

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Grand Qin Hotel Banjarbaru

Grand Qin Hotel Banjarbaru adalah hotel bintang empat berkonsep Muslim-Friendly dan layanan syariah di Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Sebelumnya bernama Grand Dafam Q Hotel, hotel ini dikenal sebagai pilihan utama tamu bisnis, keluarga, dan instansi pemerintah. Pada 5 Oktober 2023, hotel ini resmi berganti nama sebagai bagian dari rebranding untuk memperkuat identitas Islami. Nama "Qin" berasal dari *yaqin*, mencerminkan komitmen manajemen terhadap prinsip Islam dan tanggung jawab sosial. Terletak strategis di pusat kota dan terhubung dengan Q Mall, hotel ini memiliki 187 kamar serta fasilitas lengkap seperti ballroom, ruang rapat, restoran halal, dan masjid, menjadikannya pelopor hotel syariah modern di Kalimantan Selatan.

b. Visi Misi Grand Qin Hotel Banjarbaru

1) Visi

Qin Group bercita-cita menjadi penyedia akomodasi Ramah Muslim yang unggul, terpercaya, dan kompetitif secara global, dengan mengedepankan standar layanan tinggi, prinsip syariah, profesionalisme, serta strategi adaptif dan berkelanjutan.

2) Misi

- (a) Berorientasi pada Tamu: Memberikan layanan nyaman, aman, dan sesuai syariat.
- (b) Menjaga Integritas: Membangun SDM Islami dan profesional.
- (c) Keberlanjutan Bisnis: Menjalankan usaha efisien dan menjalin kemitraan strategis.
- (d) Daya Saing Global: Terus berinovasi dan meningkatkan mutu layanan untuk bersaing di tingkat dunia.

c. Struktur Organisasi di Grand Qin Hotel Banjarbaru

Grand Qin Hotel Banjarbaru memiliki berepa dapertemen yang masing-masing berperan penting dalam menjalankan operasional dan mendukung penerapan manajemen strategik secara efektif yaitu:

- 1) Dapertemen housekeeping yang dipimpin oleh Executive Housekeeper di bawah General Manager, bertugas menjaga kebersihan kamar dan area publik. Dibantu Asst. EHK, Supervisor, dan staf seperti Room Attendant dan Public Area Attendant
- 2) Dapertemen pengadaan berperan dalam mengelola pembelian barang dan jasa. Quality Assurance menjamin standar mutu, sedangkan Asst. Purchasing Manager dan Buyer mengatur proses pengadaan sesuai anggaran.
- 3) Dapertemen keuangan, dikoordinasi oleh Finance Controller, mencakup pengelolaan laporan keuangan, pengeluaran, dan pemasukan. Unit penting: Cost Control, Receivable, Payable,

Income Audit, Store Keeper, dan Cashier.

- 4) Dapertemen teknik berperan menangani pemeliharaan fasilitas hotel, dipimpin oleh Chief Engineering. Tim terdiri dari Asst. CE, Supervisor, Admin, Technician, dan Attendant.
- 5) Dapertemen kitchen (Dapur) yang dipimpin oleh Executive Chef, terdiri dari tim dapur seperti Sous Chef, Demi Chef, Pastry Cook, Butcher, dan Steward. Bertanggung jawab atas seluruh operasional dapur.
- 6) Dapertemen Food and Beverage (F&B) dikelola oleh FB Manager, mencakup pengelolaan layanan makanan dan minuman. Tim: Asst. FB Manager, Supervisor, Captain, Bartender, dan Waiter.
- 7) Dapertemen Front Office (FO) yang dipimpin oleh Front Office Manager. Menangani layanan check-in/out, reservasi, dan tamu. Tim: Asst. FOM, FDA, GRO, Bell Driver, dan Reservation Supervisor.
- 8) Dapertemen SDM dan Keamanan dipimpin oleh HR Manager bertanggung jawab atas urusan kepegawaian dan keamanan, dibantu HR Officer dan Security Supervisor. Juga mencakup Staff Kantin dan Security Guard.
- 9) Dapertemen Sales dan Marketing dipimpin oleh Sales & Marketing Manager. Bertugas mempromosikan dan menjual layanan hotel. Tim: Sales Admin, Desain Grafis, Sales Executive, dan Public Relation.

2. Identitas Informan dan Hasil Wawancara

a. Identitas Informan

Informan dalam penelitian ini adalah R. Agoes Salim Joko Supriyanto, SE, yang menjabat sebagai bagian dari tim Quality Assurance di Grand Qin Hotel Banjarbaru. Beliau memiliki latar belakang pendidikan Sarjana Ekonomi dari Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Yogyakarta, dengan jurusan Manajemen Perusahaan, lulus pada tahun 1995. Dengan pengalaman kerja lebih dari dua belas tahun di industri perhotelan, serta latar belakang profesional di bidang kenotariatan dan properti, informan memiliki pemahaman yang komprehensif terhadap operasional dan strategi bisnis perhotelan berbasis prinsip syariah.

Adapun data identitas informan secara rinci adalah sebagai berikut:

Nama	: R. Agoes Salim Joko Supriyanto, SE
Alamat	: Jl. Pandawa Komplek Citra Berlian, No. 1 A, RT 003, RW 005, Kelurahan Guntung Paikat, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, Kode Pos 70713.
Pendidikan	: S1 Manajemen Perusahaan, UPN Veteran Yogyakarta (Lulus 1995)
Jabatan Saat Ini	: Quality Assurance, Grand Qin Hotel Banjarbaru

Pengalaman Kerja : Bidang Kenotariatan (2001–2005), Bidang Properti (2005–2013), dan Industri Perhotelan (2013–sekarang)

b. Hasil Wawancara

1. Penerapan Visi dan Misi Dalam Pelayanan dan Strategi Bisnis

Grand Qin Hotel Banjarbaru menjadikan visi dan misi sebagai landasan utama dalam merancang strategi bisnis serta memberikan pelayanan terbaik kepada tamu. Visi perusahaan yang berbasis syariah diterapkan secara nyata dalam operasional harian, di mana nilai-nilai Islam menjadi acuan utama. Semua aspek layanan, dari sistem kerja hingga fasilitas, berorientasi pada kepuasan tamu dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

“Sesuai dengan visi dan misi perusahaan, maka dalam penerapannya di operasional hotel kami berusaha memberikan pelayanan kepada tamu semaksimal mungkin sehingga tamu memperoleh kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Kami membangun reputasi dengan memberikan pelayanan yang konsisten, profesional, dan transparan bagi pelanggan, mitra bisnis, serta pemangku kepentingan lainnya.” (Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, Quality Assurance Grand Qin Hotel, 2025)

2. Strategi Bisnis dan Inovasi

Grand Qin Hotel mengedepankan inovasi dalam operasionalnya untuk meningkatkan kualitas dan daya saing. Strategi ini berfokus pada kepuasan pelanggan dan penerapan teknologi untuk efisiensi operasional. Manajemen hotel melakukan evaluasi secara teratur dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, terutama dengan memanfaatkan pemasaran digital dan teknologi.

“Kita selalu berinovasi dan update terhadap perkembangan bisnis hotel. Mulai dari sistem pelayanan, penggunaan teknologi digital, hingga strategi pemasaran. Ini semua demi mewujudkan bisnis yang berkelanjutan melalui efisiensi operasional dan kemitraan strategis.”

(Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, 2025)

3. Tantangan dan Solusi Adaptif Terhadap Perubahan Pasar

Grand Qin Hotel menghadapi tantangan eksternal terkait penurunan okupansi dari segmen instansi pemerintahan. Sebagai respons, manajemen melakukan diversifikasi pasar dengan berfokus pada acara pribadi seperti pernikahan dan acara sosial lainnya, serta mengubah paket layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum.

“Saat ini dengan adanya pengurangan anggaran dari pemerintah berdampak besar terhadap bisnis. Maka kami harus mencari penggantinya seperti perkawinan, sosialita dan table manner” (Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, 2025)

4. Penerapan Nilai-Nilai Ekonomi Syariah Dalam Operasional Hotel

Grand Qin Hotel menerapkan prinsip ekonomi syariah secara menyeluruh dalam operasionalnya, termasuk dalam transaksi, fasilitas, dan keuangan. Setiap transaksi dilaksanakan sesuai dengan akad syariah, dan setiap kegiatan operasional menghindari unsur riba. Selain itu, fasilitas ibadah disediakan untuk mendukung kenyamanan tamu yang ingin menjalankan kewajiban agama.

“Dalam operasional hotel diterapkan akad jual beli, syarat menginap syariah, dan rekening bank syariah. Bunga dari bank konvensional dipisahkan untuk kepentingan sosial” (Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, 2025)

5. Rantai Pasok dan Kemitraan Berbasis Produk Halal

Hotel memastikan seluruh mitra dan pemasok menyediakan barang yang berlabel halal. Proses seleksi ketat dilakukan untuk menjaga kualitas produk yang digunakan sesuai dengan standar syariah.

“Jika ditemukan barang tanpa label halal, maka barang tersebut dikembalikan kepada pemasok.” (Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, 2025)

6. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Syariah

Setiap karyawan diberikan pelatihan berkelanjutan untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pekerjaan mereka. Budaya kerja yang Islami diterapkan dengan mengedepankan integritas, tanggung

jawab, dan kejujuran dalam setiap interaksi.

“Kami memberikan pelatihan kepada semua karyawan secara berkelanjutan agar mereka memahami nilai-nilai Islam dalam operasional hotel.” (Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, 2025)

7. Strategi Pemasaran, Digitalisasi, dan Program CSR Berbasis Syariah

Grand Qin Hotel menggunakan media digital untuk mempromosikan layanan hotel secara Islami. Mereka juga menjalankan program CSR yang bertujuan meningkatkan pendidikan keagamaan masyarakat sekitar, seperti program “Tebus dengan Doa”. “Kami membuat website agar mudah dijangkau tamu, tetap dalam koridor syariah.” Dan “CSR kami berupa pengajaran hafalan surat dan doa kepada masyarakat.” (Wawancara dengan R. Agoes Salim Joko Supriyanto, 2025)

8. Perbedaan Dengan Hotel Konvensional

Grand Qin Hotel membedakan dirinya dari hotel konvensional dengan mengedepankan prinsip syariah dalam semua aspek operasional dan strategi bisnis. Dari sisi strategi, hotel berfokus pada keberkahan dan etika bisnis, sedangkan hotel konvensional lebih mengutamakan keuntungan materi semata.

“Perbedaan utama dalam pengelolaan GQHB sebagai hotel syariah dibandingkan dengan hotel konvensional terletak pada strategi bisnis yang berpedoman pada nilai-nilai Islam yang tidak menghalalkan segala cara demi profitabilitas. Sementara operasionalnya, hotel ini berfokus pada pelayanan yang berorientasi pada kepuasan tamu sesuai prinsip syariah.”

B. Pembahasan

1. Manajemen Strategik di Grand Qin Hotel Banjarbaru

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Grand Qin Hotel Banjarbaru telah menerapkan manajemen strategik secara menyeluruh melalui tiga tahapan utama: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Ketiga tahapan ini dijalankan dalam koridor profesional dan bernilai Islami, mencerminkan pendekatan strategik yang khas dan konsisten.

a. Perumusan Strategi Melalui Visi dan Misi

Perumusan strategi di Grand Qin Hotel dimulai dengan penetapan visi dan misi yang kuat, yang menjadi dasar bagi seluruh arah dan keputusan strategis hotel. Menurut hasil wawancara, visi dan misi di Grand Qin Hotel tidak hanya berfungsi sebagai panduan umum, tetapi juga menjadi pedoman untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas kepada pelanggan.

Grand Qin Hotel memulai perjalanan strategisnya dengan rebranding dari Grand Dafam menjadi Grand Qin Hotel, dengan fokus pada konsep hotel Muslim-friendly. Perubahan ini bukan sekadar perubahan nama, tetapi langkah strategis yang lebih dalam untuk memperkuat identitas syariah yang dimiliki hotel. Menurut pihak manajemen, setiap keputusan yang diambil selalu kembali pada visi dan misi untuk mencapai keberkahan dan memberikan layanan terbaik yang sesuai dengan nilai-nilai Islami.

Visi Grand Qin Hotel menitikberatkan pada kepuasan tamu dan kualitas pelayanan, dengan orientasi tidak hanya pada keuntungan usaha, tetapi juga pada upaya menjaga keberkahan dalam setiap transaksi dan interaksi layanan. Misi hotel adalah memberikan pelayanan yang profesional, transparan, dan konsisten yang mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam setiap aspek operasional, dari layanan tamu hingga transaksi keuangan.

Visi dan misi ini mencerminkan pandangan Fred R. David (2011:36), yang menyatakan bahwa visi dan misi perusahaan harus dijadikan dasar dalam perumusan strategi. Kedua elemen ini memberikan arah jangka panjang dan menjadi titik tolak dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perkembangan organisasi. Dalam konteks Grand Qin Hotel, strategi yang dirumuskan selalu mempertimbangkan nilai keberkahan dan keberlanjutan dalam operasional, yang sejalan dengan prinsip syariah.

Sebagai contoh, dalam perumusan strategi, Grand Qin Hotel tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis semata, tetapi juga pada keberkahan yang dapat diperoleh dari setiap aspek layanan, termasuk transaksi keuangan yang sesuai dengan akad syariah. Seperti yang dijelaskan oleh pihak manajemen, mereka memastikan bahwa semua transaksi dilakukan melalui bank syariah, dan jika terpaksa menggunakan bank konvensional, bunga yang diperoleh dipisahkan dan digunakan untuk kepentingan sosial.

Lebih lanjut, penerapan visi dan misi ini juga tercermin dalam kebijakan-kebijakan lainnya, seperti pemilihan pemasok yang bersertifikat halal dan penggunaan peralatan sholat di setiap kamar. Hal ini membuktikan bahwa visi dan misi Grand Qin Hotel tidak hanya dibaca dan dihafalkan, tetapi benar-benar diimplementasikan dalam setiap aspek operasional hotel.

Teori yang mendasari perumusan strategi ini juga tercermin dalam pandangan Wheelen dan Hunger (2012:89), yang menekankan pentingnya visi dan misi sebagai kompas strategis dalam organisasi. Tanpa visi dan misi yang jelas, strategi yang dibangun tidak akan memiliki arah yang pasti dan berkelanjutan. Bryson (2011) juga menambahkan bahwa misi yang kuat dan jelas membantu organisasi menyelaraskan strategi dengan nilai-nilai dasar yang ingin dijaga, seperti dalam hal ini adalah nilai-nilai Islami yang diterapkan dalam semua aktivitas hotel. Dengan demikian, visi dan misi Grand Qin Hotel bukan hanya berfungsi sebagai formalitas, tetapi sebagai penuntun yang memandu setiap kebijakan dan tindakan organisasi, menjadikan hotel ini bukan hanya tempat penginapan, tetapi juga sebagai ruang yang mengedepankan nilai syariah dalam setiap aspek bisnis.

b. Implementasi Strategi Melalui Inovasi dan Digitalisasi

Setelah merumuskan arah strategis melalui visi dan misi, Grand Qin Hotel melaksanakan strategi tersebut dengan menitik beratkan pada dua aspek utama: inovasi layanan dan digitalisasi berbasis syariah. Menurut

pihak manajemen, inovasi terus dilakukan dengan cara menyesuaikan diri terhadap tren industri perhotelan dan kebutuhan konsumen, terutama pada segmen pasar Muslim yang semakin meningkat.

Strategi digitalisasi diwujudkan melalui pengembangan website resmi hotel yang memudahkan pelanggan dalam melakukan reservasi dan memperoleh informasi tentang layanan hotel. Website tersebut dirancang agar tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islami, seperti menampilkan visual yang santun, menggunakan bahasa promosi yang etis, dan menghindari konten yang bertentangan dengan prinsip syariah. Langkah ini menjadi bagian penting dari transformasi digital Grand Qin Hotel yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Selain itu, Grand Qin Hotel mengimplementasikan strategi dengan menciptakan layanan berbasis kebutuhan pasar, seperti menyediakan paket acara pernikahan, sosialita, table manner, serta kegiatan sosial lainnya yang sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini dilakukan sebagai respons atas menurunnya tingkat okupansi dari instansi pemerintah. Strategi ini menunjukkan kemampuan adaptasi hotel dalam menghadapi dinamika pasar, sekaligus memperkuat posisinya di segmen halal hospitality.

Hotel juga menekankan pentingnya pelayanan yang profesional, konsisten, dan transparan. Semua ini dijalankan oleh sumber daya manusia unggul yang telah dibekali pelatihan nilai-nilai Islam dalam

layanan tamu. Manajemen menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan harus menghasilkan kepuasan pelanggan, sebagai kunci utama untuk mempertahankan loyalitas pasar dan citra positif hotel.

Secara teoritis, implementasi strategi merupakan tahapan yang menentukan keberhasilan rencana strategis organisasi. Menurut Renny Suhandayani (2017:131) dalam buku *Manajemen Strategik*, implementasi strategi harus dilakukan melalui pengorganisasian sumber daya, pengembangan sistem kerja, serta keterlibatan manajerial dalam mengarahkan pelaksanaan program. Dalam konteks Grand Qin Hotel, strategi tidak hanya diwujudkan dalam sistem digital dan produk layanan baru, tetapi juga melalui pembentukan budaya kerja Islami yang menyatu dalam keseharian karyawan.

Menurut Hasibuan (2020:89) dalam buku *Manajemen Strategi*, strategi implementasi yang efektif juga memerlukan penyesuaian dengan lingkungan bisnis dan kemampuan berinovasi secara terus-menerus untuk menjawab perubahan permintaan pasar. Grand Qin Hotel membuktikan hal ini dengan mengganti segmen pasar utama dari tamu korporat ke masyarakat umum dengan pendekatan syariah yang unik.

c. Respons Adaptif Terhadap Tantangan Pasar

Dalam menjalankan strategi bisnis, Grand Qin Hotel tidak lepas dari berbagai tantangan, salah satunya adalah penurunan jumlah tamu dari segmen instansi pemerintah. Hal ini terjadi akibat adanya pemangkasan anggaran perjalanan dinas oleh pemerintah, yang sebelumnya menjadi

sumber utama pendapatan hotel melalui kegiatan meeting, gathering, dan seminar. Kondisi ini memaksa manajemen untuk melakukan penyesuaian strategi agar hotel tetap dapat bertahan dan berkembang di tengah perubahan lingkungan eksternal yang signifikan.

Sebagai bentuk respons adaptif, Grand Qin Hotel mengalihkan fokus pasar dari segmen korporat dan instansi menuju segmen individu dan komunitas, khususnya pada kegiatan sosial, pernikahan, sosialita, dan pelatihan table manner. Langkah ini tidak hanya sebagai bentuk diversifikasi pasar, tetapi juga merupakan upaya repositioning layanan hotel ke arah yang lebih personal, Islami, dan fleksibel sesuai kebutuhan masyarakat.

Manajemen menyadari bahwa kemampuan beradaptasi terhadap kondisi pasar merupakan bagian penting dalam strategi jangka panjang. Oleh karena itu, strategi yang dijalankan selalu disesuaikan dengan kondisi real-time di lapangan. Misalnya, ketika permintaan dari segmen pemerintah menurun, maka segera ditindaklanjuti dengan strategi pemasaran yang menyasar komunitas keluarga dan sosial Muslim. Hal ini menunjukkan bahwa Grand Qin Hotel memiliki struktur manajerial yang tanggap dan fleksibel.

Secara teori, respons adaptif terhadap tantangan pasar termasuk dalam bagian dari strategi perubahan (strategic change). Menurut Rangkuti (2016:174) dalam buku *Manajemen Strategi: Konsep dan Implementasi*, organisasi yang ingin bertahan dalam jangka panjang harus mampu

mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal dan melakukan penyesuaian strategi secara cepat dan tepat. Strategi tidak boleh statis, melainkan harus bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perubahan tren, teknologi, dan perilaku konsumen.

Sementara itu, menurut Siagian (2015:127) dalam buku *Manajemen Strategis*, respons adaptif yang baik ditandai dengan kemampuan organisasi dalam membaca gejala pasar sejak dini, lalu merancang strategi baru yang lebih sesuai tanpa kehilangan arah visi dan misi perusahaan. Dalam hal ini, Grand Qin Hotel mampu menjaga identitas syariahnya sambil tetap melakukan reposisi strategi secara praktis dan realistis.

Implementasi strategi adaptif juga didukung oleh pendekatan berbasis data dan pengalaman tamu. Berdasarkan hasil wawancara, Grand Qin Hotel rutin mengumpulkan komentar dan masukan dari tamu setiap kali selesai menginap. Umpan balik ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menghindari kesalahan berulang dan terus memperbaiki kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa Grand Qin Hotel menjalankan loop perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) sebagai bagian dari respons adaptif yang efektif.

d. Evaluasi Strategi Melalui Analisis SWOT

Grand Qin Hotel Banjarbaru secara konsisten melakukan evaluasi terhadap strategi yang diterapkan guna memastikan keselarasan dengan visi syariah serta relevansi terhadap perubahan dan kebutuhan pasar.

Evaluasi ini dilakukan dengan menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal melalui pendekatan analisis SWOT, yaitu mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Meskipun tidak tertulis secara formal sebagai dokumen evaluasi SWOT, wawancara dengan pihak manajemen menunjukkan bahwa proses reflektif dan strategis ini secara aktif dilakukan melalui koordinasi internal dan interaksi langsung dengan tamu.

Kekuatan utama Grand Qin Hotel terletak pada integrasinya dengan Q Mall Banjarbaru, yang menjadikannya sangat strategis secara lokasi karena berada di area yang ramai dikunjungi masyarakat. Kelebihan ini memberikan nilai tambah karena tamu hotel dapat dengan mudah mengakses pusat perbelanjaan, restoran, dan fasilitas umum lainnya, menjadikan hotel ini pilihan yang praktis bagi tamu keluarga dan acara komunitas. Selain itu, identitas syariah yang kuat menjadi kekuatan diferensiatif utama.

Hal ini tercermin dari pelayanan yang konsisten Islami, seperti tersedianya alat salat di kamar, lantunan adzan pada waktu salat, hingga sistem check-in yang menggunakan akad syariah. Nilai-nilai tersebut bukan hanya memperkuat posisi hotel di pasar Muslim, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas tamu yang menjunjung prinsip hidup Islami.

Di sisi lain, Grand Qin Hotel juga menyadari adanya kelemahan dalam struktur strategi yang sempat terlalu bergantung pada segmen instansi pemerintah. Dampaknya cukup signifikan saat terjadi pengurangan anggaran perjalanan dinas oleh pemerintah, yang menyebabkan penurunan okupansi. Selain itu, hotel juga belum mengoptimalkan saluran digital secara maksimal, khususnya di platform media sosial dan aplikasi pemesanan berbasis syariah, yang sebenarnya menjadi peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, kelemahan ini sedang diatasi dengan mengembangkan sistem promosi online yang lebih Islami dan edukatif melalui website hotel.

Adapun dari sisi eksternal, Grand Qin Hotel melihat adanya peluang besar dari tren global dan nasional terhadap wisata halal serta meningkatnya minat masyarakat terhadap tempat menginap yang sesuai syariah. Kegiatan sosial seperti pernikahan, arisan Muslimah, hingga pelatihan table manner berbasis Islami menjadi peluang pasar baru yang tengah dikembangkan manajemen. Bahkan, manajemen menyebutkan bahwa saat ini hotel sudah mulai mengagendakan berbagai paket acara komunitas Muslim secara rutin.

Namun, peluang ini juga diiringi oleh ancaman kompetisi dari hotel konvensional yang semakin agresif dalam menawarkan harga lebih murah dan promosi masif, tanpa terikat regulasi pelayanan syariah. Selain itu, hotel juga harus siap menghadapi potensi perubahan kebijakan yang berkaitan dengan sektor perhotelan dan pariwisata, seperti

pembatasan aktivitas instansi, regulasi pariwisata, atau aturan terkait sertifikasi halal.

Melalui pemahaman SWOT tersebut, manajemen Grand Qin Hotel tidak hanya mampu mengenali posisi mereka di pasar, tetapi juga dapat merumuskan strategi baru secara lebih tepat sasaran. Contohnya adalah pergeseran fokus dari segmen instansi ke segmen acara keluarga dan komunitas, serta rencana pengembangan media promosi berbasis syariah untuk menjangkau tamu-tamu dari luar daerah. Proses evaluasi ini sekaligus menunjukkan bahwa hotel memiliki mekanisme adaptasi strategis yang berjalan baik meskipun tidak dikemas dalam sistem tertulis yang kaku.

Secara teoritis, analisis SWOT merupakan alat penting dalam proses evaluasi strategi. Menurut Rangkuti (2016:19), SWOT membantu organisasi dalam menyelaraskan kekuatan dan peluang, sekaligus mengantisipasi kelemahan dan ancaman, sehingga mampu menyusun strategi yang lebih unggul dan berkelanjutan. Grand Qin Hotel telah membuktikan bahwa praktik analisis SWOT tidak selalu harus formal, tetapi dapat dijalankan secara dinamis dan kontekstual, terutama dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah. Evaluasi melalui SWOT yang dilakukan hotel tidak hanya menjadi alat pemetaan posisi, tetapi juga menjadi dasar dalam membangun keunggulan kompetitif secara Islami di tengah persaingan industri perhotelan.

2. Penerapan Manajemen Strategik Grand Qin Hotel Banjarbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Grand Qin Hotel tidak hanya menerapkan manajemen strategik modern dalam rangka mencapai tujuan bisnis, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan pada keadilan, keberkahan, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aspek operasional. Melalui visi dan misi yang berlandaskan nilai-nilai syariah, Grand Qin Hotel berusaha untuk mencapai keberlanjutan bisnis yang berkah serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

a. Penerapan Transaksi dan Akad Syariah

Salah satu bentuk nyata penerapan prinsip ekonomi syariah di Grand Qin Hotel Banjarbaru terlihat dalam sistem transaksi dan layanan yang menggunakan dasar akad-akad syariah. Dalam praktiknya, setiap tamu yang hendak menginap wajib melalui prosedur check-in yang didasarkan pada akad ijarah (sewa jasa) yang sah menurut Islam, yaitu dengan kejelasan hak dan kewajiban, serta kerelaan kedua belah pihak. Hal ini merupakan wujud nyata dari prinsip keadilan (al-‘adl) dan transparansi (al-wuduh) dalam transaksi bisnis Islami.

Pada saat proses check-in, tamu diwajibkan menunjukkan identitas diri resmi seperti KTP, SIM, atau paspor. Selain itu, hotel juga secara tegas memberlakukan aturan bahwa pasangan non-mahram tidak diperbolehkan menginap dalam satu kamar, kecuali dapat menunjukkan dokumen sah seperti fotokopi surat nikah, kartu keluarga, atau bukti foto pernikahan.

Aturan ini menunjukkan bahwa Grand Qin Hotel tidak hanya menjalankan fungsi komersial, tetapi juga menjaga etika syariah dalam hubungan sosial antar tamu.

Sebagai bentuk akad muamalah yang sah, pihak hotel mewajibkan tamu menyerahkan deposit penginapan dengan nilai minimal setara satu hari tarif kamar ditambah 50%. Ini merupakan bentuk komitmen transaksi (tasharruf) yang tidak hanya melindungi pihak hotel, tetapi juga menjamin hak dan tanggung jawab tamu selama menginap.

Di luar aspek transaksi, tata tertib menginap juga menjadi bagian integral dari penerapan nilai syariah. Grand Qin Hotel menetapkan bahwa:

- 1) Tamu wajib berpakaian sopan selama berada di luar kamar dan area umum hotel.
- 2) Tamu yang bukan mahram hanya boleh menerima kunjungan di area lobi atau restoran, bukan di kamar.
- 3) Tamu tidak diperbolehkan menginap dalam kondisi sakit menular, berjudi, mengonsumsi minuman keras, atau menggunakan narkoba.
- 4) Setiap tamu diwajibkan untuk menjaga kebersihan, menciptakan suasana yang tenang, serta memelihara ketertiban di lingkungan hotel.
- 5) Segala barang berharga menjadi tanggung jawab pribadi tamu, karena pihak hotel tidak bertanggung jawab atas kehilangan barang yang ditinggalkan di dalam kamar.

Adapun waktu check-in dimulai pukul 14.00 WITA dan check-out

paling lambat pukul 12.00 WITA. Semua peraturan tersebut tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga menjadi bagian dari kesepakatan moral yang mencerminkan prinsip maqashid syariah, yaitu menjaga ketertiban, mencegah kerusakan, dan memelihara adab dalam muamalah.

Dari sisi keuangan, Grand Qin Hotel menggunakan rekening bank syariah dalam seluruh kegiatan transaksi. Bila dalam kondisi tertentu hotel harus berhubungan dengan bank konvensional, maka dana bunga (riba) akan dipisahkan dan disalurkan untuk kepentingan sosial, sebagai bentuk penyucian harta (*tathhirul mal*). Pendekatan ini menunjukkan bahwa pihak manajemen sadar akan tanggung jawab moral dan spiritual dalam menjaga kebersihan pendapatan usaha mereka.

Secara teori, akad syariah merupakan fondasi dalam semua transaksi ekonomi Islam. Menurut Arifin dan Pramono (2019:61), akad adalah perjanjian antara dua pihak atas dasar kerelaan yang harus jelas jenis, objek, dan syaratnya, serta bebas dari unsur gharar dan riba. Hal ini diperkuat oleh Prasetyo dan Fauzi (2021:79) yang menyatakan bahwa transaksi dalam ekonomi syariah harus mengandung kejelasan, halal, dan tidak melanggar prinsip-prinsip dasar muamalah Islam.

b. Pengawasan Produk Halal dalam Rantai Pasok

Komitmen Grand Qin Hotel Banjarbaru terhadap prinsip ekonomi syariah tidak hanya terlihat dalam transaksi dan pelayanan kepada tamu, tetapi juga dalam pengelolaan rantai pasok (supply chain) yang berorientasi pada jaminan kehalalan produk. Hal ini mencerminkan

pemahaman bahwa kehalalan bukan hanya tanggung jawab penyedia makanan, tetapi mencakup seluruh proses dari pemilihan pemasok, pengadaan bahan baku, hingga penyajian kepada tamu.

Berdasarkan hasil wawancara, pihak manajemen menyatakan bahwa Grand Qin Hotel memiliki kebijakan tegas dalam memilih pemasok yang bersertifikat halal. Jika ditemukan produk tanpa label halal atau bukti sertifikasi dari MUI, maka produk tersebut akan dikembalikan dan tidak digunakan dalam operasional hotel. Prosedur ini berlaku tidak hanya pada makanan dan minuman, tetapi juga pada produk-produk penunjang lainnya seperti perlengkapan kamar dan bahan kebersihan, selama memungkinkan untuk diseleksi dari sisi kehalalan dan kesucian (thaharah).

Tindakan tersebut merupakan bentuk pengawasan ketat terhadap rantai pasok halal (halal supply chain), yaitu proses menjamin bahwa setiap titik distribusi dan penggunaan barang tetap berada dalam koridor syariah. Grand Qin Hotel menyadari bahwa menjaga kehalalan bukan sekadar memenuhi ketentuan formal, tetapi merupakan bentuk tanggung jawab moral dalam memberikan kenyamanan dan ketenangan bagi tamu Muslim yang mempercayakan pengalaman menginap mereka. Secara teori, konsep halal supply chain menekankan pentingnya menjaga integritas kehalalan sepanjang rantai distribusi, tidak hanya di titik akhir.

Menurut Lubis dan Ardiansyah (2017:112) dalam buku *Manajemen Rantai Pasok Halal*, sistem rantai pasok halal bertujuan

untuk memastikan produk yang diterima konsumen tetap suci (thayyib) dan sesuai syariah, baik dalam proses logistik, penyimpanan, pengangkutan, maupun penyajian.

Prinsip ini juga sejalan dengan pemikiran Tieman (2018) dalam jurnal *Jurnal Logistik dan Rantai Pasok Syariah*, yang menyatakan bahwa pengelolaan rantai pasok halal bukan hanya proses fisik, melainkan sistem yang mengandung etika bisnis Islam, kejujuran, dan niat untuk memberikan kemanfaatan (maslahah) kepada umat. Grand Qin Hotel mengaplikasikan konsep ini melalui seleksi vendor, kontrol kualitas produk, serta pengawasan langsung terhadap kelengkapan sertifikat halal.

Hal ini membedakan Grand Qin Hotel dari hotel konvensional yang umumnya tidak mempermasalahkan status halal dari produk, selama produk tersebut memenuhi syarat kualitas umum. Dengan komitmen terhadap rantai pasok halal, Grand Qin Hotel tidak hanya mematuhi syariah, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan Muslim, serta menjadi keunggulan strategik dalam diferensiasi pasar.

c. Pengelolaan SDM dengan Nilai-Nilai Islam

Dalam menerapkan manajemen strategik berbasis ekonomi syariah, Grand Qin Hotel Banjarbaru tidak hanya berorientasi pada kualitas produk dan layanan, tetapi juga memberikan perhatian serius terhadap pengelolaan sumber daya manusia sebagai aset penting dalam mendukung operasional hotel secara keseluruhan. Karyawan dianggap

sebagai elemen strategis dalam menciptakan pengalaman menginap yang Islami bagi para tamu. Oleh karena itu, hotel menerapkan pendekatan pengelolaan SDM yang berbasis nilai-nilai Islam, bukan sekadar pada aspek teknis pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara, manajemen menyampaikan bahwa seluruh karyawan dibekali dengan pelatihan rutin tentang prinsip dasar etika Islam dalam bekerja. Pelatihan ini meliputi nilai amanah (tanggung jawab), jujur, disiplin, dan profesional, serta pentingnya niat dalam melayani tamu sebagai bentuk ibadah. Penerapan nilai-nilai ini dimaksudkan agar semua staf, baik dari lini depan maupun belakang, memahami bahwa pelayanan terhadap tamu adalah bagian dari pengamalan syariah.

Selain itu, budaya kerja hotel dibangun dengan pendekatan spiritualitas, di mana seluruh karyawan didorong untuk menjaga adab Islami, seperti memberi salam, berpakaian sopan, menghindari interaksi non-mahram berlebihan, dan menjaga lisan. Karyawan juga diberi fasilitas untuk beribadah, termasuk masjid khusus, waktu salat yang fleksibel, serta pengingat adzan otomatis di lingkungan hotel.

Secara teori, pengelolaan SDM dalam ekonomi Islam harus mencakup dimensi ruhaniyah dan moral, tidak hanya keterampilan teknis. Menurut Lubis dan Tanjung (2018:101) dalam buku *Manajemen Sumber Daya Insani Perspektif Islam*, SDM Islami adalah mereka yang bekerja tidak semata-mata untuk gaji, tetapi sebagai bentuk pengabdian

kepada Allah, dengan menjunjung akhlak kerja, kejujuran, dan keikhlasan.

Selanjutnya, menurut Sutrisno (2016:187) dalam *Manajemen Sumber Daya Manusia*, pengembangan SDM Islami mencakup tiga aspek: kompetensi, karakter, dan komitmen spiritual. Ketiga aspek tersebut sangat penting dalam membentuk sumber daya manusia yang tidak hanya memiliki produktivitas tinggi, tetapi juga menjunjung integritas serta selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Penerapan nilai-nilai Islam dalam manajemen karyawan tidak hanya membedakan Grand Qin Hotel dari hotel konvensional, tetapi juga berperan sebagai strategi jangka panjang untuk membangun budaya organisasi yang sejalan dengan visi syariah. Hal ini juga meningkatkan kepuasan pelanggan Muslim, karena interaksi dengan staf hotel mencerminkan akhlak Islami yang ramah, santun, dan tulus melayani.

d. Strategi Digitalisasi Berbasis Syariah

Digitalisasi di Grand Qin Hotel Banjarbaru tidak hanya difungsikan sebagai sarana efisiensi dan promosi, melainkan juga menjadi bagian dari komitmen untuk menyampaikan nilai-nilai Islami secara elegan melalui media digital. Berbeda dengan hotel pada umumnya yang fokus pada aspek visual dan daya tarik pasar semata, Grand Qin Hotel menempatkan etika Islam sebagai filter utama dalam penggunaan teknologi.

Berdasarkan wawancara, manajemen menyampaikan bahwa hotel telah memiliki website resmi sebagai media informasi dan reservasi tamu. Namun, lebih dari itu, website ini dirancang dengan memperhatikan nilai-nilai syariah dalam kontennya. Desain visual dibuat sopan, tidak menampilkan gambar berlebihan, dan narasi ditulis secara informatif dan santun. Materi yang ditampilkan menghindari unsur manipulatif atau provokatif, serta dilengkapi dengan informasi edukatif seperti waktu sholat dan adab menginap Islami. Selain itu, Grand Qin Hotel menghindari penggunaan promosi digital yang bersifat eksploitasi harga, clickbait, atau gaya komunikasi yang menjerumuskan ke paksaan psikologis, sebagaimana sering terjadi di platform perhotelan pada umumnya. Promosi dilakukan dengan prinsip jujur (shidq), amanah (dapat dipercaya), dan menyampaikan kebenaran (tabligh) sesuai dengan prinsip komunikasi dalam syariah. Pendekatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak sekadar alat promosi, tetapi hal ini juga menjadikan hotel sebagai media dakwah sekaligus sarana penyebaran nilai-nilai moral, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Strategi ini memperlihatkan bahwa manajemen Grand Qin Hotel memahami bahwa kemajuan teknologi harus diimbangi dengan tanggung jawab spiritual.

Menurut Rohmawati (2020:92) dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, digital marketing dalam konteks Islam bukan hanya berbicara soal media digital itu sendiri, melainkan bagaimana etika bisnis diterapkan dalam platform tersebut. Sedangkan menurut Umar dan Ilham

(2019:144) dalam *Manajemen Pemasaran Syariah*, digitalisasi syariah harus mengedepankan nilai edukatif, kejujuran, kesantunan komunikasi, serta menjauhi unsur yang bertentangan dengan maqashid syariah.

Dengan demikian, digitalisasi yang diterapkan Grand Qin Hotel merupakan bentuk penerapan manajemen strategik berbasis syariah dalam ranah teknologi informasi. Strategi ini menjadi keunggulan tersendiri, karena mampu menyelaraskan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai Islami tanpa mengorbankan profesionalitas dan daya saing.

e. Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR): Program Tebus Dengan Doa

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen Grand Qin Hotel Banjarbaru, diketahui bahwa kebijakan CSR berbasis syariah secara menyeluruh belum sepenuhnya diterapkan. Namun, hotel ini telah menjalankan program sosial bernama *Tebus Dengan Doa*, yang bertujuan untuk mensyiarkan hafalan surat-surat pendek dari Al-Qur'an dan doa-doa keseharian kepada masyarakat secara luas. Pelaksanaan program ini bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan situasi serta kondisi yang ada.

Sebagai contoh, pada bulan Ramadan 2025, Grand Qin Hotel Banjarbaru menggelar episode ke-20 dari program *Tebus Dengan Doa* dengan mengundang anak-anak yatim piatu dari Yayasan Al-Aqsho, Pondok Pesantren Hidayatullah Banjarbaru. Pada acara tersebut, anak-anak diajak membaca surat-surat pendek dari Al-Qur'an dan diberikan

hadiah berupa bingkisan serta Al-Qur'an sebagai bentuk apresiasi. Kegiatan ini juga bekerja sama dengan Gramedia dalam mendukung literasi keagamaan. Setelah itu, para peserta menikmati hidangan berbuka puasa melalui paket *Iftar Kelana Rasa* yang disajikan oleh hotel.

Program ini mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam tanggung jawab sosial perusahaan, seperti prinsip ta'awun (tolong-menolong), maslahah (kemanfaatan umum), dan ukhuwah islamiyah (persaudaraan umat Islam). Menurut Yusuf (2017), konsep Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) menekankan tanggung jawab sosial perusahaan yang didasarkan pada nilai-nilai Islam, termasuk tanggung jawab kepada Allah SWT, sesama manusia, dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa program *Tebus Dengan Doa* sejalan dengan prinsip-prinsip I-CSR.

Selain itu, Meutia (2021) dalam bukunya *Menata Pengungkapan CSR pada Bank Islam* menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam harus mencakup aspek spiritual, bukan hanya aspek material. Program *Tebus Dengan Doa* yang mengedepankan nilai-nilai spiritual dan keagamaan dapat dianggap sebagai bentuk pengungkapan CSR yang sesuai dengan perspektif tersebut.

Dengan demikian, meskipun Grand Qin Hotel Banjarbaru belum menerapkan kebijakan CSR berbasis syariah secara menyeluruh, program *Tebus Dengan Doa* merupakan langkah positif dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

**f. Perbedaan Strategi Grand Qin Hotel dengan Hotel Konvensional
Dalam Perspektif Syariah**

Sebagai hotel yang mengadopsi prinsip ekonomi syariah, Grand Qin Hotel Banjarbaru menerapkan berbagai kebijakan yang membedakannya dari hotel konvensional. Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen, beberapa perbedaan utama dapat dilihat dalam aspek transaksi, pelayanan, fasilitas, dan strategi digital. Perbedaan ini mencerminkan komitmen hotel terhadap nilai-nilai syariah, yang mempengaruhi setiap aspek operasionalnya.

Berikut adalah perbandingan antara Grand Qin Hotel dan hotel konvensional:

Table 4.1 Perbedaan Grand Qin Hotel Banjarbau dengan Konvensional

Aspek Strategi	Grand Qin Hotel (Syariah)	Hotel Konvensional
Transaksi dan Akad	Menggunakan akad syariah saat check-in, dengan kejelasan hak dan kewajiban.	Menggunakan sistem reservasi umum tanpa akad syariah.
Aturan Menginap	Melarang pasangan non mahram menginap semar	Tidak ada pembatasan hubungan tamu selama membawa identitas diri.
Fasilitas Keagamaan	Tersedia sajadah, Al-	Fasilitas keagamaan

	Qur'an, pengingat adzan, dan masjid di dalam hotel.	minim, umumnya hanya arah kiblat.
Konten Digital & Promosi	Menjaga konten digital Islami: santun, edukatif, bebas eksploitasi.	Bebas nilai; visualisasi promosi lebih menonjolkan daya tarik fisik atau harga.
Produk dan Rantai Pasok	Hanya menerima produk bersertifikat halal; barang non-halal ditolak.	Tidak memprioritaskan kehalalan produk, selama memenuhi standar industri.
Program Sosial (CSR)	Ada inisiatif CSR Islami seperti 'Tebus dengan Do'a' meskipun belum rutin.	CSR dilakukan untuk kepatuhan regulasi atau citra, tanpa dasar nilai dakwah.
Tujuan Strategi	Mengutamakan keberkahan (barakah) selain keuntungan.	Fokus utama pada target keuntungan dan efisiensi pasar.