

Analisis *Brand Image* Hotel Sofyan, Cut Meutia, Jakarta, sebagai Hotel Berkonsep Syariah

Firdaus Suwarta^{a1*}

¹ Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, 10530, Indonesia

¹ fsuwarta@gmail.com

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords

Brand Image;
Sharia Hote;
Halal Tourism;

The purpose of this study is to describe of the big line of islamic hotel concept through brand image of hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta. This study uses a type of qualitative descriptive. This study uses three kinds of data collection techniques, namely primary data by interview and observation, and also secondary data. The result of this study shows that Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta already performs a brand image of Syariah Hotel to communicate Islamic concept of its. All of the elemens of brand image have been respresented the whole of facilities and services in Sofyan Hotel Cut Meutia Jakarta so that the public are able to understand the messages have been told. Based on Regulation of Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah, Hotel Sofyan Cut Meutia is classified as Hotel Syariah Hilal 2.

PENDAHULUAN

Pariwisata halal merupakan satu di antara industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk atas dasar kaidah-kaidah Islam. Dikutip dari Jaelani (2017), wisata halal bukan hanya ke tempat-tempat wisata religi atau ziarah saja, melainkan lebih kepada pelaksanaannya yang mengedepankan pelayanan berbasis standar halal umat Muslim. Belakangan ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tengah merancang dan mengembangkan pariwisata halal sebagai salah satu program prioritas.

Standarisasi dalam pariwisata adalah upaya untuk mengembangkan fasilitas, prosedur dan tindakan dengan cara tertentu untuk memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan telah memenuhi kebutuhan wisatawan dengan baik. Bagi wisatawan Muslim, kebutuhan standarisasi jasa pariwisata sangat berbeda dari jenis wisatawan internasional lainnya. Wisata Syariah atau biasa dikenal juga dengan istilah wisata halal (*Halal Tourism*) adalah salah satu sistem pariwisata yang menerapkan aturan syariah, termasuk di sektor akoodasi. Hotel berkonsep Syariah tentunya tidak menyediakan menu makanan dan minuman yang tidak halal di dalam restorannya. Kemudian kolam renang dan fasilitas spa juga terpisah untuk pria dan wanita.

Wisata Syariah mengutamakan produk halal guna dikonsumsi wisatawan Muslim. Namun, bukan berarti wisatawan non-muslim tidak bisa menikmati wisata syariah. Bagi wisatawan Muslim, wisata syariah merupakan bagian dari dakwah. Selanjutnya, wisata syariah dengan produk halal ini adalah jaminan kesehatan bagi wisatawan non Muslim. Hal ini juga mengindikasikan terbentuknya gagasan untuk mengembangkan standarisasi pariwisata Islami untuk wisatawan Muslim (Widawati, dan Setiyorini.2014:4).

Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, saat ini bukan hanya saja wisata syariah yang sedang dipromosikan namun banyak juga lembaga yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya, seperti perbankan syariah, asuransi syariah, reksadana syariah hingga sektor pasar modal syariah. Alhasil, tidak sedikit hotel yang mulai menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya (Warits,2010: 9). Khusus di bisnis Wisata Halal, Indonesia masih memiliki peluang besar dalam mengembangkan sektor ini.



Tahun 2015, salah satu hotel milik jaringan Sofyan Hotels, yakni Hotel Sofyan Cut Meutia berhasil dinobatkan sebagai kategori Hotel Keluarga Ramah Wisatawan Muslim Terbaik atau *World's Best Family Friendly Hotel* dalam ajang internasional *World Halal Travel Awards 2015*. Selain kualitas dan sederet penghargaan yang diraih, hal lain yang menjadi keunggulan Hotel Sofyan Cut Meutia adalah lokasinya yang strategis. Lokasi Hotel Sofyan Cut Meutia, terletak di Jalan Cut Mutia No.9, Menteng, Jakarta Pusat. Sangat mudah di akses dari Stasiun Kereta Api Gondangdia dan berjarak cukup dekat dengan Monumen Nasional, Pusat Perbelanjaan Sarinah, Pusat Pemerintahan, Istana Negara dan Kantor Gubernur DKI Jakarta.

Melihat berbagai keunggulan yang ditawarkan, Hotel Sofyan Cut Meutia bisa menjadi pilihan menginap paling tepat bagi wisatawan Muslim selama liburan. Berdasarkan latar belakang yang ada di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk : 1) Untuk mengetahui implementasi *Brand Image* Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta sebagai salah satu hotel syariah. 2) Untuk mengetahui implementasi konsep Hotel Syariah pada Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta. 3) Untuk mengetahui strategi dalam menjalankan Konsep Hotel Syariah pada Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta.

Brand Image (Citra Merek)

Terdapatnya beberapa merek yang beredar di kalangan konsumen telah menghasilkan alternatif pilihan pada pelanggan dalam memutuskan pembelian. Konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk senantiasa melihat dari beberapa segi, diantaranya yakni yang berkaitan dengan kualitas, harga, merek dan juga citra merek yang melekat. Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek, dibentuk dari informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut.

Perkembangan pasar yang begitu pesat akan mendorong konsumen untuk lebih mempertimbangkan citra merek dibandingkan memperhatikan karakteristik produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk ataupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber.

Aaker (1994) dalam (Tingkir, 2014) menyebutkan citra merek merupakan serangkaian asosiasi yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi suatu makna. Selanjutnya, menurut Davidson (2010) dimensi *brand image* terdiri dari :

1. *Reputation* (nama baik), tingkat atau status yang cukup tinggi dari sebuah merek produk tertentu.HM.
2. *Recognition* (penegenan), yakni tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen. Jika sebuah merek tidak dikenal maka produk dengan merek tersebut harus dijual dengan mengandalkan harga yang murah.
3. *Affinity* (hubungan emosional), hubungan emosional yang terjadi antar brand dengan pelanggan, yaitu suatu *emotional relationship* yang timbul antara sebuah merek dengan konsumennya. Sebuah produk dengan merek yang disukai oleh konsumen akan lebih mudah dijual dan sebuah produk yang dipersepsikan memiliki kualitas yang tinggi akan memiliki reputasi yang baik. *Affinity* ini berparalel dengan *positive association* yang membuat konsumen menyukai suatu produk.
4. *Brand Loyalty* (kesetiaan merek), seberapa jauh kesetiaan konsumen menggunakan produk dengan *brand* tertentu.

Hotel Syariah

Hotel Syariah adalah hotel yang menerapkan syariah Islam ke dalam kegiatan operasional hotel. Kesyariahan hotel ditonjolkan oleh manajemen dengan memunculkan moto, logo, ornameninterior, fasilitas kamar, fasilitas hotel maupun seragam atau pakaian yang dikenakan para karyawan hotel (Widyarini:2014, 2). Hotel syariah juga merupakan salah satu model hotel yang menawarkan fasilitas yang sesuai dengan nilai Islam, sehingga mampu meminimalisir adanya praktek perzinahan, minuman keras, pshikotropika, perjudian (Fitria S Salma: 2015; 325).

DariPeraturan Menteri Pariwisata dan EkonomiKreatif Nomor 2 tahun 2014 tentang Pedoman

Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang diundangkan pada 17/1/2004, Usaha Hotel Syariah adalah usaha hotel yang penyelenggaraannya harus memenuhi kriteria Usaha Hotel Syariah yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan. Hotel Syariah adalah salah satu tawaran yang menarik dalam rangka meningkatkan kualitas moral dan karakter bangsa Indonesia yang luhur. Nilai Syariah yang diusung dalam hotel ini adalah demi memberikan nilai kemashlahatan masyarakat dan untuk mencegah perbuatan maksiat (Sabri, 2010: 119).

Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah menjelaskan bahwa usaha hotel syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah. Berdasarkan Fatwa DSN MUI, terdapat enam kriteria hotel syariah, yaitu:

1. Fatwa DSN MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/Hotel tidak memperbolehkan adanya fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila
2. Tidak diperbolehkan penyediaan fasilitas hiburan yang menunjukkan maksiat, pornografi atau tindakan asusila.
3. Makanan dan minuman pada hotel syariah wajib bersertifikat halal dari MUI.
4. Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci.
5. Pengelola dan staff hotel wajib menggunakan pakaian sesuai ketentuan syariah
6. Hotel syariah wajib memiliki pedoman atau panduan terkait prosedur pelayanan hotel untuk menjamin terselenggara pelayanan hotel sesuai prinsip syariah.

Hotel syariah merupakan salah satu model hotel yang menawarkan fasilitas yang sesuai dengan nilai islam, sehingga mampu meminimalisir adanya praktik perzinahan, minuman keras, psikotropika dan perjudian. (Salma, 2015). Sedangkan menurut Widyarin (2013), kesyariahan hotel ditonjolkan oleh manajemen dengan memunculkan moto, logo, ornament, interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel maupun seragam atau pakaian yang dikenakan para karyawan hotel.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif di mana hal ini bertujuan guna memahami fenomena terkait hal-hal apa saja yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi dan tindakan. Hal ini dilakukan dengan cara deskripsi dalam bentuk penjelasan kata-kata, kalimat dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011:6).

Penelitian ini dilakukan di Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta, salah satu hotel syariah di Indonesia yang memiliki keunikan karena tidak menyertakan kata nama syariah pada nama hotelnya. Adapun pendekatan penelitian kualitatif ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai implementasi konsep hotel syariah pada Hotel Sofyan Cut Meutia, Jakarta. Selanjutnya, data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data-data yang berasal dari lapangan berupa observasi dan juga wawancara secara daring dengan pihak terkait, yaitu HRD Head Office. Selain itu, data pendukung juga digunakan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini, yang didapatkan dari dokumen-dokumen terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata Halal dan Hotel Syariah

Belakangan ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tengah merancang dan mengembangkan pariwisata halal sebagai salah satu program prioritas. Beberapa wilayah yang memiliki potensi wisata di Indonesia disiapkan menjadi destinasi wisata halal bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik. Gaya hidup masyarakat yang mengalami perubahan turut membawa perubahan yang signifikan terhadap minat berwisata. Tempat-tempat wisata yang menawarkan kenyamanan dan keamanan selama berlibur adalah yang diharapkan. Kemudahan dalam

mengakses tempat ibadah dan berkuliner halal menjadi tujuan mereka selama menghabiskan waktu liburan.

Wisatawan akan mencoba mencari informasi tentang wisata halal termasuk didalamnya akomodasi hotel yang halal sebagai destinasi mereka. Bagi para wisatawan yang akan mengunjungi suatu wilayah untuk pertama kalinya, merupakan hal baru bagi mereka ketika mereka harus disibukkan dengan mencari akomodasi hotel. Mereka tentu akan mengalami kebingungan untuk memilih akomodasi hotel yang mana yang ingin mereka singgahi selama berwisata, karena banyaknya pilihan hotel yang tersedia. Oleh karena itu, sebuah perusahaan menciptakan sebuah *brand image*. *Brand* (merek) menurut (Kotler, 2012) adalah sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasi dari kesemuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dan akhirnya dapat membedakan diri sendiri dengan yang lainnya.

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

Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta telah menetapkan *brand image*-nya sebagai hotel Syariah. Hotel syariah juga menjadi bagian dari *halal tourism* yang merupakan destinasi wisata halal dalam hal akomodasi sebagaimana dinyatakan Sofyan (2011:65) bahwa hotel syariah merupakan hotel yang dalam penyediaan, pengadaan, penggunaan produk, fasilitas dalam operasionalnya harus memenuhi ketentuan aturan syariah. Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta telah menerapkan operasionalisasi hotel dengan sistem syariah seperti produk dan fasilitas hotel.

Segala fasilitas Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta ditunjukkan utamanya untuk memberikan kenyamanan selama menginap di Hotel Cut Meutia Jakarta, khususnya bagi wisatawan muslim, baik dalam beribadah ataupun kegiatan lainnya. Lokasi yang sangat strategis dengan berada di pusat kota Jakarta juga menjadikan Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta sebagai pilihan destinasi menginap bagi orang-orang yang melakukan perjalanan bisnis ataupun yang ingin berwisata di kota Jakarta. Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta sebagai destinasi wisata halal diharapkan mampu memberikan kenyamanan dalam pelayanan seperti yang diinginkan oleh para tamu yang menginap.

Mereka yang ingin menginap tidak perlu khawatir terhadap keamanan hotel karena tidak mungkin ada kasus penggerebekan atau razia atas tindakan asusila di Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta seperti mabuk-mabukan, praktek prostitusi, ataupun transaksi narkoba dan zat-zat terlarang. Hal ini dikarenakan Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta telah melakukan filterisasi terhadap tamu-tamu yang akan menginap pada saat proses *check in*. Sebagai hotel yang menjalankan nilai-nilai syariat Islam, Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta melarang dengan tegas tamu-tamu yang bukan muhrim untuk menginap bersama. Mereka juga terjamin dengan makanan dan minuman halal tanpa mengandung babi dan alkohol. Dalam melakukan ibadah, mereka juga bisa melakukannya di mushola yang sudah disediakan.

Dalam memperkenalkan hotel syariah kepada masyarakat, maka Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta membangun *brand image* mereka agar mudah dikenali sebagai hotel berkonsep islami. Hotel Cut Meutia Jakarta muncul dengan identitas yang berbeda, yaitu hotel dengan konsep islami di mana operasionalisasi hotel dijalankan dalam koridor kaidah-kaidah agama Islam. Dari sini dapat dipahami bahwa Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta berharap masyarakat akan dengan mudah jatuh cinta pada *brand image* syariah dan akhirnya percaya pada *brand image* tersebut karena mereka berpikir bahwa hotel syariah adalah hotel yang menjalankan aturan-aturan dalam agama Islam.

Brand image dipandang mampu mencerminkan realita Hotel Syariah karena makna tentang kesyariahan itu telah tercermin di dalam citra merek yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Mereka mampu menangkap makna merek syariah itu dengan baik. Mereka dapat melihatnya, menyentuhnya dan mendengarnya lalu memaknainya. Misalnya saja label syariah yang melekat pada nama hotel di setiap pencarian di internet sudah cukup untuk memberikan pengertian kepada masyarakat bahwa Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta bukanlah hotel konvensional.

Analisis *Brand Image* Hotel Sofyan Cut Meutia

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

Pada awal tahun 1970-an perusahaan memulai usahanya di bidang properti dengan membangun dan mengoperasikan hotel kelas menengah, gedung perkantoran dan rumah tinggal untuk disewakan. Sejalan dengan perkembangan bisnis properti yang ditekuni, perusahaan yang pada saat itu bernama Rangkaian Sofyan Hotels kemudian mampu memiliki 2 (dua) buah Hotel Bintang Dua, yakni Hotel Menteng I, dengan kapasitas 60 kamar berlokasi di Jalan Gondangdia Lama No. 28 dan Hotel Menteng II dengan kapasitas 80 kamar berlokasi di Jalan Cikini Raya No. 105. Kedua hotel tersebut berbadan Hukum PT. Menteng Sarana Wisata.

Tahun 1983 dilakukan restrukturisasi perusahaan dengan menjual asset PT. Menteng Sarana Wisata. Restrukturisasi tersebut dilakukan untuk makin memantapkan posisi badan hukum pengelolaan rangkaian Sofyan Hotels. Sebagai kelanjutan dari restrukturisasi perusahaan, kemudian dibentuk satu badan hukum baru yakni PT. Djambak Mas, yang dijalankan dan dikelola oleh para profesional berpengalaman di bidang perhotelan maupun dari perusahaan sebelumnya. Perkembangan selanjutnya ketika oleh pemegang saham PT. Djambak Mas dirasakan adanya kebutuhan untuk melebarkan sayap usaha dan modal maka dibentuklah PT. Sofyan Hotels pada awal Januari 1989.

Perusahaan memiliki keyakinan bahwa bidang usaha hotel yang dikelola secara syariah memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang karena penerapan syariah dalam bisnis perhotelan justru menguntungkan, diyakini bahwa segmen Syariah akan kian digandrungi dan telah menjadi gaya hidup umat muslim. Penerapan syariah dalam operasional PT. Sofyan Hotels, Tbk. mulai berangsur dilakukan sejak tahun 1993.

Proses tersebut terus berlanjut dengan melalui tahapan berikut :1) Tahap Pengkondisian (tahun 1993 sampai dengan tahun 1997); 2) Tahap Perubahan (tahun 1998 sampai dengan tahun 2002); 3) Tahap Konsolidasi (tahun 2003 sampai dengan tahun 2007); 4) Tahap Pemantapan dan Pengembangan Awal (tahun 2008 sampai dengan tahun 2012). Proses menuju hotel syariah mulai dilakukan dengan menghapus menu makanan babi Tahun 1994, 1998 Santai Music Club ditutup, Tahun 2000 Health Centre ditutup, Maret tahun 2000 minuman beralkohol dihapuskan, Februari tahun 2002 seleksi tamu mulai diberlakukan, Juni tahun 2003 Perubahan Anggaran Dasar Perseroan untuk asas usaha dan organisasi baru dalam perseroan dan 26 Juli 2013 Sertifikat Lembaga Bisnis Syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Pada saat melakukan wawancara, penulis melakukan *checklist* di lembar lampiran mengenai implementasi Konsep Hotel Syariah menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang dibagi menjadi dua kriteria mutlak dan kriteria tidak mutlak usaha Hotel Syariah yaitu Kriteria Hotel Syariah Hilal 1 dan Kriteria Hotel Syariah Hilal 2.

Menurut kebutuhan Muslim, Hotel Sofyan sudah berada pada hilal ke 3, yakni bukan hanya memiliki fasilitas yang memudahkan tamu untuk beribadah dan restoran yang sudah bersertifikasi halal saja, tetapi juga sudah sampai pada pengelolaan bisnisnya, seperti pengelolaan keuangan yang menggunakan perhitungan secara Islami, yaitu menggunakan jasa bank dan asuransi yang syariah dan mengeluarkan zakat rutin setiap tahunnya.

Namun saat ini Hotel Sofyan masih berada di kriteria Hotel Syariah Hilal 2 karena belum memenuhi peraturan baru dengan adanya penambahan kriteria pada Hotel Syariah Hilal 3. Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta sudah memenuhi Kriteria Hotel Syariah Hilal 2 yang terbagi dalam 3 aspek. Aspek **Produk** terdapat 40 Sub-unsur, aspek **Pelayanan** terdapat 28 Sub-unsur dan aspek **Pengelolaan**

terdapat 6 Sub-unsur.

Dari aspek **produk**, di dalam Lobby Hotel Sofyan tersedia bacaan Islami. Bacaan yang terdapat di lobby berupa majalah atau tabloid Islam namun tidak semuanya adalah majalah Islami, terdapat juga koran dan majalah lain mengenai pariwisata. Pada *Counter Front Office* yang ada di Hotel Sofyan memberikan informasi tertulis yang menyatakan tidak menerima pasangan yang bukan muhrim karena memang sudah sangat jelas ini adalah hotel syariah sehingga tamu yang menginap juga harus pasangan suami istri.

Khusus di dalam toilet umum, pada toilet umum pria tersedia penyekat antara *urinoir* satu dengan *urinoir* yang lain sebagai penyekat untuk menjaga pandangan. Tersedia juga peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air di *urinoir* dan kloset berupa semprotan kloset *wasser* bukan hanya dengan tissue. Di setiap kamar tidur tamu selalu disediakan sajadah dan juga petunjuk arah kiblat yang ada di langit-langit kamar, selain itu juga ada jadwal waktu shalat secara tertulis seperti kertas kecil semacam waktu imsakiyah, di sediakan Al Qur'an dan buku do'a.

Kamar bernuansa islami tanpa akses siaran pornografi, di *mini bar* semua produk sudah berlogo halal resmi. Di dalam kamar mandi tamu tersedia peralatan yang praktis untuk bersuci dengan air yaitu dengan menggunakan semprotan kloset *wasser*, serta peralatan untuk berwudhu yang baik yaitu dengan menggunakan shower. Dan, dapur atau *pantry* yang ada di Hotel Sofyan semuanya mengolah makanan dan minuman yang halal. Ruang Karyawanpun tersedia peralatan untuk bersuci yang baik dan adanya penyekat antar *urinoir* pada toilet karyawan. Tersedia juga peralatan untuk berwudhu di kamar mandi karyawan berupa semprotan kloset *wasser*. Serta dilengkapi dengan ruang shalat yang bersih dan terawat untuk karyawan itu tempatnya sama di Musholla juga.

Hotel Sofyan memiliki Musholla di lantai 1 yang mudah ditemukan dengan kondisi yang bersih dan juga terawat. Area shalat laki-laki dan perempuan memang terpisah dan beda ruangan shalat. Ukuran area shalat laki-laki lebih besar dibanding ukuran area shalat perempuan. Tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat seperti mukena, sajadah dan juga terdapat Al Qur'an. Sirkulasi udara yang baik karena area shalat laki-laki dan perempuan memiliki AC. Bahkan mushalla menyediakan *sound system* juga untuk mengumandangkan adzan yang dapat di dengar di seluruh area hotel.

Dalam aspek **pelayanan**, staf di kantor depan dapat menyeleksi terhadap tamu yang datang berpasangan. Tentunya staff sudah dilatih untuk mengetahui bagaimanamelihat gerak-gerik tamu yang datang berpasangan, benarkah suami istri atau bukan. Semesra-mesra nya suami istri itu akan ketahuan. Jika terlihat bukan sepasangsuaami istri akan ditegur secara halus. Dan meminta tamu tersebut membaca peraturan tertulis yang ada di *counter* depan bahwa tidak boleh pasangan menginap jika bukan muhrim. Staf di kantor depan dapat memberikan informasi Masjid terdekat dengan hotel. Tentu dapat dilihat sendiri bahwa Hotel Sofyan berdekatan sekali dengan Masjid Cut Meutia yaitu berseberangan. Selain itu memberikan informasi jadwal waktu sholat, informasi kegiatan bernuansa islami apabila sedang ada kegiatan islami di Hotel Sofyan, informasi restoran atau rumah makan halal yang ada di sekitar Hotel Sofyan Cut Meutia.

Bagian *housekeeping* menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat di musholla hotel ataupun memberikan kepada tamu yang membutuhkan di dalam kamar seperti jika tamu wanita ingin menggunakan mukena di kamar, pihak *housekeeping* akan membawakannya. *Housekeeping* juga selalu menyediakan *Al-Qur'an* di setiap kamar.

Untuk area restoran Hotel Sofyan Cut Meutia tidak menyediakan makanan dan minuman yang nonhalal, menyediakan Ta'jil pada saat bulan Ramadhan, menyediakan makan sahur pada bulan Ramadhan pengganti Breakfast. Namun, bagi tamu yang non-muslim atau sedang tidak berpuasa tetap dapat sarapan pagi di waktu jam *breakfast*.

Perihal **pengelolaan** atau manajemen usaha, hotel Sofyan Cut Meutia memiliki dan juga menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH). Sistem Jaminan Halal yang perlu difokuskan yakni pada produk makanan halal. Sehingga, makanan halal itu tidak hanya pada hasil jadi, tapi terkait dengan proses dan bahan bakunya. Jadi, halal itu bukan hanya pada produk akhirnya, tetapi meliputi rangkaiannya dari bahan baku dan prosesnya. Karena dari material makanannya sudah dipilih yang

halal seperti bumbu masakannya, susu, daging, juga terkadang penjual hanya menjual saja tetapi hotel juga harus memastikan bahwa daging yang diperoleh dari penjalannya itu juga sudah bersertifikasi halal dari MUI. Jadi hotel hanya dapat menerima daging yang sudah bersertifikasi halal. Selanjtnya, sayur, buah, beras yang sudah dijamin tidak ada pemutihnya dan pengawetnya.

Jadi, untuk material makanan yang ada disini, pihak hotel dapat menghubungi pihak terkait untuk dibawakan ataupun pihak hotel yang belanja sendiri. Kemudian, setelah barang sampai ada SOP bagaimana hotel memperlakukan barang-barang material makanannya, lalu barang- barang juga harus langsung di simpan di gudang, di *chiller* dan harus dipisahkan antara sayur dan daging. Sehingga pihak hotel berani mendeklarasikan bahwa restoran di Hotel Sofyan Cut Meutia itu memiliki SJH pada pengolahan produk makanan.

Untuk Sumber Daya Manusia (SDM), Hotel Sofyan Cut Meutia memiliki danmelaksanakan program pengembangan kompetensi SDM yang bermuatan syariah. Jadi, terdapatnya program Pendidikan Akidah Akhlak (PAA) yang wajib diikuti oleh semua staf Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta. Seperti pengajian di dalam ruangan kelas, itu tetap dianggap masuk kerja meskipun bukan ke hotel tapi ke kelas. Sekelas itu bisa 25-30 peserta karena digabung dengan staf Hotel Sofyan Tebet. Dengan jadwal dari jam 7 pagi sampai dengan 3 sore, ada 2 materi yang disampaikan.

Untuk tingkat manager juga ada pengajian. Kelasnya itu ada di gedung daerah Cikini. Tujuan diadakan PAA ini untuk menciptakan nilai-nilai syariah pada diri karyawan agar dapat menjadi karyawan yang kompeten sesuai yang diharapkan dan diinginkan oleh nilai-nilai agama islam. Pemakaian seragam karyawati pada Hotel Sofyan Cut Meutia, menggunakan seragam sesuai dengan cara berpakaian wanita dalam Islam yakni menggunakan jilbab dan pakaian yang tertutup. Berdasarkan wawancara dari penjabaran hasil *checklist* di atas dapat diberi kesimpulan bahwa sudah hampir 100% Hotel Sofyan Cut Meutia telah mengimplementasikan Kriteria Hotel Syariah Hilal 2 menurut Permen Parekrif No. 2/2014.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hotel Sofyan Cut Meutia sebagai salah satu hotel syariah di Jakarta mendukung pertumbuhan pariwisata halal khususnya di kota Jakarta. Hal ini dilakukan dengan upaya membangun *brand image* syariah melalui iklan di internet dan pengelolaan hotel yang sesuai dengan standar hotel syariah. Aspek tersebut secara lengkap sesuai dengan elemen *brand image* menurut Kotler & Pfoertsch (2012).

Dengan *brandimage* yang dibangun Hotel Sofyan Cut Meutia telah menciptakan diferensiasi atau perbedaan dengan hotel lain di kota Jakarta, sebagai hotel dengan komitmen menerapkan bisnis layanan hotel dengan konsep islami. Hal ini sesuai dengan pendapat Kathryn Woodward (1997: 17) dalam bukunya berjudul *Identity and Difference* yang menyatakan bahwa identitas *brand* itu menekankan pada adanya perbedaan.

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

Salah satu temuan yang menarik pada riset ini adalah meskipun Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta tidak menggunakan nama merek dan logo yang sangat identik dengan islami, namun pada aspek iklan di internet dan Kisah Merek, Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta telah menggunakan idiom dan narasi yang bernuansa islami dengan terdapat kata-kata halal dan syariah. Hal ini dapat dimaknai sebagai upaya menjangkau segmen khalayak yang lebih luas.

Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta dalam hal ini ingin mengkomunikasikan bahwa meskipun

nuansanya hotel syariah dan menerapkan konsep syariah tetapi tidak hanya untuk mereka yang muslim saja tetapi bisa digunakan untuk semua kalangan (termasuk non-muslim). Selanjutnya, Strategi yang dijalankan pada Hotel Sofyan yaitu dengan menerapkan Konsep Hotel Syariah Hilal 2 dari Permen Parekraf No. 2/2014 dengan memberikan strategi terhadap 3 Aspek yaitu Aspek Produk, Aspek Pelayanan dan Aspek Pengelolaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dirumuskan beberapa hal yang dapat menjadi masukandan saran, diantaranya sebagai berikut:

- a. Untuk pihak Hotel Sofyan harus meningkatkan strategi pemasaran di sosial media seperti Instagram, Facebook dan Tiktok. Karena melalui sosial media tersebut Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat memberikan pengaruh positif terhadap *brand image* nya sebagai hotel syariah.
- b. Untuk pihak Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta agar lebih memperhatikan lagi kapasitas untuk parkir seperti penambahan lahan parkir atau membuat gedung parkir.
- c. Pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta telah mencerminkan nilai-nilai islami. Namun, musik yang diputar di area *lobby* sebaiknya diganti menjadilantunan lagu bernuansa religius, sehingga saat berada di *lobby* tamu dapat merasakan suasana religius, baik bagi tamu yang sedang duduk bersantai di *lobby* atau tamu yang akan *check-in*.
- d. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai bagaimana dampak dariimplementasi konsep *brand image* hotel syariah yang lebih spesifik terhadap tamu dan karyawan di Hotel Sofyan Cut Meutia Jakarta, dengan melibatkan seluruh karyawan dan beberapa tamu menjadi responden.

REFERENSI

- Arifin, Zainal. 2012. Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Moleong. 2011. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Rosda.
- Littlejohn, Stephen W.,. 2002. *Theories of Human Communication (edisi ketujuh)*. Belmont: Thomson Learning.
- Sofyan, Riyanto.2011. *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jurnal**
- Davidson, William. R., et, al. 2010. *Retailing Management, Sixth Edition*, John Willey & Sons, New York.
- Dewan Syariah Nasional, 2016. Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 108/DSN-MUI/X/Hotel.
- Jaelani, Aan. 2017. *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospect. Munich Personal RePAC Archive Paper No.76237*.
- Salma, Fitria S. (2015). Pengaruh Kualitas JAse Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya: JESTT Vol. 2 No. 4. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 63.
- Warits. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip- Prinsip Syari'ah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syari'ah.
- Widawati, dan Setiyorini. (2014). Perspektif Sosiolinguistik: Dialog antara Islam dan Non-Islam tentang Standardisasi Pariwisata Islami. *Jurnal Manajemen Resort and Leisure*, Vol. 11, No. 2.

Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. VIII, No. 1, Desember: 2.

Widyarini dan Kartini, Fitri. (2014). Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. IX, No. 1, Desember: 88.

Woodward, Kathryn. "Concepts of Identity and Difference" dalam Identity and Difference, Kathryn Woodward (ed.), London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication in association with The Open University, 1997, pp. 15-29.

Sumber Internet

<https://tirto.id/peluang-indonesia-menggaet-pasar-wisata-ramah-muslim-cMxq> Sabri, 2010.

https://www.researchgate.net/publication/346124230_Pengaruh_Kualitas_Jasa_Perspektif_Islam_Terhadap_Kepuasan_dan_Loyalitas_Pelanggan_Hotel_Grand_Kalimas_di_Surabaya Fitria S Salma: 2015.