia Semarang?
5. Apa saja program kerja yang terdapat di Hotel Grasia Semarang?
6. Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki Hotel Grasia Semarang?
7. Apa saja produk yang di tawarkan di Hotel Grasia Semarang?
8. Bagaimana perencanaan strategis Hotel Grasia Semarang dalam menghadapi pandemi covid-19?
9. Kegiatan dakwah apa saja yang terdapat di Hotel Grasia Semarang?

II. Pertanyaan terkait penelitian di Hotel Grasia Semarang

1. Apakah selama pandemi covid-19 customer Hotel Grasia Semarang mengalami penurunan?
2. Ketika mengalami penurunan, perencanaan strategis seperti apa yang dilakukan Hotel Grasia Semarang agar customer kembali lagi seperti mana biasanya?
3. Inovasi atau pembaharuan apa yang dilakukan Hotel Grasia Semarang dalam menghadapi pandemi covid-19?
4. Promosi/penawaran apa saja yang dimiliki oleh Hotel Grasia Semarang agar dapat menarik kembali konsumen-konsumen yang akan berkunjung ke Hotel Grasia Semarang?
5. Bagaimana cara Hotel Grasia Semarang menyikapi dengan adanya pandemic covid-19 yang sangat ramai pada waktu itu?

Lampiran 2

Gambaran Hotel Grasia Semarang



Jl. S. Parman No. 29 SEMARANG 50231 - JAWA TENGAH - INDONESIA
Email : info@hotelgrasia.com Website : www.hotelgrasia.com



Properties

Classification : ★★★ Bintang Tiga
Address : Jl. S. Parman No. 29 SEMARANG 50231
Phone : 024 8 444 777
Fax : 024 8 317 288
Website : <http://www.hotelgrasia.com>
Blog : <http://hotelgrasia.blogspot.com>
e-Mail : info@hotelgrasia.com
WA : 0896 8668 1777



Gambaran Kegiatan Keagamaan Hotel Grasia Semarang



kajian mingguan yang diikuti oleh HOD (Hade of department)



Proses belajar al-qur'an dan tajwid

Dokumentasi Melakukan Riset



Wawancara dengan bapak Agus wahid selaku Exsecutive Chef
Hotel Grasia Semarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Nadaa Masithah
2. NIM : 1701036014
3. TTL : Batusangkar, 17 Juni 1998
4. Alamat : Jambak jalur 7 Timur, Lingkung aua, kec. Pasaman,
kab. Pasaman Barat, Sumatera Barat
5. No Hp : 087701909147
6. E-mail : nadaamasithah17@gmail.com
7. Pendidikan
 - a. TK Kartika lulus pada tahun 2005
 - b. SDN 17 Luhak Nan Duo lulus pada tahun 2011
 - c. SMPN 1 Luhak Nan Duo lulus pada tahun 2014
 - d. MAN 1 Kota Padang Panjang lulus pada tahun 2017
 - e. UIN Walisongo Semarang angkatan 2017